

Determinanten des Drop-outs im Tennis – Eine empirische Studie

Zur Erlangung des akademischen Grades eines
DOKTORS DER PHILOSOPHIE
(Dr. phil.)

von der Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften
der
Universität Karlsruhe (TH)

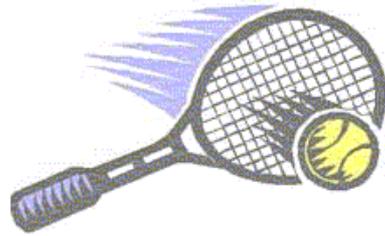
angenommene
DISSERTATION
von

Daniela Worek

aus Frankfurt am Main

Dekan:	Prof. Dr. Klaus Bös
1. Gutachter:	Prof. Dr. Klaus Bös Institut für Sport und Sportwissenschaften Universität Karlsruhe (TH)
2. Gutachter:	Prof. Dr. Alexander Woll Institut für Sport und Sportwissenschaften Universität Konstanz
Tag der mündlichen Prüfung:	26. Januar 2009

Meiner Oma Gerta Marek und meiner Mutter Jana Worek



Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	6
Abbildungsverzeichnis	8
Vorwort	9
Einleitung	10
1 Veränderungen des Tennissports im Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Wandel	14
1.1 Die Entwicklung des Tennissports weltweit	14
1.2 Die Entwicklung des Tennissports deutschlandweit	22
1.3 Veränderungen des Stellenwerts des Sports	27
1.3.1 Strukturmerkmale eines Sportvereins	28
1.3.2 Strukturwandel des Sports in der heutigen Gesellschaft	36
1.3.3 Medienpräsenz	45
1.4 Zusammenfassung	46
2 Das Drop-out	47
2.1 Darstellung der bisherigen Forschungsergebnisse	49
2.2 Theorien und Ansätze zum Thema Bindung	55
2.2.1 Charakterisierung der Stages of Change (Veränderungsphasen)	57
2.2.2 Das Transtheoretische Modell am Beispiel Tennis	58
2.2.3 Die Gefahr des Rückfalls	59
2.2.4 Processes of Change	60
2.2.5 Abhängige Variablen	62
2.3 Die Bedeutung der Sportmotivation	63
2.4 Modelle zur Strukturierung der Merkmalsbereiche und Merkmale des Bindungsprozesses	65
2.5 Modell der Motivation zur Aneignung und Aufrechterhaltung regelmäßiger Sportaktivität	66
2.5.1 Determinanten der Aufrechterhaltung sportlicher Aktivität	67
2.5.2 Kritische Auseinandersetzung mit dem MAARS-Modell	68
2.6 Modell der Untersuchung von Aussteigern und Dabeibleibern im Tennissport	69
2.7 Zusammenfassung	79
3 Social-Marketing-Methoden	81
3.1 Social-Marketing-Modelle	83
3.1.1 Kundenzufriedenheit	85
3.1.2 Kundenbindung	88
3.1.3 Wirkungskette – von der Kundenzufriedenheit zur Kundenbindung	89
3.1.4 Prinzipien der Kundenbindung	91
3.2 Modelle zur Bindung/Gewinnung von Tennisvereinsmitgliedern	92
3.2.1 Tennis in der Schule	92
3.2.2 Konzeption des Deutschen Tennis Bundes	95
3.2.3 Pilotprojekt Tennis 2000+	97
3.2.4 Beispiel eines Erfolgsmodells: Verein Djursholm (Schweden)	98
3.2.5 Aufstellung weiterer Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung	99
3.3 Zusammenfassung	100
4 Konzeption und Datenerhebung der Untersuchung	102
4.1 Untersuchungsziel	102
4.2 Hypothesen	102
4.3 Datenerhebung	104
4.3.1 Durchführung der Untersuchungsstichprobe der Tennisspieler	104
4.3.2 Durchführung der Befragung der Vereine	106
4.4 Konstruktion der Fragebögen	107
4.4.1 Untersuchungsinhalt: Aktiver/ehemaliger Tennisspieler	107
4.4.2 Untersuchungsinhalt: Funktionäre der Tennisvereine	109
4.5 Auftretende Schwierigkeiten	110

4.5.1 Befragung der Mitglieder/Aussteiger	110
4.5.2 Vereinsbefragung	110
4.6 Erfassungsmethoden	110
5 Deskriptive Auswertung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung	113
5.1 Deskriptive Auswertung der Vereinsstichprobe	113
5.1.1 Gründungsjahr der Vereine	113
5.1.2 Lage der Vereine	113
5.1.3 Mitgliedszahlen	114
5.1.4 Mitgliedsbeiträge	115
5.1.5 Angebote	116
5.1.5.1 Werbung und Marketing	116
5.1.5.2 Sportliche und gesellige Angebote	116
5.2 Soziodemographische Merkmale der Mitglieder/Aussteiger	118
5.2.1 Bundesland	119
5.2.2 Alter	119
5.2.3 Geschlecht	120
5.3 Einfluss der ökonomischen und strukturellen Faktoren	120
5.3.1 Bewertung der Tennisanlage	120
5.3.2 Höhe des Jahresbeitrags	124
5.3.3 Engagement des Vorstands	124
5.3.4 Bewertung der Angebote für Mitglieder	125
5.4 Einfluss der personalen Faktoren	127
5.4.1 Physische Faktoren	127
5.4.2 Psychische Faktoren	129
5.4.2.1 Motivations- und Zielvereinbarungen beim Sport	129
5.4.2.2 Verbindlichkeit	132
5.5 Einfluss der sozialen Faktoren auf die Bindung im Tennis	136
5.5.1 Merkmale des Lebensstils außerhalb des Tennisvereins	136
5.5.2 Bewertung der sozialen Strukturen im Tennisverein	138
5.5.2.1 Bewertung des Trainers	138
5.5.2.2 Bewertung der sozialen Einbettung im Verein	139
5.6 Einschätzung der Austrittsgründe: Tennisspieler vs. Sportfunktionäre	142
5.7 Zusammenfassung	144
6 Diskussion der Ergebnisse	146
6.1 Ökonomische und strukturelle Faktoren	146
6.1.1 Bewertung der Tennisanlage	146
6.1.2 Höhe des Jahresbeitrags	147
6.1.3 Engagement des Vorstands	147
6.1.4 Angebote für Mitglieder	147
6.2 Personale Faktoren	148
6.2.1 Physische Faktoren	148
6.2.1.1 Alter	148
6.2.1.2 Geschlecht	152
6.2.1.3 Körperliche Verfassung	153
6.2.1.4 Körperliche Leistungsfähigkeit	154
6.2.1.5 Tennisspezifische Leistungsfähigkeit	154
6.2.2 Psychische Faktoren	155
6.2.2.1 Selbstwirksamkeitserwartung	155
6.2.2.2 Konsequenzerwartungen	156
6.2.2.3 Stresswahrnehmung	156
6.2.2.4 Intention zur regelmäßigen sportlichen Aktivität	157
6.3 Soziale Faktoren	158
6.3.1 Gruppenkohäsion	158
6.3.2 Trainerverhalten	159

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Anzahl der Tennisspieler europaweit.....	17
Tabelle 2 Anzahl der Tennisspieler weltweit.....	18
Tabelle 3 Der durchschnittliche Tennisspieler.....	18
Tabelle 4 Arten von Plätzen und Aktivitäten neben Tennis.....	19
Tabelle 5 Tennis als Lieblingssport.....	20
Tabelle 6 Entwicklung der Mitgliederzahlen.....	22
Tabelle 7 Prozentuale Mitgliederentwicklung im DTB.....	23
Tabelle 8 Entwicklung der Vereinszahl zwischen 1980 und 2006.....	24
Tabelle 9 Entwicklung der Mitgliederzahlen in den 18 Landesverbänden.....	25
Tabelle 10 Mitgliederentwicklung in Hessen und Baden offiziell [1985-2004].....	26
Tabelle 11 Mitgliederentwicklung in Deutschland [1985-2004].....	27
Tabelle 12 Altersstruktur der Mitgliedschaften im Verein.....	30
Tabelle 13 Strukturmerkmale eines Tennisvereins.....	35
Tabelle 14 Bevölkerungsstruktur nach Zahl der Personen.....	41
Tabelle 15 Organisationsgrad.....	42
Tabelle 16 Entwicklung der Übertragungsdauer.....	45
Tabelle 17 Veränderungsphasen.....	57
Tabelle 18 Das Transtheoretische Modell am Beispiel Tennis.....	58
Tabelle 19 Veränderungsstrategien nach Keller.....	60
Tabelle 20 Theorieansätze nach Bruhn.....	84
Tabelle 21 Aktionen des Deutschen Tennis Bundes.....	94
Tabelle 22 Aktionen, aufgeteilt in verschiedene Kategorien.....	97
Tabelle 23 Weitere Aktivitäten des Deutschen Tennis Bundes.....	99
Tabelle 24 Alternativhypothesen bezüglich der Aussteiger und Dabeibleiber.....	103
Tabelle 25 Alternativhypothesen bezüglich der Tennisspieler und der Sportfunktionäre.....	104
Tabelle 26 Bedeutende Aspekte bei der Auswahl der Tennisclubs.....	104
Tabelle 27 Übersicht über die Teilnahme an der Befragung.....	106
Tabelle 28 Faktoren für das Beibehalten oder Abbrechen einer sportlichen Aktivität.....	107
Tabelle 29 Gründungsjahr der Vereine.....	113
Tabelle 30 Mitgliederentwicklung in Hessen und Baden [1985-2004].....	114
Tabelle 31 Mitgliederentwicklung nach Lage des Vereins [1985-2004].....	115
Tabelle 32 Entwicklung des Jahresbeitrags.....	115
Tabelle 33 Art der Werbung.....	116
Tabelle 34 Warum macht Ihr Verein keine Werbung.....	116
Tabelle 35 Verteilung der Befragten: Bundesland.....	119
Tabelle 36 Verteilung der Befragten: Alter der Befragten.....	119
Tabelle 37 Verteilung der Befragten: Geschlecht der Befragten.....	120
Tabelle 38 Verteilung der Befragten: Lage des Tennisvereins.....	121
Tabelle 39 Verteilung der Befragten: Parkmöglichkeiten.....	121
Tabelle 40 Verteilung der Befragten: Tennisplätze.....	122
Tabelle 41 Verteilung der Befragten: Sanitäre Anlagen.....	122
Tabelle 42 Verteilung der Befragten: Umkleidekabinen.....	123
Tabelle 43 Verteilung der Befragten: Gastronomie.....	123
Tabelle 44 Verteilung der Befragten: Jahresbeitrag.....	124
Tabelle 45 Verteilung der Befragten: Engagement des Vorstands.....	124
Tabelle 46 Verteilung der Befragten: Jugendarbeit.....	125
Tabelle 47 Verteilung der Befragten: Tennisangebote.....	126
Tabelle 48 Verteilung der Befragten: Angebote ohne Tennis.....	126
Tabelle 49 Verteilung der Befragten: Körperliche Fitness.....	127

Tabelle 50 Verteilung der Befragten: Regelmäßigkeit der sportlichen Aktivität.....	128
Tabelle 51 Durchführbarkeit von körperlichen Aktivitäten.	128
Tabelle 52 Verteilung: Einstufung der Spielleistung der Befragten.	129
Tabelle 53 Einstellung zum Sport.....	130
Tabelle 54 Verteilung der Befragten: Zufriedenheit mit der eigenen Spielleistung.	130
Tabelle 55 Verteilung der Befragten: Eintrittsgrund.....	131
Tabelle 56 Verteilung der Befragten klassiert nach dem Eintrittsjahr.....	132
Tabelle 57 Verteilung der Aussteiger klassiert nach Austrittsjahr.....	132
Tabelle 58 Verteilung der Mitgliedschaftsdauer klassiert in Zeiträumen.	133
Tabelle 59 Verteilung der Befragten: Bindungsverhalten.	133
Tabelle 60 Verteilung der Befragten: Zeiteinteilung.....	134
Tabelle 61 Verteilung der Befragten: Feste Spielzeiten.	135
Tabelle 62 Verteilung der Befragten: Anzahl des Tennisspielens pro Woche.	135
Tabelle 63 Verteilung der Befragten: Bildung.....	136
Tabelle 64 Verteilung der Befragten: Erwerbstätigkeit.	137
Tabelle 65 Verteilung der Befragten: Netto-Haushaltseinkommen in Euro.	137
Tabelle 66 Verteilung der Befragten: Kompetenz des Trainers.	138
Tabelle 67 Verteilung der Befragten: Persönlichkeit des Trainers.....	139
Tabelle 68 Verteilung der Befragten: Engagement des Trainers.....	139
Tabelle 69 Verteilung der Befragten: Betreuung im Club.....	140
Tabelle 70 Verteilung der Befragten: Atmosphäre im Verein.....	140
Tabelle 71 Verteilung der Befragten: Kontaktfreudigkeit im Club.....	141
Tabelle 72 Die Bewertung von Freundschaften innerhalb des Clubs.....	142
Tabelle 73 Die Bewertung der Unternehmungen außerhalb des Vereins.....	142
Tabelle 74 Austrittsgründe aus Sicht der Vorstandsmitglieder.	143
Tabelle 75 Verteilung der befragten Aussteiger in Bezug auf den Austrittsgrund.	144
Tabelle 76 Selbstwirksamkeitsüberzeugung der Mitglieder und Aussteiger.....	155
Tabelle 77 Lebensereignisse innerhalb der letzten fünf Jahre Teil 1.....	157
Tabelle 78 Lebensereignisse innerhalb der letzten fünf Jahre Teil 2.....	157
Tabelle 79 Vergleich der Austrittsgründe von Vorstandsmitgliedern und Aussteigern.	165
Tabelle 80 Warum hat Tennis an Attraktivität verloren?	170
Tabelle 81 Die beliebteste Sportart im TV.....	170
Tabelle 82 Faktoren, die die Mitgliedschaft positiv beeinflussen.	176
Tabelle 83 Situationsanalyse	181
Tabelle 84 Marketingideen	182

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Ballhaus in Paris.....	14
Abbildung 2 Entwicklung der Sportvereine in Deutschland [1816-2000].....	28
Abbildung 3 „Gründe der Krise“	42
Abbildung 4 Bewegungsmangel als gesellschaftliches Problem.....	44
Abbildung 5 Spiralmodell der „Stages of Change“.....	60
Abbildung 6 Integration von Stufen und wesentlichen Veränderungsstrategien.	61
Abbildung 7 Das MAARS-Modell nach Fuchs 1997.....	66
Abbildung 8 Bindungs- und Drop-out-Faktoren nach Woll 2004.....	69
Abbildung 9 Determinanten der Aufrechterhaltung regelmäßigen Tennisspielens	78
Abbildung 10 „Schritte des Social-Marketing-Managementprozesses“.....	84
Abbildung 11 „Kundenzufriedenheitsanalyse“.....	87
Abbildung 12 „Loyalitätsleiter“	89
Abbildung 13 Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt im Tennis	92
Abbildung 14 Verteilung der Befragten: Lage und Größe des Vereins.....	106
Abbildung 15 Rücklaufquote der Vereine: Lage und Größe des Vereins.	106
Abbildung 16 Lage des Vereins.	114
Abbildung 17 Angebote Tennis.	117
Abbildung 18 Sportliche Angebote.	117
Abbildung 19 Nicht-sportliche Angebote.....	118
Abbildung 20 Verteilung der Stichprobe.....	118
Abbildung 21 Frage nach dem Austrittsgrund.	143
Abbildung 22 Finanzielle Gründe als Ausstiegsgrund?.....	167
Abbildung 23 Verlust des Spaßfaktors als Austrittsgrund?.....	168
Abbildung 24 Die Mitgliedsstruktur als Austrittsgrund?.....	168
Abbildung 25 Die Vorstandsarbeit als Ausstiegsgrund?	168
Abbildung 26 Hat Tennis an Attraktivität verloren?	169

Vorwort

Mein spezieller Dank gilt an dieser Stelle vor allem Herrn Prof. Dr. Alexander Woll und Herrn Prof. Dr. Klaus Bös, die mir in unserer Zusammenarbeit die notwendigen Arbeitsbedingungen für die Erstellung dieser Dissertation ermöglichten und mich mit zahlreichen richtungsweisenden und fachkundigen Anregungen unterstützten.

Außerdem danke ich den teilnehmenden Tennisvereinen sowie allen aktiven und ehemaligen Tennisspielern, die sich an der Studie beteiligt haben.

Darüber hinaus danke ich meinen Freunden, vor allem Helena Kreuels, Frank Schrode und Evelyn Torka, für ihre großartige Unterstützung, ihre Geduld, Kritik und die zahlreichen Stunden des Zuhörens.

Ein ganz besonderes Dankeschön möchte ich an meine Familie richten. Ihre uneingeschränkte Förderung meiner Ausbildung und ihr liebevoller Beistand hat die Anfertigung der vorliegenden Arbeit erst ermöglicht. Speziell meine Mutter, Jana Worek, hat sich sehr viel Zeit genommen, um mich hauptsächlich durch konstruktive Diskussionen, wichtige Korrekturhinweise und ermunternde Worte zu unterstützen.

Daniela Worek

Einleitung

Problemstellung

Tennis war viele Jahre lang eine der beliebtesten Sportarten – Millionen von Fans saßen gebannt vor dem Fernseher, fieberten mit ihren Tennisidolen mit und strömten auf die Tennisplätze. Vor allem im Zeitraum von 1980 bis 1995 entwickelte sich Tennis in der Bundesrepublik Deutschland von einer Randsportart zu einer der populärsten Sportarten. In dieser Zeit verdoppelte sich die Anzahl der Mitglieder von 1 Million auf ca. 2.2 Millionen. Von 1994 bis heute musste der Deutsche Tennis Bund einen deutlichen Mitgliederschwund hinnehmen. Prognosen aus den 90er Jahren (u.a. Sklorz 1993, 78), nach denen Tennis auch nach dem Jahr 2000 kräftig wachsen würde, wurden durch die reale Entwicklung widerlegt.

Ausgehend von den Mitgliederzahlen, ist der DTB¹ in Deutschland der drittgrößte Verband, weltweit sogar der mitgliederstärkste Tennisverband. Aktuell liegt die Mitgliederzahl des DTBs bei ca. 1,7 Millionen. Nachdem jahrelang das Angebot geringer als die Nachfrage war, hat sich das Bild inzwischen grundlegend gewandelt. Dabei sind regionale Unterschiede, u.a. zwischen Stadt- und Landvereinen, aber auch die Abhängigkeit von der Vereinsgröße und den verschiedenen Alters- bzw. Zielgruppen deutlich erkennbar. Trotz dieser differentiellen Aspekte ist deutlich, dass sich der Tennismarkt offensichtlich drastisch verändert hat, so dass hier die Drop-out-Problematik im weiteren Verlauf der vorgelegten Dissertation betrachtet wird.

Zielsetzung und Motivation zur vorgelegten Arbeit

Aufgrund des Überangebots von Tennisvereinen wird der „Wandel von einem Verkäufermarkt hin zu einem Käufermarkt“ (Woll 2002, 121) analysiert. Desweiteren werden Konzepte zur Lösung dieses Zielkonflikts vorgelegt und kritisch ausgearbeitet. Die Bindungsbereitschaft wird im Hinblick auf Tennisvereine durchleuchtet, wobei ein besonderes Augenmerk auf vereinsinterne Faktoren, persönliche Motivationen sowie externe Faktoren, wie z.B. Konkurrenzsportarten und Freizeitangebote geworfen wird. Weiterhin werden die Jugendarbeit und die Individualisierung der Sportarten untersucht. Die Konsequenzen sind immanant: Finanzielle Auswirkungen für den einzelnen Club sowie der personelle Talentnachwuchs für den DTB sind nicht zu vernachlässigen. Schwachstellen bei den Vereinen müssen identifiziert, analysiert und behoben werden, um Tennis in den Vereinen der soziodemographischen Entwicklung anzupassen: Hier finden sogenannte Social-Marketing – Konzepte ihre Anwendung.

¹ DTB = Deutscher Tennis Bund.

Unterstützend soll das Transtheoretische Modell von Prochaska und DiClemente (1983) auf bedeutende Phasen in der Verhaltensänderung im Zusammenhang mit einem erfolgreichen Bindungsverhalten an einen Verein hinweisen. Das Modell postuliert, dass sich die Motivationslage zur Verhaltensänderung distinkten Stufen zuordnen lässt. Dieses Modell könnte einen Beitrag dazu leisten, dass effektiver auf eine Person eingegangen werden kann, um dadurch den Austritt aus dem Tennisverein zu verhindern. Die Adherence²-Forschung begann in Amerika bereits in den 70er Jahren, als die Drop-out³-Problematik im medizinischen Bereich untersucht wurde. Man stellte fest, dass Rauchen, sportliche Inaktivität und schlechte Ernährung zu den führenden Verhaltensweisen zählen, die das Risiko vermeidbarer Erkrankungen bis hin zum Tod erhöhen (Nigg 2001). Durch die zahlreichen Forschungen über das Abbrechen von Sportprogrammen fand man heraus, dass bis zu 50% jener, die ein gesundheits- bzw. fitnessbezogenes Sportprogramm begonnen hatten, dieses innerhalb der ersten sechs Monate abbrachen (Dishman 1991). Aufgrund vorliegender Studien kann man davon ausgehen, dass es einen engen Zusammenhang zwischen dem Bindungsverhalten, den situativen Bedingungen der sportlichen Aktivität, den personalen Merkmalen des Sporttreibens sowie den externen Faktoren gibt (Eberhardt 1995).

Als begeisterte Tennisspielerin und –trainerin, die dem Tennissport schon von Kindesbeinen an verbunden ist, ist es mir ein persönliches Bedürfnis zu erforschen, welche Gründe zum Rückgang von Tennisspielern führten und welche Faktoren den Sport für den Einzelnen wieder populärer machen.

² „Adherence“ wird im Deutschen mit „Bindung“ übersetzt.

³ "to drop out" kommt aus dem Englischen und wird laut Duden Oxford mit "herausfallen", "seine Teilnahme absagen" oder auch "aussteigen" übersetzt (Duden Oxford, 1991, 184). Der Duden definiert einen Drop-out als "jemand, der aus der sozialen Gruppe ausbricht, in der er integriert war" (Duden, 1997, 207).

Aufbau und Konzeption der Dissertation

Die vorgelegte Arbeit zeigt Austrittsgründe von Mitgliedern auf und leitet basierend auf einer empirischen Statistik Methoden zur Rückgewinnung und -bindung an den Tennisclub ab; statistisch analysiert werden die zentralen Merkmale Kundenzufriedenheit und Kundenbindung durch die folgenden beiden übergeordneten Fragen:

1. Gibt es signifikante Unterschiede zwischen Aussteigern⁴ und Mitgliedern⁵ von Tennisvereinen hinsichtlich interner und externer Kriterien, die die Mitgliedschaft beeinflussen?
2. Welche Bereiche sind aus Sicht der Sportfunktionäre bzw. der Tennisspieler für eine langjährige Mitgliedschaft bedeutsam?

Die Dissertation unterteilt sich, wie im weiteren Verlauf kurz dargestellt, in Theorie (Kapitel I – III) und Empirie (Kapitel IV – VIII): Kapitel I beschreibt die Entwicklung des Tennissports bis hin zum heutigen Stellenwert einschließlich eines internationalen Vergleiches sowie die Vereinsentwicklung innerhalb des DTBs. Des Weiteren erfolgt eine Strukturanalyse der Vereine, eine Merkmalsanalyse sortiert nach internen sowie externen Faktoren. Es werden Antworten auf folgende Fragen gefunden:

1. Welche aktuellen Entwicklungen gibt es im Tennissport?
2. Wie stellen sich die spezifischen Bedingungen der sportlichen Aktivität in einem Tennisclub dar?

Kapitel II behandelt die Drop-out-Problematik und erarbeitet Merkmale für Drop-out und Bindung. Weiterhin wird auf folgende Fragen eingegangen:

1. Was ist Drop-out generell, was charakteristisch?
2. Was lässt sich über den Bindungsprozess sagen?
3. Welche Merkmale beeinflussen den Bindungsprozess?
4. Welche dieser Merkmale beeinflussen das Bindungsverhalten günstig bzw. ungünstig?

Um diese Fragen zu beantworten, werden die in der Literatur bekannten Beschreibungen der Begriffe Drop-Out und Adherence sowie bereits bekannte Modelle zu diesem Thema darge-

⁴ Definition **Aussteiger** in dieser Studie: Ein Tennisspieler, der Mitglied in einem Tennisverein war und aus diesem ausgetreten ist; darunter zählen sowohl Tennisspieler, die dem Tennissport den Rücken gekehrt haben, als auch jene, die einem anderen Verein beigetreten sind.

⁵ Definition **Mitglieder** in dieser Studie: Ein Tennisspieler, der zum Zeitpunkt der Befragung Mitglied eines Tennisvereins ist; dabei wurde kein Unterschied zwischen einem *passiv* gemeldeten und einem *aktiv* gemeldeten Mitglied gemacht.

stellt. Hierbei wird insbesondere auf das TTM eingegangen, welches von Prochaska und DiClemente 1983 an der Universität Rhode Island entwickelt wurde.

Kapitel III stellt den theoretischen Hintergrund bezüglich moderner Marketingmethoden sowie Praxisbeispiele, die Tennisvereinen Anregungen zu einer erfolgreichen Mitgliederakquisition und –bindung geben können, dar.

Der empirische Teil besteht aus der Konzeption der Untersuchung (Kapitel IV) sowie den Ergebnissen dieser (Kapitel V-VI). Dabei werden in Kapitel IV die:

1. Untersuchungsziele,
 2. Untersuchungsinhalte,
 3. Hypothesen,
- sowie
4. die Datenerhebung und Erfassungsmethoden
 5. die teilnehmenden Vereine
 6. die teilnehmenden Tennisspieler
- beschrieben.

Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen sowie den Ergebnissen der Arbeit, werden in Kapitel VII konkrete Umsetzungsversuche der Social Marketingmaßnahmen im Tennisverein dargestellt. Die Zusammenfassung und ein Zukunftsausblick sollen das Kapitel und die Arbeit abrunden.

1 Veränderungen des Tennissports im Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Wandel

1.1 Die Entwicklung des Tennissports weltweit

Erste Inszenierungen von tennis- und federballähnlichen Spielen, wie z.B. Ullamaltzli, gab es bereits im 2. Jahrhundert vor Christus (Kähler 1988). Im 11. Jahrhundert wurde *Juego de Pelota*, das Spiel mit dem Ball, gespielt. Hierbei prellten sich zwei Teams, zunächst mit der flachen Hand, ab dem 12. Jahrhundert dann mit Handtellern, einen Ball zu. Aus diesem Spiel, dem *Jeux de Paume*⁶, entwickelte sich das heutige Tennis⁷.



Abbildung 1 Ballhaus in Paris
(Gillmeister, 1990)

Tennis wurde ab dem 15. Jahrhundert mit Schlägern gespielt, die mit Rosshaar bespannt waren und mit Leder- oder mit lederumwickelten Korkbälle. Bis die ersten Gummibälle auf den Markt kamen, wurde Tennis nur in Ballhäusern gespielt. Als Grundregel galt damals schon, dass der Ball höchstens einmal aufspringen durfte. Da die Ballhäuser meist dunkelfarbig waren, wurde in weißer Kleidung gespielt, woher die Bezeichnung *Weißer Sport* stammt.

Nachdem Tennis anfangs nur für Könige und sehr reiche Menschen erschwinglich war, verbreiteten englische Kurgäste Tennis ab dem 19. Jahrhundert auf dem Kontinent, wo es sich in den feinen Kreisen bald als galantes Amusement etablierte. 1874 wurden nach dem britischen Major Wingfield feste Regeln und einheitliche Maße für den Platz neu vereinbart. In dieser Zeit ging es bei den verschiedenen Rückschlagspielformen primär um das Aufrechterhalten des Ballwechsels. Seitdem wird vom Lawn-Tennis oder einfach vom Tennis, das dem entspricht, was wir heute kennen und spielen, gesprochen. Mit der Weiterentwicklung der Rückschlagspiele vor 200 Jahren veränderte sich die Spielidee vom Miteinanderspielen zum Gegeneinanderspielen im Sinne des Ausspielens und Übertreffens. Daraus entwickelten sich allgemein geltende Regeln, die Bälle, Raummaß, Hindernishöhe, Beziehung der Spieler zueinander und die Zählweise für den Spielverlauf normierten. Das Wettkampfspiel optimierte sich besonders durch die Weiterentwicklung der Regeln sowie des Schläger- und Ballmaterials (Kröner 1982).

Schauplatz des ersten Tennisspiels auf dem europäischen Kontinent war der Kurpark in Bad Homburg 1876 (Gillmeister 1985). Die erste Weltmeisterschaft der Herren fand 1877 in

⁶ = franz. "Handteller".

⁷ Die Bezeichnung „Tennis“ leitet sich von „Tenez“ = franz. "hältet, fangt" ab.

Wimbledon, Großbritannien statt, bereits sieben Jahre später folgte die erste Weltmeisterschaft der Damen. Im Mai 1881 wurde in den USA der erste Tennisverband gegründet. Neun Jahre später stiftete der 21-jährige Student Davis \$1000 eine Trophäe für den Sieger; daraus entwickelte sich der Davis Cup, der 1903 für die ganze Welt geöffnet wurde. Deutschland spielte 1913 zum ersten Mal mit, konnte die Trophäe aber erst 88 Jahre nach Gründung des Turniers gewinnen⁸.

Von 1896 bis 1924 galt Tennis als offizielle olympische Disziplin, wurde dann allerdings aus dem Programm gestrichen und kehrte 1988 in die olympischen Stadien zurück. Der Deutsche Lawn Tennis Bund, dessen 1. Vorsitzende Graf Carl August von der Meden war, wurde am 19. Mai 1902 mit 23 Clubs von zwölf Herren in Berlin gegründet; in den Jahren zwischen 1992 und 1994 hatte der DTB über 10.000 Vereine. Nach von der Meden wurden auch die heutigen Medenspiele benannt, die ursprünglich Spiele der Herrenmeisterschaft der Vereine waren. Die Spiele wurden 1921 nach einer Unterbrechung von sieben Jahren und nach einer weiteren Pause während der Jahre 1943 - 1947 im Jahre 1948 wieder aufgenommen.

Die Zahl der Mitglieder⁹ in den Tennisvereinen entwickelte sich nach der Neugründung des DTBs im Jahr 1949 stetig nach oben und wurde zu einer der populärsten Sportarten. Seinen höchsten Mitgliederstand erreichte der DTB mit 2,3 Millionen im Jahr 1994. In den letzten Jahren ist ein Rückgang der Mitgliederzahlen zu verzeichnen, der den Tennissport zu einem Umdenken auffordert. Trotz der Rückläufigkeit von Mitgliedern, zählt Tennis zu den beliebtesten Sportarten auf der Welt und wird in sehr vielen Ländern betrieben.

Tennis wird hauptsächlich von den folgenden drei Hauptverbänden organisiert:

1. Die Dachorganisation der nationalen Tennisverbände, die International Lawn Tennis Federation¹⁰, wurde 1913 in Paris gegründet; seit 1977 wird auf *Lawn* im Namen verzichtet. Die ITF¹¹ ist ein Tennisweltverband und somit die Dachorganisation von 196 nationalen Tennisverbänden, die dem Dachverband hauptsächlich beitraten, um ein strukturiertes Spiel zu gewährleisten. Als einer der größten Verbände der Welt organisiert die ITF die wichtigsten Tennisturniere, wie z.B. den Davis Cup¹², den Fed Cup¹³ und zusammen mit den Veranstaltern von Melbourne, Paris, Wimbledon und New York die vier Grand Slam-Turniere. Außerdem ist die ITF für das Olympische Tennisturnier sowie für weltweit aus-

⁸ Deutschland gewann den Davis Cup 1988, 1989 und 1993.

⁹ Wenn in der Arbeit ausschließlich die *Männlichkeit* angesprochen zu sein scheint, sind selbstverständlich beide Geschlechter gemeint – nur der leichteren Lesbarkeit zuliebe habe ich auf das Ausschreiben beider Formulierungen jeweils verzichtet.

¹⁰ Abkürzung: ILTF.

¹¹ Der aktuelle Präsident der ITF ist Francesco Ricci Bitti (2007).

¹² Im Jahr 2000 haben 136 Nationen am Davis Cup teilgenommen.

¹³ 2000 gab es mit 103 Nationen einen neuen Rekord.

getragene Jugendtennisturniere verantwortlich. Zwischen 1986 und 2005 unterstützte die ITF Aktivitäten bezüglich der Entwicklungen im Tennissport in weltweit 150 Ländern mit knapp \$ 57 Mio.

2. Die zweite große Organisation ist die ATP¹⁴, sie wurde 1972 gegründet und organisiert die Tour der männlichen Tennisprofis, außer den vier Grand Slams auf drei verschiedenen Ebenen: Die International Series, die International Series Gold und die Masters Series. Der Höhepunkt der ATP-Saison ist das ATP-Finale der acht besten Tennisspieler der Welt.
3. Das Äquivalent zur ATP ist die Sanex WTA Tour, die dritte große Organisation; sie ist für die professionellen Tennisspielerinnen zuständig. Die WTA ist eine Non-Profit-Organisation und hat ihren Sitz in St. Petersburg, Florida und London, England. Der Höhepunkt der WTA Tour, mit welchem die Tour endet, sind die Sanex Championchips.

Die ITF, die ATP und die WTA stimmen ihre Termine gegenseitig ab, um den TennisspielerInnen eine reibungslose Tour gewährleisten zu können.

In den frühen siebziger Jahren sah der Tennissport einigen ernst zu nehmenden Problemen entgegen, da die einzelnen Nationen nicht kooperierten. Die theoretische Macht der ITF hing von den wechselnden Präsidenten, die hauptsächlich aus Amerika, England, Australien und Frankreich stammten, ab. Auf Vorschlag von Joseph Dunkel aus Luxemburg fanden ab 1973 freundschaftliche Treffen der europäischen Länder statt. Zur gleichen Zeit entstand ein weiteres Problem, das die Gründung der World Team Tennis League in den USA betraf. Man wollte kleine Teams bilden, die von Mai bis September pro Jahr für viel Geld gegeneinander spielen sollten. Man befürchtete, dass durch die Einführung des Wettkampfs nicht nur der komplette ITF/WCT Circuit in Europa, und teilweise auch in den USA zerstört worden wäre, sondern auch der Davis Cup. Angesichts der oben geschilderten Entwicklung, wurde auf Anstoß der Schwedischen Tennis Association am 14.12.1973 ein Treffen in Hannover organisiert, an welchem 22 Delegierte aus elf verschiedenen europäischen Ländern beteiligt waren, um zu kooperieren. So entstand die ETA¹⁵ mit Sitz in Basel, welche sich um die speziellen europäischen Interessen der Spieler und Turnierveranstalter bemüht. Die ETA passte sich dem Zukunftstrend an und investierte in Aktivitäten, die weit über das traditionelle Tennisspiel hinausgingen, z.B. ins Kardio-, Beach- und ins Straßentennis. In den letzten Jahren wurde vom ITF/Europe Tennis Development Programme über \$ 7 Mio. investiert, um Tennis in Europa voranzutreiben.

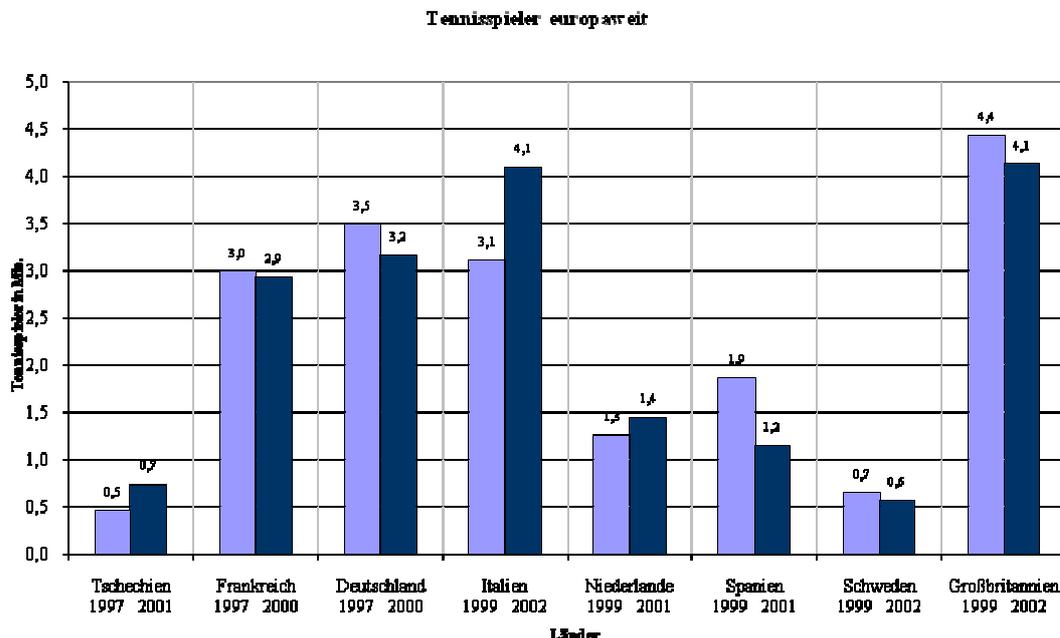
¹⁴ Association of Tennis Professionals.

¹⁵ ETA ist die Abkürzung für European Tennis Association. John James, der aktuelle Präsident (2007), ist um 49 europäische Nationen mit 26.000.000 Spielern bemüht.

Von 1997 bis 2002 hat die ITF eine Analyse über den Trend des Tennissports in 22 Ländern durchgeführt. Dabei wurden in jedem dieser Länder über 2000 Interviews gemacht, 14 dieser Länder wurden sogar zweimal untersucht, um Veränderungen innerhalb der untersuchten Jahre herauszufinden. Die Interviews wurden zufällig und repräsentativ für die gesamte Bevölkerung gemacht. Um sicherzustellen, dass nur regelmäßig spielende Tennisspieler in die Untersuchung einbezogen werden, wurden nur Tennisspieler befragt, die im vergangenen Jahr öfter als viermal Tennis spielten. Außerdem sollten sie zwölf Jahre und älter sein. In Russland, Chile und in der Tschechischen Republik wurden im Jahre 2001 keine vollständigen Interviews durchgeführt.

Die folgenden Tabellen¹⁶ verdeutlichen, dass man nicht grundsätzlich von einem weltweit negativen Trend im Tennis sprechen kann. Während die Mitgliederentwicklung in Frankreich, Deutschland, Spanien, Schweden und in Großbritannien rückläufig ist, sind die Zahlen der Tennisspieler in den Niederlanden, in Chile, Argentinien, Italien, Australien, Tschechien, Kanada und Japan sogar gestiegen.

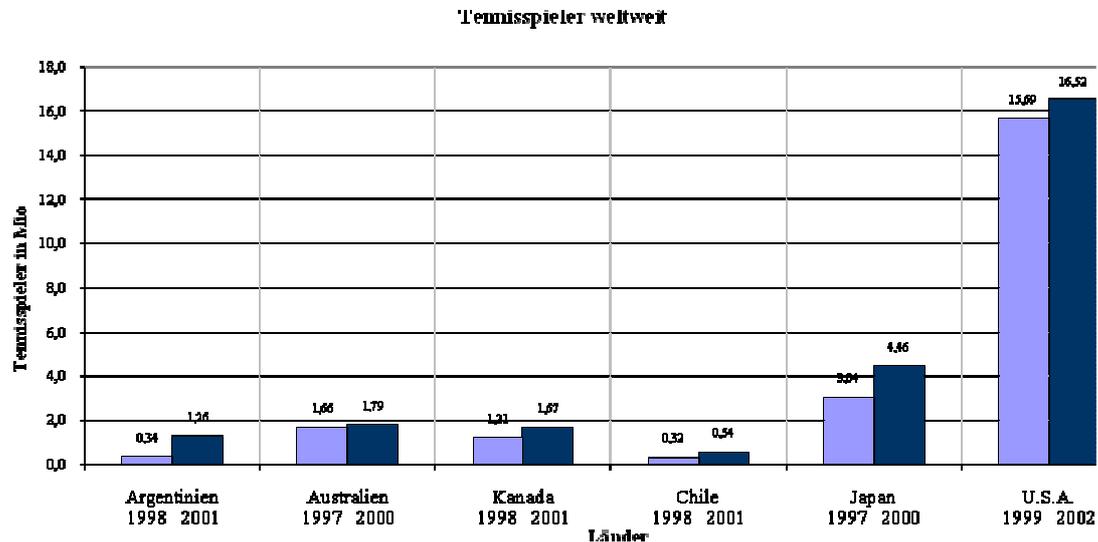
Tabelle 1 Anzahl der Tennisspieler europaweit (ITF 2002).



¹⁶ Tennis Beyond 2000 - A Report on International Tennis Participation and Attitude Trends 1997 to 2002.

Besonders auffällig ist der enorme Sprung in Italien (von 3,1 Mio. auf 4,1 Mio.), in Japan (von 3,0 Mio. auf 4,5 Mio.), in Argentinien (von 0,3 Mio. auf 1,3 Mio.) und in den USA (von 15,7 Mio. auf 16,5 Mio.).

Tabelle 2 Anzahl der Tennisspieler weltweit.



Die Studie versuchte ein Bild des durchschnittlichen Tennisspielers zu erstellen, welches in Tabelle 3 dargestellt ist. Da die Anzahl der aktiven Tennisspieler pro Land nicht vorlag, konnte kein exaktes Durchschnittsalter errechnet werden; zentriert auf das Jahr 2000 lässt sich aber ein Durchschnittsalter von 31,75 Jahren unter den Tennisspielern weltweit ermitteln. Es ist auffällig, dass die Anzahl der männlichen Tennisspieler, mit Ausnahme von Australien und Japan, pro Land deutlich höher ist als die Anzahl der weiblichen Tennisspieler.

Tabelle 3 Der durchschnittliche Tennisspieler (ITF 2002).

Der durchschnittliche Tennisspieler				
Land	Jahr	Geschlecht	Durchschnittsalter	Die durchschnittliche Anzahl des Tennisspielens pro Jahr
Argentinien	1998	52:48	32	68
	2001	62:38	35	63
Australien	1997	49:51	34	40
	2000	50:50	34	40
Brasilien	2001	72:28	34	91
Kanada	1998	62:38	30	25
	2001	61:39	29	26
Chile	1997	82:18	24	67
Tschechien	1997	79:21	33	49
Frankreich	1997	63:37	30	47
	2000	64:36	32	44
Deutschland	1997	65:35	35	73
	2000	61:39	31	77
Italien	1999	79:21	35	110
	2002	69:31	38	87
Japan	1997	40:60	33	83
	2000	48:52	35	46
Mexiko	1999	63:37	30	54

Marokko	1997	85:15	21	166
Niederlande	1998	51:49	39	46
	2001	51:49	41	52
Singapur	1999	69:31	29	30
Süd Afrika	1998	57:43	32	67
Süd Korea	1999	61:39	33	46
Spanien	1998	68:32	26	48
	2001	70:30	30	44
Schweden	1999	84:16	34	30
	2002	74:26	34	33
GB	1999	52:48	31	33
	2002	60:40	31	30
USA	1999	56:44	32	38
	2002	53:47	36	42

Die Anzahl der Tennismatches pro Jahr variiert weltweit deutlich; mit derselben Methode, mit welcher der Altersdurchschnitt berechnet wurde, konnte eine durchschnittlich gewichtete, auf das Jahr 2000 gerechnete Matchanzahl von 59,76 Spielen errechnet werden. Während Tennisspieler in Marokko im Durchschnitt ca. 2x pro Woche Tennis spielen, liegt die Zahl in Kanada mit ca. 1x in 14 Tagen deutlich darunter. Deutsche Tennisspieler bewegen sich mit 1,5 Matches pro Woche im oberen Bereich.

Welche Tennisplätze Tennisspieler weltweit nutzen und welchen Aktivitäten sie neben Tennis noch nachgehen, wird auf Tabelle 4 dargestellt.

Tabelle 4 Arten von Plätzen und Aktivitäten, die neben Tennis ausgeübt werden (ITF 2002).

Arten von Plätzen und Aktivitäten, die neben Tennis ausgeübt werden				
Land	Jahr	% der Spieler, die in einem privaten Club spielen	% der Spieler, die auf öffentlichen Plätzen spielen	Liebblingsaktivitäten neben Tennis
Argentinien	1998	82	11	Fußball
	2001	76	14	Fußball
Australien	1997	31	51	Schwimmen
	2000	31	52	Schwimmen
Brasilien	2001	63	23	Kino
Kanada	1998	16	75	Golf
	2001	9	88	Ski/Snowboard
Chile	1997	84	11	Kino
Tschechien	1997	15	67	Fußball
Frankreich	1997	42	42	Fußball
	2000	32	53	Schwimmen
Deutschland	1997	67	27	Fahrradfahren
	2000	73	22	Restaurants
Italien	1999	81	17	Fußball
	2002	79	18	Fußball
Japan	1997	37	52	Schwimmen
	2000	33	45	Schwimmen
Mexiko	1999	68	12	Fußball
Marokko	1997	96	3	Fußball
Niederlande	1998	66	20	Radfahren
	2001	72	12	Radfahren
Singapur	1999	23	30	Kino
Süd Afrika	1998	38	43	Schwimmen
Süd Korea	1999	3	56	Bars/Nachtclubs
Spanien	1998	34	45	Fußball
	2001	39	42	Fußball
Schweden	1999	23	48	Fußball
	2002	34	33	Fußball
GB	1999	30	50	Fußball

	2002	39	50	Fußball
USA	1999	26	64	Basketball
	2002	30	58	Basketball

Sportarten wie Fußball, Schwimmen und Radfahren sind sehr beliebt und bieten Tennis eine enorme Konkurrenz. Aber auch Aktivitäten, die keinen Bezug zum Sport aufweisen, wie z.B. Restaurantbesuche, erfreuen sich in Deutschland großer Beliebtheit. Um den Zukunftstrend des Tennissports erfassen zu können, gilt die Beliebtheit des Tennisspiels bei den Tennisspielern als wichtiger Indikator. So konnte man in Tabelle 5 folgende Einstufung machen:

□ *Tennis gehört genauso wie ein anderer Sport zu meinen Lieblingssportarten*

□ *Tennis ist mein Lieblingssport*

□ *Ein anderer Sport ist mein Lieblingssport*

Während in Entwicklungsländern lebende Tennisspieler Tennis größtenteils zu ihrer Lieblingssportart wählten, schnitt der Tennissport in den *Tennisnationen* wie Frankreich, Spanien, GB und USA recht schwach ab.

Tabelle 5 Tennis als Lieblingssport (ITF 2002).

Tennis als Lieblingssport				
Land	Jahr	% Tennis/ andere Sportart - genauso beliebt	Tennis als Lieblingssportart in %	Andere Sportart als Lieblingssportart in %
Argentinien	1998	47	35	18
	2001	36	41	22
Australien	1997	35	36	29
	2000	42	31	27
Brasilien	2001	24	60	16
Kanada	1998	38	15	47
	2001	38	14	48
Chile	1997	26	35	39
Tschechien	1997	58	27	16
Frankreich	1997	49	24	27
	2000	56	25	19
Deutschland	1997	49	28	23
	2000	33	50	17
Italien	1999	47	44	9
	2002	42	45	13
Japan	1997	58	32	9
	2000	66	25	10
Mexiko	1999	42	32	26
Niederlande	1998	44	24	33
	2001	35	34	31
Singapur	1999	46	25	29
Süd Afrika	1998	25	54	21
Süd Korea	1999	45	42	13
Spanien	1998	67	11	22
	2001	57	21	22
Schweden	1999	49	17	34
	2002	45	20	35
GB	1999	32	22	46

	2002	41	22	38
USA	1999	34	26	40
	2002	34	29	37

Nur ein Viertel dieser Tennisspieler gab an, dass Tennis ihr Lieblingssport sei. In Deutschland war die Zahl der Tennisspieler, die Tennis favorisierten, im Jahr 2000 mit 50% erstaunlich hoch. Grundsätzlich scheint die Situation von Tennis weltweit nicht so schlecht zu sein, wie man beim ersten Betrachten meinen könnte. Tatsächlich hat sich die Zahl der Tennisspieler in einigen Ländern faktisch verringert, aber dennoch kann sich Tennis gegen andere Sportarten durchsetzen. Einige Merkmale, die in der ITF-Studie untersucht wurden, könnten wichtige, nützliche Indikatoren für die zukünftige Entwicklung des Tennissports sein. So lohnt sich z.B. ein Blick auf die Tatsache, dass es in den stärkeren Ligen einiger Länder wie Brasilien, Chile, Italien und Süd Afrika eine hohe Beteiligung gibt, während andere Länder wie Großbritannien, Kanada, Schweden und Tschechien gerade in den niedrigeren Klassen relativ wenige Tennisspieler haben. Ob die Zahlen allerdings in direkter Verbindung zum Erfolg der Top-Ten-Spieler¹⁷ stehen, müsste noch genau untersucht werden. Sicherlich fördern eine starke Medienpräsenz und ein Sportler, mit dem die Menschen mitfiebern können, das Interesse an einer Sportart, wie z.B. Ullrich im Radsport und Hannawald im Skispringen. Das bestätigt der Anstieg der Zahl der argentinischen Tennisspieler im Jahr 2005. Damals zählten vier Argentinier zu den besten 15 Tennisspielern der Welt. Ob die Zahlen der Tennisspieler im direkten Zusammenhang mit den Profispielern stehen, lässt sich mit den Zahlen Deutschlands, Spaniens und Tschechiens nicht zwingend bestätigen. So gab es in der Zeit von Navratilova, Lendl und später dann Krajicek in Tschechien weniger Anhänger des Tennissports als heute. In Deutschland sanken die Mitgliederzahlen des DTBs, obwohl auch die neue Generation, zu der z.B. Haas, Kiefer und Schüttler zählen, erfolgreich war. Ebenso in Spanien, obwohl die Spanier jahrelang an der Spitze agierten. Auch als die Amerikaner, mit fünf Top-Ten-Spielern und zwei Top-Ten-Spielerinnen in der Weltrangliste¹⁸ vertreten waren, ließen sich dadurch nicht deutlich mehr Menschen zum Tennisspielen anregen als zuvor. Dies deutet darauf hin, dass die Leistung der Profis nicht allein für den Erfolg einer Sportart ausschlaggebend ist. Neben den vielen Faktoren, die sich einerseits direkt auf die Sportart beziehen und andererseits gesellschaftsabhängig sind, können u.a. das Charisma der Sportler, die Identifikationsmöglichkeit mit diesen sowie die Art der Berichterstattung von großer Bedeutung sein; ein Beispiel hierfür sei die Handballweltmeisterschaft, die als *Wintermärchen* aufgezogen wurde und kurzfristig für eine Fortsetzung der Fußballweltmeisterschaftseuphorie von 2006 sorgte. Auch hier stellt sich jedoch die Frage der *Nachhaltigkeit* bezüglich der Mitgliederwerbung.

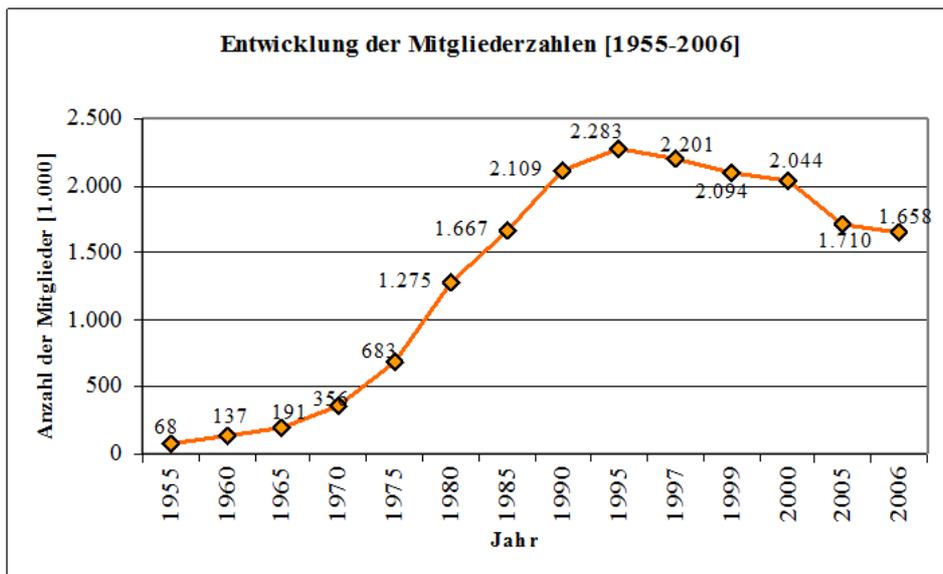
¹⁷ Zu den Top-Ten-Spielern gehören die zehn besten Spieler auf der Weltrangliste.

¹⁸ Weltranglistenstand: 20.10.2004 (FAZ).

1.2 Die Entwicklung des Tennissports deutschlandweit

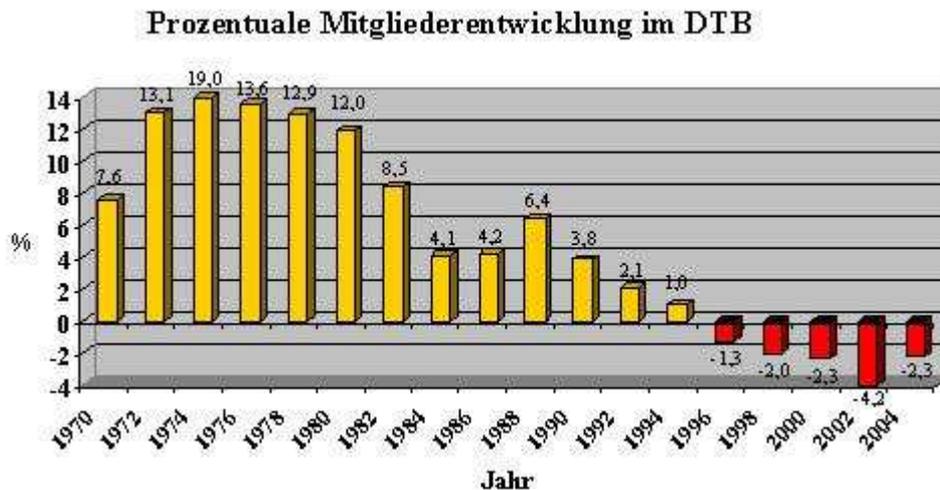
Bezüglich der Entwicklung des Tennissports in Deutschland lässt sich festhalten, dass Tennis über viele Jahre hinweg eine der populärsten Sportarten war – Millionen von Tennisbegeisterten fieberten mit ihren Tennisdolonen mit und belagerten gleichfalls die Tennisplätze. Nachdem Tennis in der Folgezeit der Entstehungsphase elitär gewesen ist, stiegen die Mitgliederzahlen des DTBs seit dem II. Weltkrieg kontinuierlich an und Tennis wurde zum *großbürgerlichen Sport*. Die Zahl der Tennisspieler, die sich den Tennisclubs anschlossen, stieg von 1949 bis 1994 auf 2.299.553 und die Marke von 10.000 Vereinen konnte 1994 erstmals in der Geschichte des DTBs überschritten werden (DTB 2001). In den 70er Jahren wurde Tennis für den Breitensport geöffnet und so wuchs die Zahl der Tennisspieler aus der Mittelschicht enorm an. Dies drückte sich sehr deutlich in der Steigerung von 1.943.553 neuen Mitgliedern zwischen 1970 und 1994 aus.

Tabelle 6 Entwicklung der Mitgliederzahlen (DTB 2007).



Dabei kamen ein paar Mitglieder durch die Wiedervereinigung 1990 hinzu. Bezieht man die Anzahl der Tennisspieler auf die damalige deutsche Bevölkerungsrate von ca. 60 Millionen, so stellt man fest, dass jeder 40. deutsche Bundesbürger Anfang der 80er Jahre Tennis spielte. Tennisinteressierte mussten sich bei vielen Vereinen auf die Warteliste setzen lassen und Vereinsanteile kaufen, um Mitglied werden zu können. Sportgeschäfte erzielten mit dem Verkauf von Tennisartikeln enorme Gewinne, im Fernsehen war Tennis ständig präsent. Die Mitgliederzahlen stiegen Anfang der 50er Jahre jährlich um ca. 17%. Einen weiteren derart hohen Anstieg gab es in den 70er Jahren (DTB 2006). Der enorme Anstieg der Mitgliederzahlen, bei dem die Millionengrenze übersprungen wurde, konnte, wie aus Tabelle 6 ersichtlich ist, bereits vor den Erfolgen von Becker und Graf verzeichnet werden.

Tabelle 7 Prozentuale Mitgliederentwicklung im DTB (DTB 2006).



Parallel zu der Zahl der Mitglieder stieg die Zahl der Mannschaften stetig an. 2004 nahmen ca. 18 Millionen Vereinsmitglieder an den Medenspielen teil – und dies trotz des Rückgangs der letzten Jahre. Dadurch konnte der DTB 2004 mehr als 70.000 Mannschaften verzeichnen, die an den Wettspielen des DTB teilnahmen. Während der Tennisverband von Mecklenburg-Vorpommern nur 200 Teams meldete, nahmen 13.814 Mannschaften des Bayerischen Tennisverbandes¹⁹ an den Medenspielen teil. Hierbei sollte allerdings auch die Größe des Landesverbandes²⁰ sowie die Ost-West-Migration berücksichtigt werden, durch welche der Ostdeutsche Tennisverband eine erhöhte Zahl von Austritten hinnehmen musste.

Obwohl Tennis laut DOSB²¹ auf der Beliebtheitsskala ganz weit vorne steht, in der Rangliste der Mitgliederzahlen des DOSB hinter den Spitzenverbänden der Fußballer²² und Turner²³ den 3. Platz einnimmt und weltweit als mitgliedsstärkster Tennisverband zählt, ist seit 1995 ein starker Rückgang der Mitgliederzahlen festzustellen. So haben Tennisvereine in Deutschland nach den Statistiken des DTB zwischen 1995 und 2000 einen Gesamtrückgang von 10,5% zu verzeichnen (DTB 2001), im Vergleich von 1995 zu 2006 27,4%. Die Mitgliederzahlen von 2006 entsprechen somit in etwa denen von 1985. Sehr ernüchternd sind zum Teil die Zahlen des Nachwuchses, welche allerdings nicht nur auf dem Geburtenrückgang basieren, sondern auf einer Vielzahl von Faktoren. So bilden die Jugendlichen mit 26% die mitgliedsschwächste Kategorie im DTB, gefolgt von den Damen mit 31%. Angeführt wird die Liste der Vereinsmitglieder von den Herren (46%). Dabei ist zu beachten, dass die Zahl tennispielender Kinder und Jugendlicher in Relation zum demographischen Wandel durchaus

¹⁹ Der Bayerische Tennisverband steht mit 2233 Tennisvereinen an der Spitze des DTBs und hat somit doppelt so viele Vereine als der an zweiter Stelle stehende Landesverband Niedersachsens.

²⁰ Mecklenburg-Vorpommern hat gerade einmal 43 Tennisvereine.

²¹ Deutscher Olympischer Sportbund.

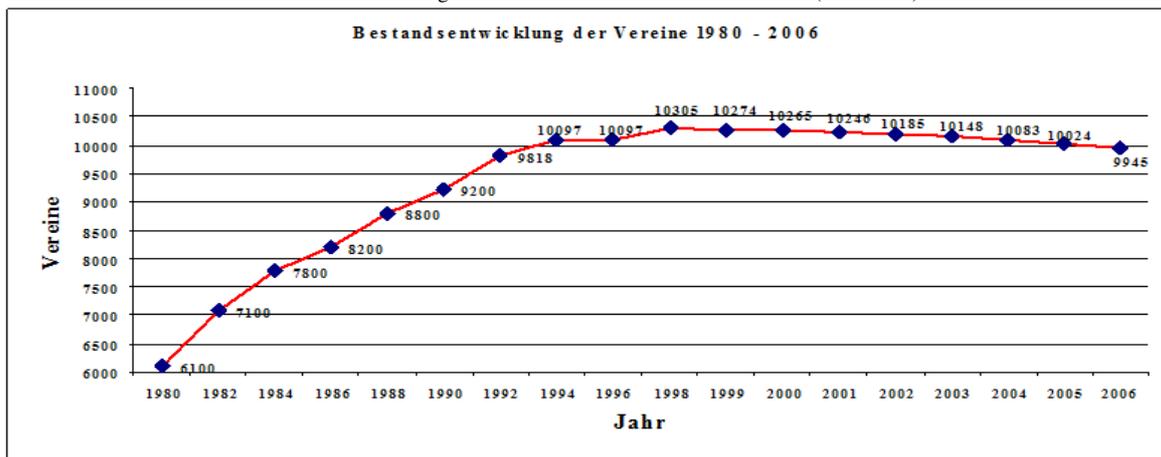
²² DFB.

²³ DTB.

zufriedenstellend ist. Da Tennis im Gegensatz zu vielen anderen Sportarten bis ins hohe Alter gespielt werden kann, hat das Seniorentennis im DTB einen hohen Stellenwert. Im internationalen Vergleich können deutsche Senioren immer wieder mit beachtlichen Erfolgen auf sich aufmerksam machen. Das spiegelt sich auch in der Statistik des DOSBs wider. Mit 209.977 Mitgliedern, die älter als 60 Jahre sind, belegt der DTB auch in der Klasse der über Sechzigjährigen, nach den Turn- und Schützenvereinen, einen Spitzenplatz.

Als der DTB 1902 gegründet wurde, gab es insgesamt 23 Vereine, die dem Verband angehörten. Seit dem hat sich vieles verändert. Tennis wurde zum Volkssport und konnte einen steilen Anstieg der Vereinszahlen verzeichnen. Während Deutschland im Jahre 1965 rund 1.500 Tennisvereine vorzeigen konnte, waren es nur 15 Jahre später schon 6.100. Einen weiteren deutlichen Schub gab es in den 80er Jahren, als sich die Anzahl der Tennisvereine bis 1990 innerhalb von zehn Jahren um ca. 35% auf 9.176 erhöhte.

Tabelle 8 Entwicklung der Vereinszahl zwischen 1980 und 2006 (DTB 2007).



1991 trat der ostdeutsche DTV dem DTB mit ca. 360 Vereinen bei. Dadurch erhöhte sich die Gesamtmitgliederzahl Deutschlands nach der Wiedervereinigung allerdings nicht dramatisch, da der ostdeutsche Tennisverband nur relativ wenige Mitglieder hatte. Dennoch konnte dadurch 1994 zum ersten Mal in der Geschichte des DTBs die Zahl von 10.000 Tennisclubs überschritten werden. Momentan gibt es in den neuen Bundesländern, die Berliner Vereine inbegriffen, 560 Tennisvereine, was ca. fünf Prozent aller deutschen Vereine entspricht (DTB 2001). Tennis ist demnach primär in den alten Bundesländern verankert.

Nachdem sich die Zahl der Tennisvereine von 1980 bis 1999 fast verdoppelt hat, muss man seitdem einen leichten Rückgang der Anzahl dieser verzeichnen. Im Jahr 2006 waren 9.945 Tennisvereine beim DTB registriert, genau 329 Vereine weniger als 1999. Der DTB²⁴ zählte

²⁴ Geleitet wird der (DTB) wie ein leistungsfähiges Wirtschaftsunternehmen, welches zum einen als eingetragener Verein (e.V.) und zum anderen als wirtschaftliches Unternehmen (DTB-Holding), das aus der Rothenbaum Turnier GmbH und der DTB-Pool GmbH besteht, verwaltet wird. Während der unternehmerische Teil des DTB hauptsächlich mit der Organisation internationaler Turniere beschäftigt ist, kümmert sich der DTB, als

2004 mit 1.767.226 Mitgliedern (davon sind 737.984 weiblich, was einer Prozentzahl von 40,7% entspricht) in 18 Landesverbänden, in welchen 10.083 Tennisvereine registriert sind, als der mitgliederstärkste Tennisverband der Welt²⁵. Trotz vielseitiger Bemühungen sank die Zahl im Jahre 2005 auf 1.710.145²⁶.

Die folgende Tabelle macht die Entwicklung der Mitgliederzahlen in den 18 Landesverbänden sichtbar. Es zeigt sich, dass der Bayerische Tennisverband 2004 mit Abstand die höchste Mitgliederzahl zu verzeichnen hat (355.091). Ihm folgt der Württembergische Tennis Bund mit 215.320 und der Niedersächsische Tennisverband mit 183.962 Mitgliedern. Obwohl der Bayerische Tennisverband an der Spitze der Tabelle steht, hatte er 2004 den größten Verlust an Mitgliedern (11.648) hinzunehmen. Prozentual gesehen, befindet er sich mit dieser Zahl allerdings im soliden Mittelfeld. Baden dagegen schnitt im Jahr 2004 als einziger deutscher Tennisverband mit einem Plus von 770 Mitgliedern im Bundesvergleich am besten ab. Die vergleichsweise niedrigen Zahlen der ostdeutschen Tennisverbände²⁷ könnten in der Nichtbeachtung von Tennis in der Sportpolitik der ehemaligen DDR, der Tatsache, dass Tennis nicht zu den olympischen Sportarten zählte und in der Fluktuation der Menschen vom Osten in den Westen begründet sein.

Tabelle 9 Entwicklung der Mitgliederzahlen in den 18 Landesverbänden (DTB 2005).

Landesverband	Mitglieder					Differenz 1995-2004 in %
	1985	1987	1995	2003	2004	
Bayern	287.381	332.850	451.814	366.739	355.091	-21,39%
Württemberg	191.763	214.585	250.400	215.613	215.320	-14,01%
Niedersachsen	170.378	189.669	247.847	191.085	183.962	-25,78%
Westfalen	191.017	210.412	240.660	183.567	175.758	-26,97%
Hessen	157.322	167.803	201.220	160.088	159.875	-20,55%
Baden	137.792	151.676	184.875	142.148	142.918	-22,69%
Niederrhein	142.956	152.999	164.882	125.661	123.015	-25,40%
Rheinland-Pfalz	100.780	108.227	143.949	111.024	106.126	-26,28%
Mittelrhein	97.308	102.923	120.163	94.285	91.852	-23,60%
Schleswig-Holstein	73.701	77.251	86.706	64.336	61.171	-29,25%
Berlin-Brandenburg	30.737	33.387	49.249	41.035	40.161	-18,50%
Hamburg	41.243	43.699	44.022	35.231	33.942	-22,90%

eingetragener Verein, um den Breitensport, die Nachwuchsförderung sowie die Verwaltungsarbeiten. Das Organigramm des DTB – ist das Schema einer erfolgreichen Institution und gleichzeitig Vorbild für viele andere Sportverbände in Deutschland. Wichtige Standbeine des DTB sind die 18 Landesverbände. Sie organisieren unter anderem die Ausbildung der Trainer, die Sichtung und Förderung der jungen Tennistalente sowie den gesamten Spielbetrieb von der untersten Kreisklasse bis zur Regionalliga.

²⁵ siehe Homepage DTB 20.01.2005.

²⁶ siehe Homepage DTB 06.01.2006.

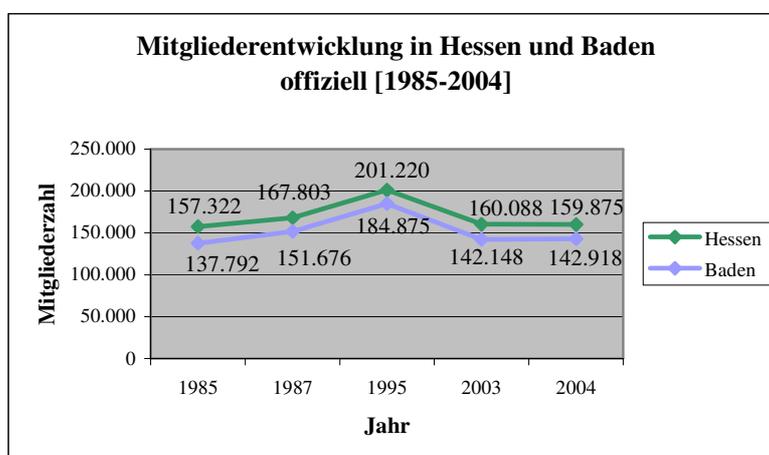
²⁷ Gründung 1991.

Saarland	34.734	38.528	41.560	32.982	31.792	-23,50%
Nordwest	18.048	19.338	19.938	15.141	14.743	-26,16%
Sachsen	n.g.	n.g.	15.595	13.273	13.246	-15,05%
Sachsen-Anhalt	n.g.	n.g.	8.322	7.412	7.228	-13,15%
Thüringen	n.g.	n.g.	7.391	7.157	6.863	-07,14%
Mecklenburg-Vorpommern	n.g.	n.g.	4.577	4.191	4.163	-09,05%

Bei Betrachtung der Tabelle wird deutlich, dass sich die Mitgliederzahlen aller Verbände mehr oder weniger mit dem Trend der Mitgliederzahlen des DTB veränderten. Der Rückgang reicht von ca. 30% in Schleswig-Holstein bis ca. 7% in Thüringen. Der durchschnittliche Mitglieder rückgang liegt bei 21%. Von den 14 Verbänden, die bereits vor 1991 gegründet wurden, hatten zehn Verbände ihren Höhepunkt zwischen 1993 und 1994. Zwei Verbände gaben an, ihre höchste Mitgliederzahl 1991 (Tennisverband Nordwest) und 1992 (Hamburger Tennisverband) erreicht zu haben. Der Niedersächsische Tennisverband verzeichnete seinen Höchststand mit 247.847 Mitgliedern ebenso wie der Bayerische Tennisverband mit 451.714 Mitgliedern im Jahre 1995; somit lagen sie völlig im Trend des Dachverbandes. Die Tennisverbände der neuen Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen hatten ihre höchsten Mitgliederzahlen zwischen 1996 und 2000.

Die eigene Studie befasst sich exemplarisch mit den ehemaligen und aktiven Tennisspielern Badens und Hessens, zwei Landesverbänden, die bezüglich ihrer Mitgliederzahlen, bundesweit im vorderen Drittel liegen. Allerdings haben auch sie innerhalb der letzten Jahre an Mitgliedern verloren. Seit 2004 sanken die Mitgliederzahlen bis 2006 in Baden trotz vermehrter Aktivitäten zur Gewinnung und Bindung von Mitgliedern von 142.918 auf 133.788, in Hessen von 159.875 auf 148.954 (DTB 2006). Somit liegen Baden und Hessen bzgl. des Mitglieder rückgangs genau in der Mitte.

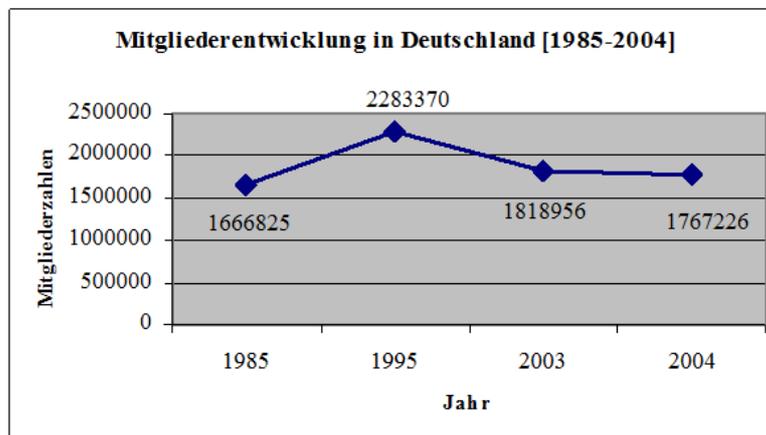
Tabelle 10 Mitgliederentwicklung in Hessen und Baden offiziell [1985-2004].



Die Entwicklung des BTV und des HTV verliefen zwischen 1985 und 2004 fast parallel. Lediglich 1985 stiegen die Zahlen im BTV etwas steiler an als im HTV; außerdem gewann der

BTV von 2003 auf 2004 770 Mitglieder, während der HTV 213 Mitglieder verlor. Verglichen mit den übrigen Verbänden, liegen sowohl Baden als auch Hessen im Trend und so hatte der Badische Tennisverband seinen Höhepunkt in der Mitgliederwerbung 1994, der HTV 1993.

Tabelle 11 Mitgliederentwicklung in Deutschland [1985-2004].



Zudem haben sich beide Verbände 2004 in Bezug auf die Mitgliederzahl dem Stand von 1985 bis auf eine kleine Differenz stark genähert²⁸; dies entspricht dem deutschlandweiten Trend. Während die Mitgliederzahlen in Deutschland von 1985 bis 1994/95 stetig anstiegen und ihren Höhepunkt 1995 erreichten, sanken die Mitgliederzahlen bis 2003 und erreichten bis 2004 eine Stagnation. Mit 1.658.803 Mitgliedern zählte der DTB 2006 immer noch zu den mitgliedsstärksten Verbänden der Welt.

1.3 Veränderungen des Stellenwerts des Sports

Tennis ist eine Sportart, die man viele Jahre lang nur ausüben konnte, wenn man Mitglied eines Tennisvereins war. Daher warteten viele interessierte Tennisspieler auf einer Warteliste um Mitglied zu werden. Durch die steigende Anzahl von Tennisvereinen, den wachsenden Wohlstand und dem Anstieg der Freizeit sowie der Auflösung traditioneller sozialer Klassen und Schichten, bekamen zunehmend mehr Menschen einen Zugang zum Tennissport. Der Leistungssport wurde staatlich und privatwirtschaftlich gefördert und in der Bevölkerung entstand die moderne *Heldenverehrung*. Tennis wurde nicht nur als Sport per se gesehen, sondern unter kommunikativen Aspekten und als Statussymbol. Doch was ist seit dem geschehen? Sind die Zahlen in den Tennisvereinen rückläufig, weil die Sportart Tennis die Menschen heute nicht mehr anspricht? Weil äußere Faktoren, wie wirtschaftliche Gründe, gegen den Tennissport sprechen oder passt vielleicht die Institution *Verein* nicht mehr in die heutige Gesellschaft, die durch Flexibilität und Veränderungsfähigkeit geprägt ist? Um diesen Fragen

²⁸ Hessen +1,60%, Baden +3,59 % (DTB 2006).

nachzugehen, wird im Folgenden die Entwicklung der Sportvereine in Deutschland näher betrachtet.

1.3.1 Strukturmerkmale eines Sportvereins

Der Deutsche Sportbund²⁹ wurde am 10.12.1950 in Hannover gegründet und ist heute mit rund 27 Millionen Mitgliedschaften in über 87.000 Turn- und Sportvereinen und Verbänden die größte Personenvereinigung Deutschlands (DOSB 2002). Nachdem die Kontrollratsdirektive Nr. 23 am 17.12.1945 die Auflösung aller Turn- und Sportvereine in Deutschland befohlen hatte, die vor der Kapitulation bestanden hatten, gleichzeitig aber die Gründung nicht-militärischer Sportorganisationen genehmigte, konnte der Sport in Deutschland von vorn beginnen (DOSB 2000). Die ersten sportlichen Gemeinschaften nach Kriegsende, die Vereine, wurden gebildet und der Wiederaufbau des Sports entwickelte sich zu einer der großen Nachkriegsleistungen. Wie der ehemalige Bundeskanzler Gerhard Schröder feststellte, ist der „Sport³⁰ mit seinen zahlreichen Vereinen und Verbänden als Säule einer modernen Zivil- und Bürgergesellschaft seiner integrativen Funktion gerecht geworden. [...] Die Vielfalt der sportlichen Angebote in Stadt und Land wird durch die Vereine sichergestellt“ (DOSB 2000, 5). Obwohl es bisher keine genaue Angabe über die Zahl der eingetragenen Vereine (e.V.) in Deutschland gibt, steht fest, dass die Zahl deutlich eine halbe Million übersteigt und es somit erheblich mehr Sportvereine³¹ gibt als bisher angenommen³². Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Sportvereine und deren Mitglieder zwischen 1816 und 2000.



Abbildung 2 Entwicklung der Sportvereine in Deutschland [1816-2000] (Woll 2002).

²⁹ Zu den Mitgliedern des DOSB zählen 16 Landessportbünde, 55 Spitzenverbände, 12 Verbände mit besonderer Aufgabenstellung, 6 Verbände für Wissenschaft und Bildung sowie 2 Förderverbände.

³⁰ „Der Sport ist die zusammenfassende Bezeichnung für alle menschlichen Tätigkeiten, die vorwiegend körperliche Bewegungen sind und auf eine höhere (meist körperliche, aber auch geistige) Leistungsfähigkeit zielen. Grundlegende Merkmale des Sports sind die Einheitlichkeit der Regeln (für jede Sportart), seine weltweite Verbreitung und das daraus resultierende Streben nach internationalen Vergleichswettkämpfen.“ (Brockhaus Enzyklopädie 2000).

³¹ Diese sind mit 39,6% aller eingetragenen Vereine in Deutschland vertreten.

³² Offizielle Statistiken darüber bieten weder das Statistische Bundesamt noch die Statistischen Landesämter an. Auch die Bundesregierung kennt keine Zahlen; sie stützt sich bislang auf Aussagen wissenschaftlicher Untersuchungen, die ihrerseits auf Schätzungen und Hochrechnungen basieren. Grundsätzlich ist die Zahl der eingetragenen Sportvereine (ca. 40%) im Vergleich zu anderen Vereinen recht hoch.

Wie wird ein Verein in seinen konstitutiven Merkmalen definiert? Nach Heinemann und Horch (1988) besteht das Problem, eine Aussage über den Sportverein zu treffen, darin, dass es *den* Sportverein per se nicht gibt und die Merkmale dieser Organisationen zu unterschiedlich sind. Daher charakterisieren Heinemann und Horch (1988) folgende fünf Variablen für einen Sportverein:

1. die Unabhängigkeit vom Staat, wobei die Vereinigung ihrer Interessen und Ziele eigenverantwortlich erfolgt und prinzipiell durch Mitgliederleistungen getragen wird;
2. die Orientierung an den Interessen der Mitglieder;
3. die demokratischen Entscheidungsstrukturen, nach dem das Mitglied souverän des Vereins ist und prinzipiell über die Belange des Vereins bestimmt;
4. die ehrenamtliche Mitarbeit, die bedeutet, dass die Vereinsorganisation von Personen getragen wird, die ohne Entgelt im und für den Verein tätig sind;
5. die freiwillige Mitgliedschaft, die nicht durch Geburt oder politischen, rechtlichen oder wirtschaftlichen Zwang begründet ist.

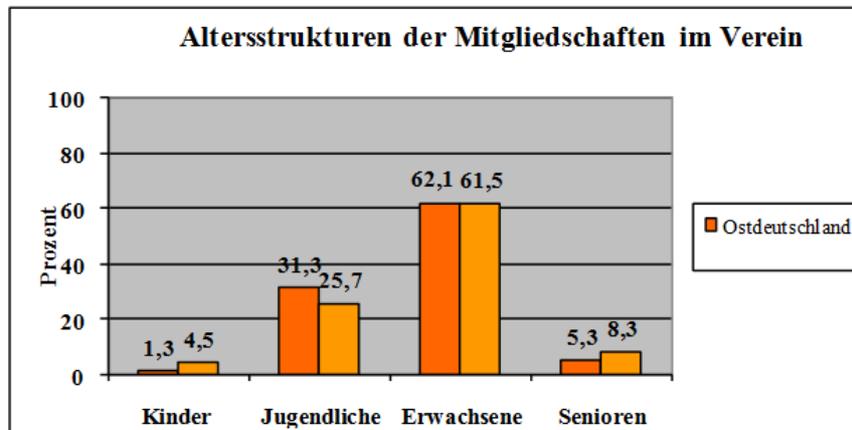
Jedes Mitglied hat zu jeder Zeit das Recht, die Mitgliedschaft fristlos und ohne Benennung von Gründen zu kündigen; diese Freiwilligkeit der Vereinsmitgliedschaft birgt in sich, dass die Organisation des Sportvereins mit Variablen kalkulieren muss, die nicht konstant sind. Die Tatsache, dass sich die heutigen Vereine zu ca. 40% aus den Mitgliederbeiträgen finanzieren, bedeutet, dass diese Einnahmequelle für die Vereine von großer Wichtigkeit ist und Austritte beitragszahlender Mitglieder sowohl finanzielle als auch strukturelle Konsequenzen für den Sportverein zur Folge haben. Aus diesem Grund sollte allen Vereinen daran gelegen sein, ihre Mitglieder auf Dauer fest an sich zu binden. Dies erfordert Kenntnisse über die Interessen der Mitglieder, um das Wahren der Interessen möglichst flexibel zu gewährleisten.

Dass es nicht einfach ist, die Bedeutung dieser fünf Variablen dauerhaft aufrechtzuerhalten, hebt Planck (1993) hervor, indem er u.a. darauf hinweist, dass die Unabhängigkeit Dritter durch das immer stärker werdende Sponsoring und die demokratische Entscheidungsstruktur zurückgeht, da die Vereinsführung häufig durch eine kleine, homogene Gruppe, dem Vorstand, geleitet wird.

Ein Faktor, der die Struktur des Vereins bestimmt, ist das Alter seiner Mitglieder. Erst Mitte der 70er Jahre nahmen die Sportvereine Mitglieder auf, die sich aufgrund ihres Profils nicht für den Leistungs- oder Wettkampfsport eigneten. In dieser Zeit entstand der Breitensport, der sich im Zuge dieser Altersstrukturwandlung vollzog. In der folgenden Darstellung zählen 0-6jährige zu Kindern, 7-18jährige zu Jugendlichen, 19-60jährige zu Erwachsenen und über 60jährige zu SeniorInnen. Die Graphik zeigt, dass der Teil der Erwachsenen sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland die größte Gruppe der Mitglieder darstellen. Dabei ist zu beachten, dass den Erwachsenen eine, im Vergleich zu den anderen Gruppen, relativ weite Alters-

spanne eingeräumt wurde. Aufgrund der Darstellung scheint der Leitsatz *Sport für alle* (DOSB 2000) in einem altersabhängigen Gefälle verwirklicht worden zu sein.

Tabelle 12 Altersstruktur der Mitgliedschaften im Verein.



Bedenkt man, dass die Menschen in Deutschland immer älter werden, und somit ca. ein Viertel aller Deutschen das 60. Lebensjahr überschritten haben, ist der Anteil der Senioren an Sportvereinen ziemlich gering. Das deutliche Gefälle der Sporttreibenden ab dem 60. Lebensjahr ist geschlechterübergreifend und könnte am sinkenden Fitness- und Gesundheitszustand der Menschen im Laufe der Zeit liegen. Trotz nachlassender Aktivität im Alter, sind die männlichen Senioren relativ stark in Sportvereinen vertreten. Dies könnte auf ein Vereinsinteresse zurückzuführen sein, welches über die sportliche Aktivität im Verein hinausgeht. Aber auch bei den 7-18jährigen sowie bei den 18-26jährigen gibt es einen erschreckend hohen Mitgliedermangel, der sowohl auf internen Faktoren, wie z.B. zu hoher Erwartungsdruck beim Training, aber auch auf externen Faktoren, wie z.B. Schulstress, basiert.

Ein weiterer Aspekt, der bei der Strukturierung der Vereine von großer Bedeutung ist, ist das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Mitgliedern. 1950, also im Gründungsjahr des DOSBs, waren gerade einmal 10% der Mitglieder weiblich. Diese Zahl ist innerhalb von 50 Jahren auf knapp 40% gestiegen, und so war im Jahr 2000 fast jede vierte Frau in Deutschland Mitglied eines Sportvereins. Auffällig ist, dass Frauen zwischen dem 30. und dem 35. Lebensjahr noch einmal verstärkt in Sportvereine eintreten. Hintergrund dieses Phänomens könnte sein, dass sie dem Eintritt des Nachwuchses in einen Sportverein folgen, aber auch ein aufsteigendes Interesse sich fit zu halten, sobald der Nachwuchs unabhängiger geworden ist.

Auch die Bildung scheint für die Mitgliedschaft in einem Tennisverein von Bedeutung zu sein. Laut einer österreichischen Studie betreiben durchschnittlich 1/3 der Gesamtbevölkerung (34 %) über 14 Jahre nie Sport. Der Umkehrschluss, dass 2/3 der Bevölkerung als *Sportler* zu bezeichnen sind, kann allerdings nicht vollzogen werden. Das mittlere Drittel ist zwar dem

Sport nicht grundsätzlich abgeneigt, bezeichnet aber Spaziergänge, Familienausflüge und sommerliche Badeaktivitäten unter Umständen bereits als Sport (Zellmann 2000). Geht man nun aber von diesen 2/3 aus, betreiben folgende Gruppen überdurchschnittlich viel Sport:

- Abiturienten, Universitätsabsolventen.
- 15- bis 34-Jährige.
- Ledige.

Auffällig dabei ist, dass in dieser Bevölkerungsgruppe lediglich 16% nie Sport treiben. Ähnlich verhält es sich in Deutschland. Während nur knapp 20% der Personen ohne abgeschlossene Berufsausbildung regelmäßig Sport treiben, liegt dieser Anteil in der Gruppe mit Berufsausbildung in dieser Studie bei knapp 27% und bei den Akademikern bei über 45%. Dies ergibt sich nicht nur aus dem Maß an körperlicher Arbeit, sondern auch durch die wöchentliche Arbeitszeit sowie dem Gesundheitszustand, welche alle ausschlaggebend für die Beteiligung an sportlichen Aktivitäten sind.

Dass die Bildung in engem Zusammenhang mit der Häufigkeit des Sporttreibens steht, beweisen Studien, durch welche festgestellt wurde, dass mit steigender Bildung auch die sportliche Aktivität steigt. Je länger ein Mensch die Schule besucht, desto mehr Zeit und Energie kann er in den Sport stecken und je höher das sportliche Engagement von Menschen in jungen Jahren ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dies auch im Alter nicht oder nur kaum sinkt. Zudem liegt das Heiratsalter laut Statistischem Bundesamt (2000), insbesondere bei Frauen, in den unteren Schichten niedriger als in den oberen Schichten. Auch dies führt zu einer massiven Abnahme des Sportengagements.

Ob es einen Zusammenhang zwischen der sozialen Lage von Individuen und ihrer sportlichen Aktivität gibt, wird in der Sportwissenschaft bereits seit den 50er Jahren mit zwei konkurrierenden Hypothesen untersucht (vgl. Schwier 2002):

1. Es wird angenommen, dass sich soziale Ungleichheit im Sport gar nicht zeigt oder zumindest weniger als in anderen Lebensbereichen auftritt. Es besteht sogar die Meinung, dass der Sport zum Abbau von Ungleichheiten, zur Integration von Minoritäten, zur Überwindung von Klassengrenzen beitragen kann und ein Mittel zur sozialen Aufwärtsmobilität sein könnte. Als Begründung wurde angeführt, dass dem Sport ein Gleichheitsanspruch eigen sei und der Sport kaum Zwängen unterworfen wäre.
2. Es wird angenommen, dass jedes menschliche Handeln – also auch das Sporttreiben – auf schichtspezifischen Bedürfnissen und Werten beruht, die im Bildungs-, Arbeits- und Lebensprozess ausgebildet werden. Eine Befriedigung dieser körper- und bewegungsbezogenen Be-

dürfnisse hängt in Art und Umfang primär von der beruflichen Position ab (z.B. Bachleitner 1989; Voigt 1992).

Aus den Ergebnissen einer empirischen Untersuchung von Voigt (1992) geht hervor, dass Sport zunächst als Betätigungsfeld der Mittelschichten dient, und somit die zweite Hypothese stützt. „Der Sport entwickelt sich zwar in der modernen Industriegesellschaft zu einem Massenphänomen, das Menschen in allen Sozialschichten anzieht und offensichtlich für alle Gesellschaftsschichten attraktiv ist. Trotzdem sind die konkrete Ausprägung des Sporttreibens und die Struktur des sportlichen Feldes nach wie vor schichtspezifisch organisiert und orientieren sich an den körperbezogenen Werthaltungen der Mittelschichten. Sport übt eben in seinen verschiedenen Erscheinungsmustern eine unterschiedliche Anziehungskraft auf unterschiedliche Fraktionen der Gesellschaft aus. Präferenzen für den Boxsport oder für das Golfen sind beispielsweise nun einmal sozial ungleich verteilt“ (Schwier 2002).

Obwohl die soziale Schichtung der Sporttreibenden nicht den sozialen Aufbau der Gesellschaft spiegelt, steht fest, dass die Partizipation am Sport mit der beruflichen Qualifikation und Position wächst. Allgemein betrachtet, wird ein Zusammenhang zwischen dem Ursprung des Tennissports, wie er im ersten Kapitel der Arbeit beschrieben wurde, und den Partizipanten des heutigen Tennissports sichtbar. Weiss/Russo (1987) stellen fest, dass „in unteren Schichten neben dem instrumentellen Verhältnis zum eigenen Körper auch ein instrumentelles Verhältnis zur Natur existiert. Selbstvergewisserung von männlicher Stärke sowie das Anstreben unmittelbarer Belohnungen sind zentrale Merkmale des Körperbewusstseins unterer Schichten“. Allerdings ist für Weiss/Russo (1987) nicht nur das Körperbewusstsein schichtspezifisch geprägt, sondern auch die Wahrnehmungs- und Interpretationsleistungen. Das bedeutet, dass zwischen der Kompetenz zur Interpretation von Körpersignalen und dem Verständnis des eigenen Körpers eine enge Verknüpfung herrscht. Auch nach Bourdieu (1987) scheint es, als hinge die Wahrscheinlichkeit, dass jemand einen bestimmten Sport betreibt „... von der Wahrnehmung und Einschätzung der innerlichen wie äußerlichen Gewinne und Kosten einer Sportart ab, letztlich also von den Dispositionen des Habitus und noch genauer vom Verhältnis zum eigenen Körper als einer Dimension des Habitus“. Nach Schwier (2002) ist die klassenspezifisch organisierte Verbindung zum eigenen Körper, also die Gesamtheit der bewussten und unbewussten Beziehungen, maßgeblich für das unterschiedliche Verhalten im Sport. Daher scheint das für Tennis typische distanzierte Verhältnis zum eigenen Körper und zum Gegenspieler sowie der Einstellung zum Körperhabitus, der die Kraft, die Dynamik und die Durchsetzungsfähigkeit des männlichen Körpers betont, für Angehörige unterer Sozialschichten bereits ein Grund zu sein, diese Sportart nicht auszuüben, selbst dann nicht, wenn

alle ökonomischen Barrieren beseitigt wären (Schwier 2002). Diese Einstellung kann sich im Laufe des Lebens aufgrund verschiedenster Einwirkungen natürlich verändern. Je höher der soziale Status eines Menschen ist desto mehr zählt für ihn das aktive Sporttreiben als Ausgleich zum Berufsalltag, als Prävention und generell als Befriedigung persönlicher, körperlicher Bedürfnisse. Durch eine empirische Studie von Boltanski 1976 in Frankreich konnte nachgewiesen werden, dass die Werte, Leitbilder und Normen, an denen das Gesundheits-, Körper- und Schönheitsideal ausgerichtet wird, innerhalb der einzelnen Gesellschaftsschichten differieren. Er kam zu dem Ergebnis, dass die Positionierung des Einzelnen in der gesellschaftlichen Hierarchie im Körpergedächtnis gespeichert zu sein scheint und der Körper durch „seine Farbe (bleich oder gebräunt), durch seinen Bau (schlaff und weich oder fest und muskulös), durch sein Volumen (beleibt oder schlank, untersetzt oder hochgewachsen), durch Weite, Form und Geschwindigkeit seiner Bewegungen im Raum (anmutig) als ein Statussymbol ..., dessen Symbolisierung umso größer ist, als er meistens nicht als solches wahrgenommen und nie von der Person desjenigen gelöst wird, der ihn bewohnt“ bezeichnet wird (Boltanski 1976, 170). Opaschowski kam 1987 zu dem Ergebnis, dass das sportliche Engagement von Beziehern mittlerer Einkommen höher ist, als von denen, die ein geringeres Einkommen beziehen und Bezieher höherer Einkommen eine noch höhere Partizipation im Sport zeigen, als die der Mittelklasse. Ähnlich verhält es sich mit der Teilnahme am Betriebssport, an welchem insbesondere Abiturienten und/ oder Hochschulabsolventen überdurchschnittlich repräsentiert sind. 1989 stellte Opaschowski fest, dass 56% der Universitäts- bzw. Hochschulabsolventen Sporttreiben als zwingende Voraussetzung zum Fit- und Gesundsein betrachten, während gerade 36% der Hauptschulabschlussabsolventen diese Meinung teilten. Die durchschnittliche Anzahl des Tennisspielens pro Jahr liegt laut der Studie von Tennis Beyond 2000 bei 57,15. In Deutschland liegt diese Zahl mit 75 Spieleinheiten pro Jahr über dem Durchschnittswert. Vergleicht man nun diese Zahl mit der der eigenen Stichprobe, so stellt man fest, dass sich diese in etwa decken (97,68 Spieleinheiten pro Jahr bei den Mitgliedern und 67 bei den Aussteigern).

Neben den oben beschriebenen Faktoren, die den Vereinssport beeinflussen, nimmt auch die deutliche Zunahme von Sportanbietern in Deutschland einen großen Einfluss auf diesen. Um die Sportanbieter näher zu beschreiben, ist eine Unterteilung der Sportorganisationsformen in folgende drei Gruppen sinnvoll:

1. Organisierter, gemeinnütziger Vereinssport

Staatliche und halbstaatliche Einrichtungen sowie Verbände und Vereine (z.B. Volkshochschulen, Kirchen) versuchen mit dem Sport ihre Angebote aufzufüllen und sich attraktiver zu machen. Sport wird außerdem immer intensiver in den Dienst therapeutischer Aufgaben gestellt, auf welche Weise er Eingang in Rehabilitationsstätten, Kurorten und Therapiegruppen findet.

2. Organisierter Sport in kommerziellen/ karitativ betriebenen Sportstätten

Durch kommerzielle Sportanbieter mit einer erwerbswirtschaftlich orientierten Erstellung der *Ware Sport* unter den Gesetzen des Marktes, wie z.B. Fitnesszentren oder Gymnastikstudios. Auch für Touristikunternehmen ist der Sport ein attraktives Angebotsselement geworden. Vermarktungs- und Sportmanagementgesellschaften übernehmen wichtige Aufgaben der Organisation bzw. der Vermarktung des Sports und bei der Durchführung von Wettkämpfen, so dass der organisierte Sport im Verein sein Monopol, Wettkämpfe zu organisieren und über ihre Gestaltung zu bestimmen, einbüßt.

3. Unorganisierter Sport bzw. selbstständig betriebener Sport

Durch vielfältige Formen des *informellen* Sporttreibens außerhalb eines fest organisierten Angebots, das oft eingebettet in die Urlaubs-, Wochenend- und Freizeitgestaltung des einzelnen Menschen ist (vgl. Meier 1994, 125).

Da etwa 50% aller Sporttreibenden in Deutschland einem Sportverein angehören, stellt diese die größte Organisationsform dar. Die anderen sporttätigen Menschen teilen sich auf in Kunden kommerzieller/karikativer Sportstätten sowie selbstständige Sportler. In den Sportvereinen findet man aufgrund von *Familientraditionen* sowie der Vielfalt der Angebote alle Altersklassen vor. Allerdings ist die Zahl der älteren Mitglieder in den letzten Jahren aufgrund demographischer Veränderungen stark angestiegen.

In den letzten zwanzig Jahren haben sich kommerzielle Sportanbieter mit stetig wachsenden Marktanteilen etabliert. Dabei liegen die Fitnessstudios ganz vorne. Ihre wirtschaftliche Bedeutung wächst und somit auch der Personalbedarf am Arbeitsmarkt. Immer höhere Investitionen werden getätigt und das Engagement im Marketing vergrößert, um gegen die starke Konkurrenz Stand halten zu können. Amerika dient dabei, wie in vielen anderen Bereichen auch, als Vorbild und so führten die Erfahrungen und Informationen aus den Vereinigten Staaten auch in Deutschland zu einer erfolgreichen Entwicklung der Fitnessbranche. Laut

DSSV gab es 2001 ca. 6.550 Studios mit etwa 5,39 Mio. Mitgliedern. Der Anteil der Fitness-treibenden an der Gesamtbevölkerung lag damit bei ca. 6,5%. Die Sozialstruktur der Besucher kommerzieller Fitnessanlagen sagt aus, dass 60,8% der Besucher von Fitnessanlagen weiblich sind. Dabei ist die Mehrheit der Frauen (41,8%) zwischen 31 und 45 Jahre alt, bei den Männern gehört die überwiegende Mehrheit (39,2%) zu den unter 30jährigen.

Verbände wie der VDF und der DSSV prognostizieren für Deutschland einen Anteil der Fitnesssporttreibenden zwischen 10% und 12% der Gesamtbevölkerung in den nächsten fünf bis zehn Jahren. Dies würde eine Steigerung von 6.5 auf ca. 8-9 Mio. Mitglieder in Fitnessstudios bedeuten. Die Anzahl der Mitglieder und der Gesamtumsatz wachsen überdurchschnittlich, auch, wenn sich der Trend seit Ende der 90er Jahre verlangsamt.

Auffällig ist, dass sich eine Tendenz zum unorganisierten Sport bei Kindern und Jugendlichen abzeichnet. Bei ihnen überwiegt die Neugier an Neuem und sie wollen vieles, insbesondere die aktuellen Trendsportarten wie Inline Skating ausprobieren, anstatt sich an traditionelle Vereine zu binden.

Dies deutet auf den Wunsch nach Unabhängigkeit, der Nacheiferung von *coolen* Idolen, der Ausflucht aus der Anonymität und Individualisierung hin. Somit stehen die Menschen einer Fülle von Sportanbietern gegenüber, die sich gegenseitig die Kunden abwerben. Aufgrund der Vielfalt scheint eine langfristige Bindung für Sportinteressierte eher hinderlich zu sein. Immer wieder Neues auszuprobieren zeigt von Dynamik, welche sportliche Aktivität beinhaltet und entspricht den Wünschen und Bedürfnissen der Sportler und somit dem modernen Zeitgeist. Durch die große Anzahl von Sporttreibenden und deren verschiedenen Motive entwickelte sich eine Vielfalt von Sportarten, die ihre Stellung in der traditionellen Sportstruktur erst wieder neu bestimmen müssen.

Tennisclubs lassen sich anhand von Strukturmerkmalen beschreiben und charakterisieren. Eine solche Deskription soll nachfolgend, auf der Basis von Mrazek/Rittner (1989), die Fitnessstudios untersucht haben, erfolgen. Dabei soll auf folgende Kriterien eingegangen werden:

Tabelle 13 Strukturmerkmale eines Tennisvereins.

Kriterium	Definition
Lage und Größe	Ist der Weg zwischen Wohnort und Anlage zu weit oder ist der Platz nur schwer erreichbar, kann diese Tatsache ebenso zu einem Austritt führen, wie ein zu großer Verein, in dem das einzelne Mitglied untergeht oder in einem zu kleinen Club, in dem es nur wenige gleichstarke Spielpartner gibt.
Nutzungsmöglichkeiten	Stehen in einem Verein im Verhältnis zu den Mitgliederzahlen nicht ausreichend viele Tennisplätze zur Verfügung oder sind die Plätze nur bedingt nutzbar, kann dies zum Austrittsgrund werden.
Angebot	Jeder Tennisspieler hat gegenüber seinem Verein individuelle Ansprüche. Ein Tennisspieler möchte z.B. seine Leistungsgrenze erreichen, sich von einem qualifizierten Trainer trainieren lassen, Turniere spielen. Ein anderer sieht die Mitgliedschaft als eine Möglichkeit sich mit

	Gleichgesinnten zu treffen, ein paar Bälle zu schlagen und sich danach gemeinsam mit anderen Freizeitbeschäftigungen zu regenerieren. Die zunehmenden Ansprüche an den Verein und die Erfüllung dieser, entscheiden darüber, ob die Mitgliedschaft beibehalten wird oder nicht.
Trainer	Da der Trainer im direkten Kontakt mit den Mitgliedern steht, liegt es oft an ihm, ob Mitglieder zufrieden mit dem Verein sind oder nicht. Aus diesem Grund ist es wichtig, ob er auf die Wünsche seiner Kunden eingeht, am Clubleben teilnimmt und sich professionell repräsentiert und engagiert.
Mitgliedskosten	Fast jeder Tennisverein ist auf seine Mitgliedseinnahmen angewiesen, selbst, wenn er außerdem noch durch Sponsoren und Veranstaltungen finanziert wird. Die Mitgliedskosten haben sich in den letzten 20 Jahren nur geringfügig erhöht.
Mitglieder	aktive Mitglieder Aktive Mitglieder sind Mitglieder, die den vollen Beitrag bezahlen und die Tennisplätze während der gesamten Sommersaison benutzen dürfen. Sie machen in der Regel den größten Teil der Gesamtmitgliederzahl aus.
	passive Mitglieder Passive Mitglieder sind Mitglieder, die meist aus Alters- oder gesundheitlichen Gründen eine Pause im Tennis einlegen, den Verein aber nicht verlassen wollen. Zu den passiven Mitgliedern zählen auch Menschen, die kein Tennis spielen, dem Verein aber verbunden sind und ihn daher mit einem Beitrag unterstützen. Dass sich die Zahl der passiven Mitglieder reduziert hat, liegt u.a. daran, dass man bei einem Eintritt heute keine Bausteine mehr kaufen muss, wie es früher üblich gewesen ist.
Vorstand	Der Vorstand besteht aus dem 1., oft auch aus einem 2. Vorsitzenden, dem Sportwart, zwei Jugendwarten, dem Kassenwart, dem Gesellschaftswart und dem Schriftführer. Er engagiert sich ehrenamtlich für den Verein und seine Mitglieder. In der Regel wird er bei der Jahreshauptversammlung alle zwei Jahre neu gewählt oder bestätigt. Da der Vorstand den Verein repräsentiert und für seine Angebote verantwortlich ist, hat er bei den Mitgliedern einen hohen Stellenwert.

1.3.2 Strukturwandel des Sports in der heutigen Gesellschaft

Durch empirische Studien über die Beziehung zwischen Verein und Mitglied konnte nachgewiesen werden, dass zweckorientierte, instrumentelle Erwartungshaltungen unter den Mitgliedern zunehmen. Diese Tatsache bringt ebenso wie der aktuelle Sportboom und dem damit aufkommenden Interesse an Trendsportarten das Problem mit sich, dass bereits bestehende Sportvereine zu Spartenvereinen umgewandelt werden müssen, wollen sie gegen diese Trendsportarten bestehen. Ein Grund für die nachlassende Bindungsbereitschaft an die Vereine mag an dem breitgefächerten Angebot von Sportarten und die sich verstärkende Tendenz der Schnelllebigkeit unserer Gesellschaft liegen. So steht die Zahl aktiv Sporttreibender nach Weber bei 70-75% (DOSB 2000, 295). Am Leistungssport seien nur 2-3% der Bevölkerung aktiv beteiligt. Für die Menschen sind nach Weber *Gesundheit und Erlebnissuche dominante Motive* für aktives Sporttreiben. Da die sozialen Motive im institutionellen Sport, das heißt in Vereinen und Verbänden von besonderer Bedeutung sind (DOSB 2000, 295), müssen Sportvereine heute mit hohen Fluktuationsraten kämpfen. Diese Tatsache scheint eng mit der Vielzahl an Sportvereinen verbunden zu sein. Durch das riesige Angebot ist es den Menschen möglich, ihre Mitgliedschaft von heute auf morgen zu kündigen und den Verein zu wechseln, wenn ihre Erwartungen an den Verein nicht erfüllt werden. Dass Sport mit 14,3% an der Spitze der Freizeitausgaben steht (Studie des Instituts der Deutschen Wirtschaft 1992), beweist,

dass das Interesse der Menschen an sportlicher Aktivität enorm ist. Da für die Menschen die Qualität ihrer Freizeitbeschäftigungen immer wichtiger wird, könnte dieses Problem u.U. durch das Eingehen auf die verschiedenen Interessen der Mitglieder und dem Aufbau einer emotionalen Bindung zum Verein vermieden oder zumindest reduziert werden.

Obwohl es verschiedene Seiten des Sports gibt: den leistungsorientierten, den gesundheitsorientierten und den freizeitorientierten, entscheiden sich die meisten Sporttreibenden für die Anmeldung in einem Verein, weil ihnen einer der folgenden drei Gründe wichtig ist: Gesundheit, Fitness und/oder Spaß (Veltins-Sportstudie 2000). Dabei wird das Motiv *Gesundheitsorientierung* vorrangig als Begründung für die Entscheidung angegeben Sport zu treiben.³³ Aufgrund der Inaktivität, Lebensführung, Umwelt- und Arbeitsbedingungen entstehen Zivilisationskrankheiten, z.B. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Fettstoffwechselstörungen, Erkrankungen des Bewegungsapparates und psychische Störungen (z.B. Burn-out-Syndrom). Diese sogenannten Zivilisationskrankheiten haben bei den Menschen zu einem flächendeckenden Gesundheitsbewusstsein geführt und so achten viele Menschen auf eine gesunde Lebensführung, durch welche diese Erkrankungen reduziert werden können (Badtke 1999; Rittner 1991). So sagte bereits Schopenhauer: „Gesundheit ist nicht alles, doch alles ist nichts ohne Gesundheit“ und so ist es nicht verwunderlich, dass viele Menschen nach attraktiven Freizeitangeboten suchen, welche gesundheitsfördernde Aspekte beinhalten. Hierzu gehört z.B. Sport, welcher einen Ausgleich zum stressigen Berufsalltag bietet und zugleich die körperliche Fitness fördert. Häufig benötigt man dabei eine Gemeinschaft oder Institution, in der man seine Sportart ausüben kann. Obwohl der gesellschaftliche Trend hin zum gesundheitsfördernden Sport geht, stehen einige Vereine aufgrund des Nachwuchsmangels und den Austritten der Aktiven zum Teil vor existenzgefährdeten Problemen (DOSB 1999). Hierbei kommen die aufsteigenden Trendsportarten zum Tragen, die nicht aus gesundheitsfördernden Gründen oder dem Bedürfnis nach körperlicher Tätigkeit ausgeübt werden, sondern weil sie gerade in Mode sind.

Der DOSB führt seit 1970 bundesweit Werbekampagnen³⁴ für aktives Sporttreiben mit Schwerpunktthemen durch, um die sportliche Aktivität der Deutschen zu fördern. 2002 eröff-

³³ Durch den Industrialisierungsprozess haben die Menschen einen erhöhten Lebensstandard, wachsenden Konsum, Arbeitserleichterungen und vor allem mehr Freizeit. Allerdings ergeben sich dadurch auch körperliche Inaktivität und Bewegungsmangel beim Arbeitsablauf. Das Bild wird komplettiert durch den psychosozialen Stress aufgrund der emotionalen Verarmung am Arbeitsplatz sowie einer überreizten Umwelt (Dreßler 2002). Die Art der Arbeit ist für den menschlichen Organismus häufig sehr belastend. Der Alltag wird vorwiegend sitzend verbracht, oftmals verbunden mit einer verkrampften Oberkörperhaltung, die u.a. durch die Arbeit am PC entsteht. Zudem ist die heutige Arbeitswelt von Hektik und Stress geprägt, die in der Freizeit abgebaut werden soll.

³⁴ Die Kampagnen haben laut DOSB nachweislich einen Beitrag zum Anstieg der Sportbeteiligung der Bevölkerung von 16% im Jahre 1970 auf 68% im Jahre 1990 geleistet.

nete der deutsche Bundespräsident Johannes Rau die Kampagne mit den Worten: "Der Sport ist ein aktiver Bestandteil unserer Gesellschaft. Seine Mitgestaltung des sozialen Miteinanders reicht weit über das sportliche Geschehen hinaus und wirkt in unsere zwischenmenschlichen Beziehungen ebenso hinein wie in die Bildungs-, Arbeits- und Freizeitwelt und ist ein wichtiger Faktor der Gesundheitsförderung."

Innerhalb der letzten Jahre hat sich das gesellschaftliche Leben, vor allem in Bezug auf das Freizeitverhalten der Menschen, stark verändert. Diese Veränderung beruht auf mehreren Faktoren, zu denen u.a. die gesunkene Arbeitszeit und die gestiegene Freizeit gehören. Dabei hängt das schichtenspezifische Sportengagement von unterschiedlichen wirtschaftlichen Möglichkeiten, aber auch von der Zeitsouveränität einzelner sozialer Schichten ab. Segeln, Golf und Tennis sind nur jenen möglich, die die hohen Kosten für Ausrüstung und Ausübung tragen können. Die Teilnahme am Sport bedeutet außerdem, dass man genügend Zeit zur Verfügung hat bzw. über seine Zeiteinteilung frei verfügen kann. So haben vor allem die obere Mittelschicht und die Oberschicht in der Regel mehr Möglichkeiten, Sportarten auszuüben, die teuer sind und *viel* Zeit in Anspruch nehmen. Einen Beleg dafür liefern die empirischen Befunde von Opaschowski (1986), der in einer Untersuchung die Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit im Freizeitsport erhoben hat.

Die sozialen Faktoren, die zum jeweiligen Sport führen, sind allerdings vielfältig und hängen nicht von einem Faktor ab. Dabei gehören sowohl das Elternhaus, der Freundeskreis, die Angebotsvielfalt des Vereins, der Gesundheitsaspekt und die monatlichen Beiträge zu bedeutenden Komponenten, die bei der Wahl einer Sportart eine entscheidende Rolle spielen. Aber auch wirtschaftliche Möglichkeiten sowie Einflüsse der Biographie, die die Einstellung zum Sport z.B. durch den Schulunterricht, prägen. Zugleich ist Sport aber auch ein wichtiger Sozialisations³⁵-faktor. Häufig erwächst aus der sportlichen Aktivität ein Freundeskreis, aber auch eine Gliederung des Alltags bzgl. Terminen u.ä. Sport initiiert soziale Prozesse und ist zugleich ein wichtiger sozialer Prozess, besonders in der heutigen freizeitorientierten Gesellschaft (Dreßler 2002).

³⁵ Schmidt definiert Sozialisation als „Die Lehre von den Formen und Veränderungserscheinungen des Zusammenlebens von Menschen sowie Tieren und Pflanzen. Sie ist die Wissenschaft vom Sozialen, sei es als allgemeine, grundlegende Sozialwissenschaft, oder als Einzelwissenschaft; sie umfasst als System die sozialen Gebilde und die sozialen Prozesse. Sie untersucht also die ganze Vielfalt der Gemeinschafts- und Gesellschaftsbildung, ihre Ursachen, Formen, Entwicklungen, ihr Werden und Vergehen.“ Sozialisation im Sport ist immer von den jeweiligen Werten, Normen und Rollenerwartungen abhängig, die im Sport erlernt werden. Je nachdem, welche Handlungsvorgaben der Sport zur Verfügung stellt, kann der Sport zur Normenkonformität, Leistungs- und Wettkampforientierung ebenso beitragen wie zur Normenreflexibilität, Hedonismus oder Kooperation. Die Sportinteressen des Einzelnen, seine persönlichen Vorlieben und Hoffnungen werden stets von den sozialen Kreisen mitbestimmt, denen er angehört. So haben z.B. die soziale Schichtung, die Familie, die Schule u.a. einen gravierenden Einfluss auf die Sozialisation zum Sport und somit auf das Sportengagement (Schmidt 1978).

Menschen treiben aus den unterschiedlichsten Motiven Sport. Aus welchem Grund entscheiden sie sich allerdings gerade für *diesen* Sport und nicht für einen anderen? Warum entschließen sie sich dazu einem Tennisverein beizutreten und nicht etwa dazu Golf oder Fußball zu spielen? Aus welchem sozialen Umfeld kommen sie? Ist Tennis auch heute noch ein Sport der *Besserverdienenden* und Fußball einer für die *Arbeiterklasse*? Die unterschiedlichen ökonomischen Lebensbedingungen von Unter-, Mittel-, und Oberschichtangehörigen bedingen offenbar unterschiedliche Verhaltens-, Einstellungs- und Orientierungsmuster, die zu einem differenzierten sportlichen Engagement beitragen. Die sogenannte Ober- und Mittelschicht im Sport ist nach Heinemann (1998) grundsätzlich präsenter, aktiver und dominanter als die sogenannte Unterschicht. Dabei ist auffällig, dass die Beteiligung im Sport im Vergleich zum Zuschauen mit dem sozialen Status steigt. Dementsprechend entstammen Hochleistungssportler meist aus einem Elternhaus mit überdurchschnittlichem Einkommen. Während Sportarten wie Golf, Tennis oder Segeln von den oberen Sozialschichten überrepräsentativ betrieben werden, gewinnen Sportarten wie Boxen, Gewichtheben oder Fußball mit abnehmenden sozialen Status an Bedeutung. Zudem entscheiden sich Angehörige der oberen sozialen Schichten häufiger für Individualsportarten sowie für Sportarten, die einen gemäßigten körperlichen Einsatz verlangen. Außerdem sind sie gerne bereit sich durch materielle Barrieren, wie z.B. dem Vereinsbeitrag, von der Masse abzugrenzen. Die unteren Schichten neigen hingegen eher zu Mannschaftssportarten sowie zu Sportarten, die Körperkontakt, physische Kraft und Härte erlauben (Heinemann 1998). Weitere Faktoren, die das Sportengagement stark beeinflussen, sind die Art des Schulabschlusses und der Familienstand. Das erklärt sich zum einen dadurch, dass Menschen der unteren Sozialschichten den Schulabschluss in der Regel früher abschließen und ihr sportliches Engagement durch die anschließenden höheren zeitlichen Belastungen der beruflichen Ausbildung und beruflichen Arbeit fast zwangsläufig kürzen müssen. Zum anderen hat eine Eheschließung in der Regel eine massive Abnahme des Sportengagements zur Folge. Wie das Statistische Bundesamt 2000 angeführt hat, liegt das Heiratsalter in unteren Sozialschichten, vor allem bei Frauen, in jüngeren Jahren als in oberen Sozialschichten. Dies führt zu Veränderungen im persönlichen Lebensbereich, welche ebenfalls zur Erklärung schichtenspezifischer Unterschiede des Sportengagements beitragen. Dass über den Sport soziale Integration erreicht werden kann, wird aufgrund vieler Mitgliedsstrukturen der Vereine widerlegt, da sie eine *relative* Geschlossenheit sozialer Schichten aufwahren. Dennoch kamen Rittner/Breuer (2000) in Bezug auf den organisierten Sport zu folgenden Ergebnissen:

- 1 Der organisierte Sport integriert weitaus mehr Menschen als andere Freiwilligenorganisationen.
- 2 Trotz des Strukturwandels der Sportvereine bildet die Ehrenamtlichkeit nach wie vor eine zentrale Säule der Vereinsarbeit.
- 3 Da der Sportverein nahezu jeden zweiten Heranwachsenden erreicht, ist diese Kinder- und Jugendförderung ein wichtiger Aspekt der Gemeinwohlorientierung.
- 4 Der Sportverein bildet einen wichtigen Faktor des gemeindlichen Lebens und kann so zu lokaler / regionaler Identität beitragen.
- 5 Sportvereine übernehmen vermehrt eine Moderatorenfunktion hinsichtlich des auf die Gesundheit bezogenen Verhaltens.
- 6 Der organisierte Sport ist zwar eine Non-Profit-Organisation, inzwischen aber zugleich ein durchaus bedeutender Wirtschaftsfaktor mit stabilem Beschäftigtenwachstum.
- 7 Der organisierte Sport übernimmt auf kommunaler Ebene Aufgaben der öffentlichen Sportverwaltung und trägt damit in bescheidenem Maße zur *Staatsmodernisierung* bei.
- 8 Die negativen Aspekte der Durchkommerzialisierung des Sports (Doping, Hooliganismus, Umweltproblematik) berühren die Gemeinwohlorientierung mit ihren durchweg positiven Zuschreibungen des Vereinsports.
- 9 Die Frage, ob über die aktive Mitgliedschaft in Sportvereinen demokratisches Handeln und Verhalten eingeübt werden kann, lässt sich aus wissenschaftlicher Sicht nicht eindeutig beantworten.

Auch die spezifischen Sozialisationsbedingungen der Geschlechter wirken sich im Sport unterschiedlich aus. Generell werden Mädchen viel weniger auf den Sport hin sozialisiert als Jungen. Während das Interesse der Mädchen häufig für den traditionellen Frauensport geweckt wird, so z.B. für Gymnastik, Tanz und Turnen, also Sportarten, bei welchen die rhythmischen Aktivitäten und emotionale Ausdrucksfähigkeit im Vordergrund stehen oder für breiten- bzw. gesundheitssportlichen Bewegungsaktivitäten, die einen gemäßigten körperlichen Einsatz verlangen, wie z.B. Schwimmen, Radfahren, Wandern oder Skifahren (DOSB 1999), werden Jungen auch in der heutigen Zeit auf den konkurrenzbetonten Wettkampfsport sowie auf sogenannte c-g-s³⁶-Sportarten ausgerichtet, die Robustheit, Leistungsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen erfordern. Gewinner und Verlierer werden hierbei hervorgehoben sowie ein Lernen von leistungsoptimierenden Bewegungstechniken favorisiert (Dreßler 2002). Obwohl sich die Zahl der Frauen im organisierten Sport in den letzten Jahren etwas erhöht hat, sind Frauen traditionell stark unterrepräsentiert und in Führungspositionen von Vereinen und Verbänden weit schwächer vertreten als Männer. Dadurch entspricht das Sportangebot in den Vereinen weniger dem weiblichen als dem männlichen Handlungspotential. Durch die Emanzipation der Frauen macht sich in unserer Gesellschaft eine partielle Veränderung im Sport bemerkbar, d.h. die Beteiligung von Mädchen/Frauen im Sport hat sich erhöht. Es wird ihnen eher zugestanden, zu wetteifern, sie finden ihre Interessen in den Vereinen stärker berücksichtigt und ihre Mitgliedschaft im organisierten Sport ist sprunghaft angestiegen. Ebenso wird Jungen/Männern heute eher gewährt, ihre emotional-ästhetische Qualitäten im Sport zum Ausdruck zu bringen als früher. Trotz aktueller Entwicklungen, wie sie z.B. seit dem Erfolg der deutschen Fußballdamen in den letzten Jahren im Frauenfußball festzustellen sind, ist die

³⁶ Zentimeter-Gramm-Sekunde.

Welt des Sports überwiegend eine Männerwelt - zum Nachteil der Frauen (Bässeler 1990). Die Ungleichheit der Geschlechter im Sport ist, trotz aller Bemühungen, fortlaufend. Für Darlison (2000) gibt es zwei Hauptgründe, die für die Ungleichheit zwischen Frauen und Männern bei körperlicher Aktivität und im Sport sorgen: Zum einen die enge Verbindung zwischen Eigenschaften, die für den Sport notwendig sind und denen, die eng mit traditionellen Konzepten stereotyper, männlicher Vorherrschaft verbunden sind. Zum anderen ein mangelndes Verständnis für den Unterschied zwischen Geschlecht und Geschlechtsrolle.

Die Familie ist normalerweise die erste und zugleich wichtigste Sozialisationsinstanz für das Kind. Durch die veränderte Familienstruktur, die in Tabelle 14 aufgezeigt wird, und einer starken Singularisierungstendenz müssen nun Institutionen wie die Schule, aber auch Vereine verstärkt zur Erziehung der Kinder, der Zukunft unserer Gesellschaft, beitragen und ihnen essentielle Umgangsformen und soziale Fähigkeiten vermitteln, da dies nicht alle Eltern leisten.

Tabelle 14 Bevölkerungsstruktur (Anzahl der Privathaushalte (x1000) nach Zahl der Personen (StBA, 2003).

Jahr	Gesamt	1-pers. Haushalt	2-pers. Haushalt	3-pers. Haushalt	4-pers. Haushalt	5-pers. Haushalt
1950	16.650	3.229 19,39%	4.209 25,28%	3.833 23,02%	2.692 16,17%	2.987 16,14%
1970	21.991	5.527 25,13%	5.989 27,10%	4.314 19,62%	3.351 15,24%	2.839 12,91%
1985	26.367	8.863 33,61%	7.861 29,81%	4.514 17,21%	3.480 13,20%	1.649 6,25%
2001	38.456	14.056 36,55%	12.904 33,55%	5.502 14,31%	4.346 11,30%	1.647 4,29%

Die Familie wirkt sich auf die Formung des Menschen und dessen Persönlichkeit aus und setzt Grundlagen für *Gewohnheiten*, zu denen auch Sport und Ernährung zählen. So wird das Interesse der Kinder und Jugendliche durch die Vorbildfunktion ihrer Eltern geweckt und durch ihre Unterstützung, z.B. durch die Betreuung bei Turnieren, positiv beeinflusst. Je positiver Eltern daher sportliche Aktivitäten bewerten, selbst Wettkampfsport betreiben oder betrieben haben, sich mit den Kindern sportlich betätigen, Mitglieder eines Sportvereins sind, Sportveranstaltungen besuchen oder/und in den Massenmedien verfolgen, um so größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich bei den Kindern eine positive Sparteinstellung herausbildet. Bei insgesamt geringen positiven Mitgliederzuwächsen in den Sportvereinen ist ein prozentualer Rückgang der Mitgliederzahlen insbesondere der Altersgruppen der 7-26jährigen festzustellen. Dabei ist zu beachten, dass diese Bevölkerungsgruppe aufgrund des demographischen Wandels kleiner wird und sich die Lebensaufgaben und Lebensorientierungen speziell der Heranwachsenden im Verlauf des Kindes- und Jugendalters verschoben haben. Vor allem im Jugendalter gewinnen die schulische und die berufliche Ausbildung noch stärker an Relevanz, da es heute schwierig ist, ohne eine solide Grundausbildung im Berufsleben Fuß zu fassen. Aber auch andere freizeitbeeinflussende Faktoren, wie z.B. Freundschafts- und Partnerbezie-

hungen bestimmen die Aufrechterhaltung einer Mitgliedschaft in einem Verein. So können sich Balanceprobleme ergeben, die zu einer kürzer- oder längerfristigen Reduzierung oder zum Aufgeben sportiver Aktivitäten und, in Zusammenhang damit, zum Austritt aus Sportvereinen führen können (Baur 1991). Darüber hinaus lassen sich Tendenzen einer *Destandardisierung* und *Individualisierung* des Lebenslaufs gerade auch im Jugendalter ausmachen (u.a. Ferchhoff 1995); d.h. dass Heranwachsende besonders im Freizeitsektor vermehrt zwischen alternativen Tätigkeiten, Lebensplänen und Lebensstilen wählen können. Sie sind weitaus unabhängiger als frühere Generation, was zum Teil auch an der Benutzung von Pkws, Laptops und Handys liegt. Dadurch entstehen Parallelgesellschaften, Individualismus, Mobilität sowie eine Erlebnisgesellschaft, in welcher Spaß und Konsum Vorrang hat. Diese Eigenschaften wirken sich negativ auf traditionelle Organisationsformen, wie einen Tennisverein, aus und „stirbt der Sportverein als Solidargemeinschaft und Selbsthilfeorganisation langsam und leise – durch die Flucht in die Passivität“ (Opaschowski 2001), Deutschland 2010, 165).

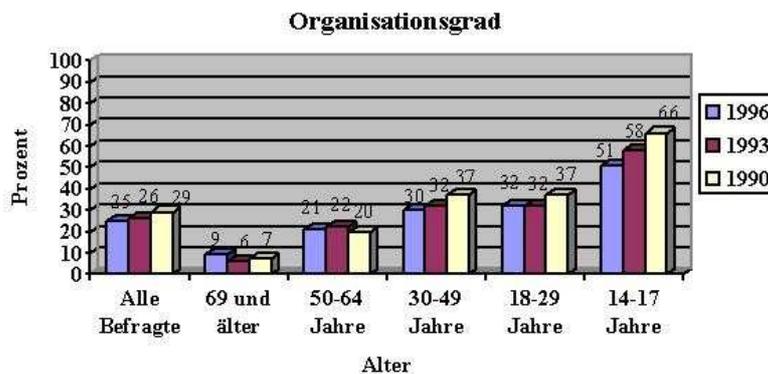


Opaschowski, 2001; Schulz, 2001

Abbildung 3 „Gründe der Krise“ (Opaschowski (2001), Deutschland 2010, 165).

Somit ist es auch nicht weiter verwunderlich, dass die Mitgliederfluktuation im Bereich des Kinder- und Jugendsports in Sportvereinen besonders betroffen ist, siehe auch Tabelle 15, aus welcher hervorgeht, dass insbesondere Jugendliche sich immer häufiger gegen einen Verein entscheiden.

Tabelle 15 Organisationsgrad (vgl. Opaschowski 1997, 24).



Untersuchungen belegen, dass sie im Verlauf ihrer Vereinsmitgliedschaft zu ca. 60% die Sportart und zu ca. 60% den Verein wechseln. 25% der Mitglieder verlassen das Vereinswesen ganz und ziehen sich aus dem aktiven Sport zurück (Sack 1980). Wenn man die Gründe für den Austritt näher untersucht, so stellt man fest, dass zum einen die Unzufriedenheit mit der Organisation des Übungsbetriebes, der -gruppe, dem Betreuer und/oder zum anderen mit den häufig leistungssportlich ausgerichteten Sportangeboten der Sportvereine in Zusammenhang stehen. Aber auch vereinsexterne Gründe sind vor allem bei Jugendlichen maßgeblich für den Austritt aus einem Verein verantwortlich. Sport hat gerade im Kindes- und Jugendalter einen enormen Stellenwert. Deshalb wird Sport als Instrumentarium für pädagogisches und therapeutisches Handeln in der heutigen Gesellschaft vermehrt eingesetzt. Besonders in der Jugendphase wird dem Sport einiges an Einfluss zugesprochen. Er ist eine sehr beliebte Freizeitaktivität für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Als eine der Sozialisationsinstanzen hat er Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung, die Gesundheit³⁷, die soziale Kompetenz, die körperliche und geistige Leistungsfähigkeit³⁸ sowie auf das psychische und physische Wohlbefinden. DOSB-Präsident Von Richthofen, unterstreicht die herausragende Rolle, die der Sport in unserer Gesellschaft einnimmt mit den Worten: „Die Sportvereine sind für das Heranwachsen unserer jungen Generation einer der wichtigsten, wahrscheinlich sogar die wichtigste Einrichtung neben Elternhaus und Schule. Dies sagt uns unsere Lebenserfahrung, dies wurde aber auch durch wissenschaftliche Untersuchungen belegt“ (DOSB 2003).

Der Trend führt vom Leistungssport hin zu *geselligen Spiel- und Funnsportarten*. „Strebten die Jugendlichen früher den Leistungsvergleich und asketische Haltungen an, so stehen heute ein verändertes Körperbewusstsein, Handlungs-dramaturgie und die Suche nach sozialen Kontakten im Vordergrund“ (Meyners 2000). Dass ein Engagement im Sport für das Gelingen von Entwicklung und Sozialisation im Jugendalter wirklich etwas leisten kann, zeigen Untersuchungsergebnisse. Sport im Verein betreiben 50% aller Heranwachsenden in Deutschland.

³⁷ Die Bedeutung der Beziehung zwischen sportlicher Aktivität und Gesundheit wird entsprechend der medizinischen Theoriebildung in körperlichen Anpassungserscheinungen gesehen. Dabei stehen biologische Adaptionen, die durch bestimmte körperliche Aktivitäten ausgelöst werden im Mittelpunkt der Betrachtungsweise. Im Vordergrund des Gesundheitstrainings stehen aufgrund der Bedeutung von Herzkreislaufkrankungen bzw. von orthopädischen Erkrankungen das Ausdauertraining und die Funktionsgymnastik. Diese Programme zielen auf spezifische Adaptionen ab, die als gesundheitlich wertvoll erachtet werden.

³⁸ Da es nach Bös (1983, 97) viele verschiedene Betrachtungsweisen zur Leistung gibt: z.B. anthropologische, lerntheoretische, medizinische, pädagogische, physikalisch-mechanische und soziologische, ist es nicht verwunderlich, dass auch die Definitionen zur *sportlichen Leistung* divergent ausfallen (Martin et al.1991). Grundsätzlich ist es sinnvoll den Begriff der sportlichen Leistung unter zwei Aspekten zu betrachten:

-in Bezug auf das Handlungsergebnis als ergebnisorientierte Leistung (z. B. Turniersieg)

-in Bezug auf den Handlungsvorgang als prozessorientierte Leistung im Sinne eines Aktionsvollzuges oder der aufgewendeten Anstrengung (Turnierteilnahme).

Diese Unterscheidung entspricht einer Differenzierung nach objektiver Leistung (Turniersieg) und subjektiver Leistung (persönliche Bewertung) und macht deutlich, dass es letztendlich von der Betrachtungsperspektive abhängt, was als Leistung bezeichnet wird.

Damit wird der Jugendarbeit im Sportverein eine große Verantwortung übertragen. Durch sie kann und soll Jugendlichen das Überwinden und Lösen von Entwicklungsaufgaben in der Jugendphase erleichtert werden. Durch gesellschaftliche Strukturveränderungen (verstärkte Individualisierungs- und Differenzierungsprozesse) innerhalb der verschiedensten Subsysteme der Gesellschaft treten Verhaltensänderungen bei Jugendlichen auf, die eine Anpassung der Jugendarbeit im Verein erzwingen. Neben veränderten Bedürfnis- und Interessenlagen Heranwachsender müssen sich Sportvereine aber auch noch wachsender Konkurrenz gegenüberstellen. Differenzierungsprozesse im Sport führen zu einer rasanten Expansion kommerzieller Sportanbieter. Die Situationsanalyse der kindlichen Bewegungswelt fällt in hohem Maße widersprüchlich und wenig eindeutig aus, weil sie doppelwertige und polare Tendenzen in ihrer Gestaltung aufzeigt. So stehen bewegungseinschränkende Bedingungen und bewegungsvermeidende Einstellungen ein noch nie da gewesenes Angebot an Sportmöglichkeiten gegenüber (Größing 1993). In unserer Gesellschaft gibt es bewegungseinschränkende Bedingungen in der Umwelt der Kinder zu finden. Sie gilt als bewegungs- und sinnesfeindlich, da sie kindliche Bewegungshandlungen immer mehr erschwert (Kipphard 1997). Dies gilt für die Verkehrssituation, die auf den Straßen kaum noch ein Spielen und Bewegen im Freien zulässt, für Spielplätze, die oft wenig bewegungsanregend und langweilig sind. Dies gilt auch für die Schule, in der die Bewegungszeiten oft verkürzt statt erweitert werden und für die häusliche Situation, in der Fernseher, Computer und Videospiele mit möglichen Bewegungsaktivitäten konkurrieren (Bös/Schott 1999). Das Bewegungsverhalten von Kindern ist derzeit ein hochbrisantes Thema, das auch von den Medien aufgegriffen und präsentiert wird. Schlagzeilen wie „Deutsche Kinder sind Bewegungsmuffel“ (MD-Verlag, 2.8.2001), „Computer statt Sport, Fernsehen statt Bewegung“ (Landessportbund-Hessen) oder „Unsere Kinder sind zu Sitzkindern geworden“ (Bös 1999, 32) sind überall zu lesen. Auch Bös/Woll 2002, kamen zu dem Ergebnis, dass sich Kinder durchschnittlich nur eine Stunde pro Tag bewegen. Von dieser Stunde fallen lediglich 15-30 Minuten unter den Begriff *Sportliche Aktivität*.



Abbildung 4 Bewegungsmangel als gesellschaftliches Problem (Bös/Woll 2002).

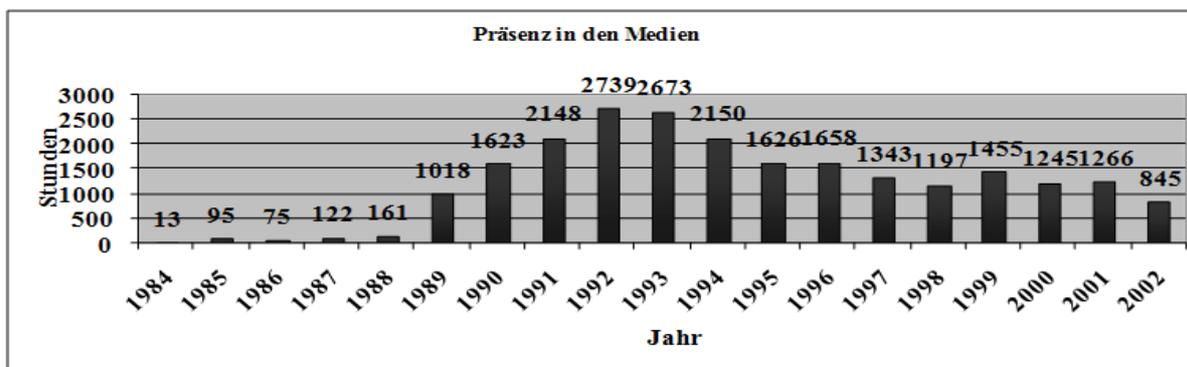
Die heute zu beklagenden Nachwuchsprobleme/der Rückgang von Mitgliederzahlen in traditionellen Sportarten wie z.B. Fußball, Leichtathletik oder Tennis waren ein bis zu Beginn der 90er Jahre nicht existentes Problem. Über viele Jahrzehnte hinweg waren Sportvereine An-

lauf- und Kontaktpunkte für Millionen von Spitzen- und Breitensportlern. Betrachtet man die Entwicklungen der letzten Jahre, steht fest, dass Sportvereine, ebenso wie andere Sportanbieter, immer mehr gefordert sind, ein vielfältiges Sportangebot anzubieten, das ein breit gefächertes Spektrum sportlicher Betätigung, von Unterhaltung, Entspannung, etc., ermöglicht, um ihre Mitglieder langfristig zu binden bzw. die Zahl der Neuanmeldungen zu erhöhen. Dabei sollte das Angebot so strukturiert sein, dass es vielfältige Optionen eröffnet, aus denen der Einzelne entsprechend seiner individuellen Bedürfnisse eine Auswahl treffen kann. Auf Sportvereine und ihre Jugendarbeit kommen also maßgebliche Veränderungen zu, um weiterhin eine Vielzahl von Jugendlichen anzusprechen.

1.3.3 Medienpräsenz

Durch Tennisspieler, mit denen sich die Menschen identifizieren konnten und durch die gesteigerte Fernsehberichterstattung mit ihren hohen Einschaltquoten, wurde die Professionalisierung von Tennis bis vor einigen Jahren stark forciert. Doch ebenso wie die Mitgliederzahlen gesunken sind, hat sich auch das Interesse an Tennisübertragungen im Fernsehen auf andere Bereiche verlagert, wie man deutlich aus der folgenden Tabelle erkennen kann. Während das Fernsehen 1988 lediglich 161 Stunden Tennis übertrug, stieg die Zahl 1989 bereits auf 1018 Stunden. 1992 erreichte Tennis mit 2739 Stunden einen Rekord, 2002 wurden gerade einmal 845 Stunden Tennis übertragen (DTB 2003). Die Feldbefragung der Sport+Markt AG ergab 2002, dass Fußball in Deutschland mit 60% an der Spitze der Beliebtheitsskala von Fernsehsportarten steht. Während der Automobilrennsport 53% und der Skisport 34% der Stimmen erhielten, lag Tennis mit 20% nur auf Platz fünf der Beliebtheitsskala - 1999 waren es noch 25%.

Tabelle 16 Entwicklung der Übertragungsdauer (in Stunden) in knapp 20 Jahren (DTB 2003).



Folglich nahm die Präsenz von Tennisübertragungen im Fernsehen ab. „34 Prozent der Deutschen interessieren sich sehr für Fußball, halten diesen für einen dynamischen, zeitgemäßen, spannenden Sport, der weit attraktiver ist als Tennis, mit 14% immerhin noch die Nummer

zwei der beliebtesten Sportarten“ (Ufa 2001). Der Zusammenhang zwischen Werbung und Sport, zeigt sich besonders auch im Einsatz virtueller Werbung, der bisher weitgehend auf den Bereich der Sportberichterstattung ausgerichtet worden ist, weil der Sport auch heute noch eine Chance bietet, um das Massenpublikum zu erreichen. Kritisch äußerte sich Adidas-Vorstandschef Hainer 2001 in einem *Spiegel*-Interview: „Tennis: Das wurde vom Fernsehen kaputt gesendet, da muss man aufpassen.“ Dies unterstützen Berater von PriceWaterhouse-Coopers: „Überkommerzialisierung, übertriebener Hype und schlechte Abbildung des Sports durch die Medienkonzerne kann dem Zweck entgegenlaufen. Auf lange Sicht haben die emotionalen Bindungen und die Traditionen des Sports nur dann einen kommerziellen Wert, wenn sie gefühlvoll ausgebeutet werden“. Diese Grenze wurde überschritten. Und so ergeben sich aus dem Fehlverhalten der letzten Jahre folgende Konsequenzen: Die Fans wenden sich ab, was bedeutet, dass das Interesse und die Einnahmen sinken und das wiederum hat die Folge, dass weniger Geld zur Verfügung steht, das in den Sport investiert werden kann – ein Teufelskreis also (vgl. Sport + Markt AG: Sportsponsoring 2002).

1.4 Zusammenfassung

Während der Tennissport, so wie wir ihn heute kennen, anfangs nur von der elitären Oberschicht betrieben wurde, stiegen die Mitgliederzahlen des DTBs seit Beginn der 50er Jahre des 20. Jahrhunderts stetig an, so dass Tennis mittlerweile auch für den Durchschnittsbürger erschwinglich ist. Tennis schuf eine kaum zu bremsende Euphorie und zwar nicht nur in Deutschland sondern auch in vielen anderen Ländern, wie z.B. Schweden und Spanien. In Deutschland erreichte der DTB 1994 mit 2,3 Millionen Mitgliedern seinen Rekordstand. Seitdem hat der DTB mit einem deutlichen Mitgliederrückgang zu kämpfen. Mit einem Anstieg von kommerziellen Anbietern sowie neuen Angeboten im Freizeitbereich, vergrößerten sich auch die Fluktuationsraten in den einzelnen Angeboten; dadurch, aber auch durch die demographische Veränderung der Gesellschaft sowie der Tendenz zur Singularisierung, veränderten sich die Anforderungen an die Vereine. Um einer Aktivität nachzugehen ist es heute nicht mehr zwingend notwendig sich an einen Verein zu binden. Zudem könnte die Beendigung der Karriere der deutschen Ausnahmespieler, wie Graf und Becker, dazu beigetragen haben, dass das Interesse an Tennis signifikant zurückgegangen ist. Fakt ist, dass zumindest das Interesse der Medien nachgelassen hat, wie die reduzierten Übertragungszeiten deutlich zeigen. Da Sport, gerade in einer bewegungsarmen Gesellschaft wie unserer, von enormer Bedeutung ist und Vereine die *Social Skills* positiv beeinflussen und fördern, ist es lohnenswert die Tennisclubs wieder attraktiver zu machen. Dieser Frage soll im Folgenden nachgegangen werden.

2 Das Drop-out

Körperliche Aktivität zählt zu einer kostengünstigen und effektiven Maßnahme, um die Gesundheit der Bevölkerung zu steigern und das Gesundheitssystem dadurch zu entlasten. So befanden amerikanische Experten der U.S. Prevention Services Task Force bereits 1989, dass die Motivation zur Steigerung körperlicher Aktivität zu einem unverzichtbaren Bestandteil ärztlicher Gesundheitsberatung zählt (Caspersen, DeFriese, Estes und Harris 1989). Sportliche Betätigung wirkt sich nach Gleser/Mendelberg (1990) positiv auf Angst- und Depressionszustände aus und trägt maßgeblich zur körperlichen Fitness sowie der Stärkung des Immunsystems bei. Eine, an Absolventen der Harvard Universität, durchgeführte Studie belegt, dass das Ausmaß an körperlicher Aktivität zudem noch Einfluss auf die Lebenserwartung hat (Kampert, Pfaffenbarger, Lee, Hype, Leung und Wing 1994). Obwohl die positiven Auswirkungen körperlicher Aktivität durchaus bekannt sind, resümieren Stephens/Caspersen (1993) für Australien, England, Kanada und die USA, dass gerade einmal 10% der Bevölkerung als sportlich aktiv bezeichnet werden können. Raglin (1995) stellt fest, dass ca. 50% der aktiven Fitnesssportler das Training im Fitnessstudio frühzeitig beenden. Dishman (1988) bestätigt dies mit der Aussage, dass die Hälfte aller Personen, die eine sportliche Aktivität aufnehmen, diese nach drei bis sechs Monaten abbrechen.

Hohe Drop-out-Quoten sind somit nicht nur im Tennis, sondern auch in anderen Sportarten, insbesondere bei Sportprogrammen, keine Ausnahme. Willis/Campbell (1992) halten die folgenden vier Aspekte für die Hauptgründe, weshalb Menschen keinen gesunden Lebensstil, der regelmäßige sportliche Aktivität beinhaltet, ausüben:

1. Mangel an Zeit
2. Mangel an Wissen über Fitness / Ernährung
3. Mangel an Gelegenheit
4. Erschöpfung.

In Ergänzung dazu, schlagen Grantham et al. (1998) drei weitere Einflüsse vor, welche die *sitzende Lebensweise* begünstigen:

1. Langeweile
2. Mangel an Motivation
3. Psychologische Barrieren.

Vor diesem Hintergrund ist es eine Herausforderung für die Sportwissenschaften und die Gesundheitspsychologie, Menschen (wieder) dauerhaft für den Sport zu begeistern. Dabei ist es unumgänglich Methoden und Modelle zu entwickeln, die den Prozess der Verhaltensänderung

beschreiben und dadurch Aufschluss auf die Umstände und Faktoren geben, welche die Zielperson langfristig an eine sportliche Aktivität binden.

In bisherigen Untersuchungen wurden verschiedene Merkmale, angefangen bei den persönlichen Merkmalen wie psychische und physische Merkmale, bis hin zu den äußeren Merkmalen wie das soziale Umfeld, untersucht. Dies ist von großer Bedeutung, da das Faktorengeflecht sehr vielschichtig ist und nicht unabhängig voneinander bzw. getrennt von der einzelnen Person betrachtet werden kann. Das Transtheoretische Modell³⁹ der Verhaltensänderung von Prochaska und DiClemente (1983) hat nicht nur das Verständnis über motivationale Verläufe erweitert, sondern auch empirisch begründete Strategien für die Förderung der Motivation zur Verfügung gestellt (Prochaska/DiClemente 1983, 1985, 1992).

Da dieses Modell für die folgende Stichprobenuntersuchung relevant ist, wird in diesem Kapitel ausführlich auf das TTM eingegangen sowie bisherige Forschungsergebnisse vorgestellt, die sich mit der Verhaltensänderung befassen. Die Faktoren, die den Bindungsprozess im Rahmen einer sportlichen Aktivität beeinflussen können, werden im Anschluss daran dargestellt.

Die Definitionen für den Begriff Drop-out unterscheiden sich insbesondere durch die Art des Blickwinkels. So bedeutet Drop-out nach Pahmeier „[...] das Abbrechen einer gesundheits-sportlichen Aktivität und der Rückfall in die Inaktivität. Als Aussteiger werden dementsprechend Personen bezeichnet, die nach Ablauf eines definierten Zeitraums keiner sportlichen Aktivität nachgehen“ (Pahmeier 1999, 24). Ähnlich definieren Shephard/Cox Aussteiger als Personen, welche der *Aktivität* zwei Monate oder weniger nachgegangen sind, und dann ausgestiegen sind (Shephard/Cox 1980, 70). Willis/Campbell dagegen bezeichnen Personen, die eine sportliche Aktivität für eine gewisse Zeit ausgeübt haben und diese dann aus welchen Gründen auch immer beendet haben, als Aussteiger; wobei die Gründe, die den Trainingsabbruch herbeiführen können, nicht mehr klar vorgegeben sind, sondern über eine individuelle Befragung des Aussteigers ermittelt werden (Willis/Campbell 1992).

Trotz unterschiedlicher Definitionen des Begriffs *Drop-out*, ist festzustellen, dass die Mehrzahl der Studien zur Drop-out-Problematik in ihren Ergebnissen weitestgehend übereinstimmen. So verlassen die meisten Aussteiger ein Sportprogramm in den ersten sechs Monaten, spätestens innerhalb der ersten zwölf Monate. Zwischen dem zwölften und dem vierzehnten Monat pendeln sich die Drop-out-Quoten in der Regel auf ein gleichbleibendes Niveau ein

³⁹ „Das TTM ist ein Phasenmodell, das die Bereitschaft zu einer Einstellungs- und Verhaltensänderung im Hinblick auf ein konkretes definiertes Problemverhalten beschreibt“ (Maurischat 2002, 9); in Folge kurz: TTM genannt.

(Dishman 1981; Ward/Morgan 1984; Oldridge 1982) und sinken nach dem 14. Monat, so dass die Zahl der Dabeibleiber von da an überwiegt (Eberhardt 1995).

In der vorliegenden Arbeit wird das *Austreten aus einem Tennisverein* mit dem Begriff Drop-out umschrieben. Alle Personen, die Mitglied in einem bestimmten Tennisverein waren und dies heute nicht mehr sind, werden als *Aussteiger* bezeichnet, auch, wenn sie in einen anderen Verein eingetreten sind.

Für den Begriff *Adherence* bzw. *Compliance* gibt es bisher keine einheitliche Definition. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird Bindung als Durchhalten oder Beibehalten eines bestimmten Verhaltens, zum Erreichen eines im Voraus gesetzten Zieles, bezeichnet. Diese Verhaltensstabilisierung ist ein komplexer Prozess zwischen den gegebenen personalen und kontextuellen Faktoren und der Partizipation an einer sportlichen Aktivität (Woll 2004). In der amerikanischen Sportwissenschaft werden diese beiden Begriffe in der Regel synonym verwendet (Oldridge 1981) und nach Pahmeier im Deutschen mit *Bindung* übersetzt. Pahmeier bezeichnet: „[...] Bindung als Aufrechterhaltung einer einmal begonnenen (gesundheits-) sportlichen Aktivität über einen definierten Zeitraum [...]“ (Pahmeier 1999, 23). In der Regel wird *Bindung*⁴⁰ für wissenschaftliche Zwecke über die prozentuale Anwesenheit gemessen. Werden 50 von 100 Trainingseinheiten wahrgenommen, wird somit eine Prozentzahl von 50% erreicht. Gale et al. (1984) bezeichnen Personen, die an mindestens 50% der Trainingseinheiten teilgenommen hatten, als Dabeibleiber, Oldridge (1988) Personen, die ihr Ziel, unabhängig von der Anzahl der absolvierten Trainingseinheiten, erreichen. Pahmeier definiert „Personen, die über einen definierten Beobachtungszeitraum weiterhin einer sportlichen Aktivität nachgehen, als Dabeibleiber“ (Pahmeier 1999, 24). Nach Martin/Dubbart (1982) besteht die *ideale Bindung* aus der tatsächlichen prozentualen Anwesenheit mit einer im Voraus festgelegten Standardteilnahmerate.

2.1 Darstellung der bisherigen Forschungsergebnisse

Während das Thema Drop-out⁴¹ und Adherence in Amerika und Kanada bereits seit den 70er Jahren näher untersucht wird, gibt es in Deutschland bisher nur sporadische Kenntnisse über

⁴⁰ Der Begriff *Bindung* wird in dieser Arbeit für die Aufrechterhaltung der sportlichen Aktivität im Tennisverein verwendet. Dabei sollte jedes Mitglied mindestens zwei Jahre im Verein gewesen sein und mindestens ein Mal im Monat Tennis spielen. Bei zugrunde gelegten Kriterien wie eine Stunde wöchentlich, reduziert sich der Anteil der Aktiven auf 10-15%, bei weiterer Berücksichtigung der Intensität und der Aktivitätsart kann von einer Aktivitätsquote der Erwachsene von 15% regelmäßiger und 30% sporadisch aktiver Menschen ausgegangen werden (Woll 1998).

⁴¹ *Drop-out* wird heute oft mit mangelnder Bindungswilligkeit der jüngeren Generation verglichen. Nach Gieß-Stüber und Rücker (2002) sollte man allerdings nicht von einem grundlegenden *Wertewandel* sprechen, in dem Verbindlichkeit und Pflichtbewusstsein zugunsten von Selbstentfaltungs- und Erlebniswerten in den Hintergrund treten.

die Adherence-Forschung. „Die ersten großen Studien, das „Cardiopulmonary Research Institute Rehabilitation Programm“ (Capri/Seattle von 1968 bis 1974) und die *Ontario Exercise-Heart-Collaborative-Study* (Oehs/Ontario, Kanada von 1972 bis 1979) beschäftigten sich erstmals systematisch auch mit dem ‘Drop-out‘“ (Pahmeier 1994, 117). Betrachtet man sich die Aufstellung der Arbeiten, die sich mit dem TTM befassen, wird deutlich, dass die Bereiche Rauchen und körperliche Aktivität bisher am intensivsten untersucht wurden; dies zeigt sich unter anderem an den Longitudinaldaten bzw. Interventionsstudien. Die Veröffentlichungen für den Bereich der körperlichen Bewegung basieren dagegen auf Querstudien. Anfang der 90er Jahre wandten Marcus et al. das TTM in Bezug auf sportliches Verhalten an (z.B. Marcus, Selby, Niaura und Rossi 1992; Marcus/Simkin 1993). Dabei stellte sich heraus, dass:

- sich die Self-efficacy (Selbstwirksamkeit) von der Phase der Absichtslosigkeit bis hin zur Phase der Aufrechterhaltung erhöhte,
- die positiven Aspekte sich von der Phase der Absichtslosigkeit bis hin zur Aufrechterhaltungsphase erhöhten,
- die Kontrapunkte sich von der ersten Phase bis zur letzten Phase verringerten (wobei festgehalten werden muss, dass die Kontrapunkte im Verlauf der Verhaltensänderung von der Stufe der Absichtslosigkeit in die Stufe der Handlungsabsicht steigen und erst danach deutlich sinken),
- die empirischen Prozesse in den ersten Phasen wichtiger waren,
- die Verhaltensprozesse in den letzteren Phasen an Wichtigkeit gewannen.

Die Marcus-Gruppe berichtete außerdem als erstes von einer Interventionsstudie, die gemeindebezogen war und junge Erwachsene, Erwachsene mittleren Alters, sowie ältere Erwachsene mit einbezog. Das Ergebnis dieser Studie war, dass die Prozentzahl der Menschen, die sich in den Phasen der Absichtslosigkeit und der Vorbereitung befinden, sinkt, während die Prozentzahl derer, die sich in der Umsetzungsphase befinden, steigt. Dies zeigt, dass die Individuen nach der Intervention deutlich aktiver waren (Marcus, Banspach et al. 1992). Diese Pilotstudie war die Basis dafür, Menschen durch die Anwendung des TTMs zu motivieren eine sportliche Aktivität in Betracht zu ziehen und diese letztendlich auch auszuüben. Mitte der 90er Jahre wurden einige Studien veröffentlicht, die sich mit der Anwendung des TTMs auf sportliche Aktivität auseinandersetzten. Man versuchte in dieser Zeit herauszufinden, ob die einzelnen Komponenten des TTMs auch auf verschiedene Gruppen angewandt werden können. Generell stieg die Gültigkeit der Faktoren von der Phase der Absichtslosigkeit bis zur Phase der Aufrechterhaltung. Die untersuchten Personen betrieben mehr Sport und erreichten einen höheren Fitnesszustand, was u.a. durch das Messen des Body Mass Index sowie der Stärke des

Schwitzens⁴² nachgewiesen werden konnte (Cardinal 1997; Courneya 1995a; Marcus/Simkin 1993). Im Gegensatz dazu fanden Schmid, Keller, Nigg und Basler (1999) in ihrer Studie, dass bisher durchgeführte Interventionen zur Steigerung körperlicher und sportlicher Aktivität nur wenige Menschen erreichen, was sich insbesondere durch den hohen Anteil an *absichtslosen* Menschen in ihrer Studie bemerkbar machte. Sie kritisieren, dass Motivationskampagnen in vielen Fällen nur auf Personen ausgerichtet sind, die ohnehin motiviert sind, sich zu ändern. Booth et al. (1993) stellten fest, „je älter Menschen sind, je niedriger die Schulausbildung, und je weniger sie von einem Zusammenhang zwischen körperlicher Aktivität und koronarer Herzkrankheit überzeugt sind, desto eher befinden sie sich am Anfang eines möglichen Veränderungsprozesses.“ Demnach machen sich Wissensdefizite über die Auswirkungen körperlicher Bewegung bemerkbar.

In Deutschland wurde die Drop-out-Problematik anfangs lediglich im Leistungssportbereich oder in der Sportbiographieforschung analysiert (Eberspächer 1993; Gabler 1986; Thomas 1995). Nachdem sich das Problem der Bindung an einen Sportverein gerade im Breiten- und Gesundheitssport immer weiter verbreitete, wuchs das Interesse der Sportwissenschaftler, auch außerhalb des Leistungssports Untersuchungen in diesem Bereich durchzuführen (Fuchs 1996; Pahmeier 2000). So berichtet Pahmeier (2000) von Ausstiegsquoten im Gesundheitssport, die zwischen 40% und 60% liegen. Im Fitnessbereich, der sich in den letzten Jahren auf dem Freizeitmarkt etablierte und erstaunliche Entwicklungs- und Umsatzzahlen⁴³ vorweisen konnte, liegt die Drop-out-Quote nach Brehm/Eberhardt (1995) innerhalb der ersten sechs Monate oft bei 80%.

Kritik am TTM ist nicht selten und in gewissen Punkten auch durchaus berechtigt (z.B. Armittage/Conner, 2000; Sutton, 2000). So sieht Sutton (2000) die Abgrenzung der beiden Stadien der Aktion und Aufrechterhaltung durch das 6-Monate-Kriterium kritisch, da dies willkürlich erscheint. Zwar entspricht der Zeitrahmen, der beim TTM auf sechs Monate festgelegt ist, der Zeit, die Menschen vorausplanen können, intuitiv als sinnvolle Zeitvorgabe, gerade im Sportbereich, da dies grob gerechnet jeweils eine Winter- und eine Sommersaison beinhaltet, allerdings wurde dies wissenschaftlich noch nicht belegt. Fuchs (1997) schlägt vor, hier zukünftig

⁴² Schwitzen wird auch als *Transpiration* oder *Perspiratio Sensibilis* bezeichnet und wird im engeren Sinn als die sichtbare Absonderung von Schweiß auf der Haut verstanden. Prinzipiell handelt es sich um einen Vorgang zum Senken der Körpertemperatur durch Verdunstungskälte, die beim Verdunsten von Schweiß entsteht. Schwitzen dient der Thermoregulation (Brockhaus 2000). Generell ist das Schwitzen, gerade beim Sport, also als positiv zu bezeichnen. Dennoch gilt übermäßiges Schwitzen, vor allem in Alltagssituation, wie im Büro, als Zeichen von körperlicher Schwäche.

⁴³ Mittlerweile gibt es ca. 3.500 Fitnessstudios mit ca. 3,2 Mio. Mitgliedern in Deutschland (Studie des Deutschen Sportstudio Verbandes, 1998), die 2002 in der gesamten Branche einen Umsatz von ca. 2,7 Mio. DM erwirtschafteten.

stärker kognitive Aspekte in den Vordergrund zu stellen, die für die Habitualisierung einer Verhaltensänderung von Bedeutung sind.

Außerdem werden die meisten Untersuchungen rein deskriptiv behandelt und fallen sowohl durch eine unsystematische Vorgehensweise als auch durch Theorielosigkeit auf. Daher bezeichnet Dishman (1982) diese als atheoretisch und kritisiert, ebenso wie Wankel (1985), die eher intuitive Einbeziehung vieler Faktoren. Auch die Uneinheitlichkeit der Charakterisierung von Schlüsselbegriffen ist stark ausgeprägt (Eberhardt 1995). Dies macht deutlich, dass einheitliche Modelle zur Untersuchung der Drop-out-Problematik entwickelt werden müssen, um die Forschung in diesem Bereich zu verbessern.

Die Studien⁴⁴, die sich mit der Drop-out-Problematik im Tennis befassen, können in qualitative und quantitative, in regionale und bundesweite Untersuchungen unterteilt werden. Auch gibt es im Hinblick auf den Blickwinkel der einzelnen Studien Unterschiede. So ergab, die von Rücker (1998) durchgeführte Vereinsbefragung⁴⁵, in welcher das Verhältnis zwischen Clubgröße, Clubangeboten und Vereinsaustritten von 2021 zufällig ausgewählten Vereinen in Deutschland untersucht wurde, dass keine allgemeingültigen Aussagen über die Mitgliederentwicklung eines Tennisvereins getroffen werden können. Grundsätzlich seien die individuellen Bedingungen und Gegebenheiten der einzelnen Vereine ausschlaggebend für deren Entwicklung; außerdem spiegelten die aufgeführten Gründe, welche die Vorstandsmitglieder für die Rückläufigkeit in ihrem Verein angeben, nicht die Austrittsgründe der Mitglieder wider. Der Schwerpunkt bei bisherigen Forschungsansätzen in der Sportwissenschaft wurde hauptsächlich auf die psychologisch-theoretischen Einflussgrößen gesetzt, wobei insbesondere die personalen Bedingungen in den Mittelpunkt gerückt wurden (Fuchs 1996; Schwarzer 1992) und erforscht wurde, ob Individuen regelmäßig sportlich aktiv sind oder nicht (Courneya 1995a). Seit vielen Jahren befasst sich die Forschung mit personen- und umweltbezogenen Einflussfaktoren auf das Sportverhalten; bereits in den 80er Jahren wurde darauf hingewiesen, dass das Verhalten in Bezug auf sportliche Aktivität auf vielen verschiedenen Faktoren basiert (Dishman 1988; Sallis/Hovell 1990; Sonstroem 1988). Theorien und Modelle sollten somit die Dynamik, den Prozess von sportlicher Aktivität umfassen, also die Veränderung im Verhalten auf sportliche Aktivität mit einschließen, und nicht nur die sportliche Aktivität per se einbeziehen. Auch nach Woll (2002) greift eine rein psychologische Betrachtungsweise gerade in Bezug auf die Organisation eines Tennisvereines zu kurz und somit rät Woll (2002)

⁴⁴ In Bezug auf das tennisspezifische Problem der Anschluss- und Leistungsmotivation für die spezifische Zielgruppe jugendlicher Tennisspielerinnen, gibt es z.B. eine Analyse von Gieß-Stüber von 1999.

⁴⁵ Neuauflage der 1991 von Gabler & Timm durchgeführten Untersuchung.

psychologische Betrachtungsweisen mit sozialwissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen; dies soll im weiteren Verlauf der Arbeit versucht werden.

In der derzeitigen Diskussion um die Determinanten von sportlicher Aktivität ist ein deutliches Übergewicht der *psychologisch-theoretischen* Forschungslinie festzustellen. Die personalen Bedingungen werden dabei in den Mittelpunkt gestellt (Fuchs 1997; Schwarzer 2004). In der Sportpsychologie beschäftigt man sich mit der Frage des *Sport-Komitment* mit der Frage der Bindung, definiert als „einen psychologischen Zustand, der für die Aufrechterhaltung interpersonaler Beziehungen oder für die Fortführung einer begonnenen Handlung ursächliche Bedeutung besitzt“ (Fuchs 1997, 64).

Klassische ökonomische Theorien, wie z.B. die Anreiz-Beitragstheorie, tragen nur bedingt zur Erklärung von Mitgliedschaften in Vereinen bei. Sie besagt, dass das Mitglied einer Organisation auf der einen Seite seinen Beitrag, den es in die Organisation einbringt – also seine Mitgliedszahlungen, seine Zeit etc. – mit den Leistungen, die es dafür von der Organisation erhält, vergleicht. Dabei ist das Mitglied stets bemüht, eine ausgeglichene Bilanz zwischen seinen Beiträgen und den Leistungen der Organisation zu erhalten. Diese Theorie lässt sich nicht auf alle Bereiche der Beziehung zwischen Verein und Mitglied übertragen. Vielmehr ist für Sportvereine eine widersprüchliche Mischung aus materiell zu verstehenden Leistungsangeboten – vor allem die Möglichkeit zum Sporttreiben – als auch von nicht-materiellen Anreizen der Gemeinschaft und Identifikation typisch. Damit entsteht gleichzeitig ein ebenso widersprüchliches Nebeneinander von solidarischer Einstellung, hoher Partizipationsbereitschaft und Konsumentenhaltung der Mitglieder (Heinemann 2004).

In der anglo-amerikanischen Wissenschaft hat die Erforschung von personen- und umweltbezogenen Einflussfaktoren auf das Sportverhalten bereits Tradition. Wichtige Vertreter dieser Forschungslinie sind Dishman/Sallis 1994; Sallis/Hovell 1990), Oldridge (1982) und King et al. 1992. Im deutschsprachigen Bereich hat sich v.a. Rütten (1993) mit dieser Forschungsrichtung beschäftigt. In einem Überblicksartikel fassen Dishman/Sallis (2004) den Forschungsstand zu den *Determinanten der sportlichen Aktivität* zusammen. Bei fremdorganisierten genauso wie bei selbstorganisierten Sportaktivitäten erweisen sich die folgenden *psychologischen Faktoren* als positive Einflussgrößen einer erhöhten Teilnahmewahrscheinlichkeit: Selbstmotivation, sportbezogene Selbstwirksamkeit und gesundheitsbezogener Locus of Control. Emotionale Störungen und wahrgenommener Zeitmangel waren negativ mit der Teilnahmewahrscheinlichkeit korreliert. Alle anderen potentiellen psychologischen Determinanten waren entweder inkonsistent (z.B. Typ-A-Persönlichkeitsstruktur), oder nur bei einem

bzw. keinem der beiden Typen der sportlichen Aktivität bedeutsam an der Vorhersage beteiligt.

Bei den *physischen Determinanten* bemerken Dishman/Sallis (1994) einen günstigen Einfluss des wahrgenommenen Gesundheits- bzw. Fitnesszustandes auf die Teilnahme bei fremdorganisierten Sportprogrammen. Für die selbstorganisierte sportliche Aktivität spielt die Wahrnehmung des eigenen Gesundheits- und Fitnesszustandes hingegen keine bzw. sogar eine eher negative Rolle. Kritisch angemerkt werden muss, dass es sich dabei nur um die *wahrgenommene Fitness* handelt und nicht um die tatsächlich mit Hilfe von motorischen Tests gemessene Leistungsfähigkeit. Bezüglich der sportlichen Aktivität gibt es deutliche Unterschiede in der Abhängigkeit von den *soziodemographischen* Einflussgrößen (Lamprecht/Stamm, 1995): So nimmt die Teilnahmebereitschaft an Sportprogrammen mit zunehmendem Alter ab, mit zunehmender Bildung und Einkommen hingegen zu. Männer sind dabei im Sport – vor allem im intensiven Wettkampfsport - immer noch etwas stärker vertreten als Frauen. Zu den wichtigsten Einflussgrößen der Sportpartizipation zählen die *sozial-ökologischen* Determinanten, der Einfluss von Familienmitgliedern bzw. von Gleichaltrigen. Darüber hinaus ist auch der einfache Zugang zu Sportmöglichkeiten eine wichtige Voraussetzung für eine dauerhafte Teilnahme am Sport (vgl. Rütten 1993).

Ökologische Aspekte, wie z.B. das Klima, spielen sowohl für die Art als auch den Umfang der sportlichen Aktivität eine Rolle (z.B. Spanien vs. Skandinavien). Ein besonderes Kennzeichen des Sporttreibens im (Tennis-) Verein ist die Einbindung in ein soziales Umfeld. Innerhalb des Tennisvereins sind als wichtige Personen die Spielpartner und der Übungsleiter/Trainer zu nennen. Insbesondere dem Übungsleiter bzw. Trainer kommt dabei, wie in Studien gezeigt werden konnte, eine Schlüsselrolle für die Aufrechterhaltung von sportlichen Aktivitäten zu (z.B. Pahmeier 2000). Brehm/Sygusch (2003) sprechen dem Übungsleiter für den Bereich des Gesundheitssports eine bindungsfördernde Kraft zu. Neben dem Aufbau von tennisspezifischen Kompetenzen und tennisspezifischer Selbstwirksamkeit spielt der Trainer eine wichtige Rolle als Ansprechpartner, Vermittler von Trainingspartnern und damit für die Integration in bereits existierende Gruppen im Verein (vgl. Eberhardt 1999). Soziale Unterstützung spielt bei der Aufrechterhaltung sportlicher Aktivitäten eine wichtige Rolle. Fuchs (1997) unterscheidet dabei zum einen die emotionale Unterstützung (Lob, Trost, Verständnis, Ermutigung), zum anderen die instrumentelle Unterstützung (Vorbildverhalten, die Aufforderung zum Sporttreiben oder Hilfestellung jeder Art). Als dritte Form der sozialen Unterstützung nennt er die informationelle, zu welcher die Vermittlung von Wissen sowie die Bekanntgabe von Sportangeboten gehören (Fuchs 1997).

In Bezug auf die Bindung an sportliche Aktivität, ist zu beachten, dass diese eher ein „acquisition⁴⁶-Verhalten“, als ein „cessation⁴⁷-Verhalten“ ist und sich somit von anderen Verhaltensweisen unterscheidet. Sportliche Aktivität involviert vielmehr das Aufrechterhalten eines aktiven Lebensstils als ein bestimmtes Verhaltensmuster abzulegen (Nigg/Riebe 2002).

2.2 Theorien und Ansätze zum Thema Bindung

Im Folgenden werden das TTM sowie der Einfluss von Motivation auf Ausüben einer Sportart, in diesem Falle, Tennis, näher erläutert. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass das Stadium, in welchem sich ein Mensch befindet, ebenso wie die Motivation einer Person, Einfluss auf deren Verhalten hat (Nigg/Worek 2003; Prochaska/DiClemente 1983).

Das TTM ist ein wissenschaftlich fundiertes, fünfstufiges Modell der Verhaltensänderung⁴⁸, welches 1983 von Prochaska⁴⁹ und DiClemente⁵⁰ entwickelt wurde. Nachdem der Vater des Psychologiestudenten James Prochaska aufgrund von Depressionen und überhöhtem Alkoholkonsum verstarb, tat er alles, um die Zusammenhänge der Psychotherapie zu verstehen. In seinem ersten Buch *Systems of Psychotherapy*, das 1979 erschien, verglich er 18 verschiedene Theorien der Psychotherapie und Verhaltensänderungen und entwickelte daraufhin ein eigenes Modell: Das Transtheoretische Modell.

Das TTM ist ein Phasenmodell, welches durch die Kombination der „Periods of Change“ bzw. der von Prochaska und DiClemente neu benannten „Stages of Change“ und den aus ihrer Psychotherapieforschung abgeleiteten Behandlungsstrategien den konzeptionellen Durchbruch erhielt (Prochaska/DiClemente 1992). Insbesondere in den Vereinigten Staaten, in Australien und Großbritannien ist das TTM seit 1985 sehr verbreitet. Neben weit über 1000 englischsprachigen Studien, die einen Bezug auf das TTM aufweisen, und den zahlreichen theoretischen Arbeiten, existieren noch ca. 368 Arbeiten, welche sich mit dem Konzept der Veränderungsphasen (*Stages of Change*) auseinandersetzen (Bunton et al. 2000). Im Vergleich dazu ergibt die Suche bei den Datenbanken Meldine und Psyn dex mit den Stichworten *Transtheoretisches Modell*, *Stages of Change* oder *Motivational Interviewing* in deutscher Sprache

⁴⁶ Erwerb, Aneignung, Bereicherung (<http://dict.leo.org/> 2005).

⁴⁷ Ende, Aufhören, Einstellen (<http://dict.leo.org/> 2005).

⁴⁸ „Verhaltensänderung ist ein Prozess, der sich durch das aktive zeitliche Durchlaufen unterschiedlicher, aufeinander aufbauenden Stufen („Stages of Change“) beschreiben lässt“ (Prochaska 1979; Prochaska/DiClemente 1984).

⁴⁹ Ph.D. James O. Prochaska ist der Direktor des Krebsvorsorge-Forschungszentrums und Professor des Psychologischen Institutes an der Universität Rhode Island. Prochaska ist unter den zehn einflussreichsten Autoren der Psychologie.

⁵⁰ Ph.D. Carlo DiClemente ist Professor an der Universität von Maryland Baltimore und der Co-Entwickler des Transtheoretischen Modells.

nur 38 Arbeiten⁵¹ (Maurischat 2002, 8). Diese Gegenüberstellung beweist, dass die Adherence-Forschung in Deutschland noch am Anfang steht. Das TTM wurde ursprünglich für das Bindungsverhalten bei der Rauchentwöhnung⁵² entwickelt, später aber auch auf andere Bereiche, wie dem Bindungsprozess beim Alkohol- und Drogenentzug⁵³, der Psychotherapie, dem Safer Sex und HIV sowie der sportlichen Betätigung übertragen. Es wird davon ausgegangen, „dass sich der Bindungsprozess durch verschiedene Phasen der Aufnahme und Beibehaltung von Verhaltensweisen beschreiben lässt“ (Eberhardt, 1995, 54). Den Ansatz einer periodenhaften Veränderung hatte z.B. Horn (1976) schon beschrieben und somit war dieser Gedanke nicht völlig neu. Erst die Kombination der *Periods of Change* bzw. *Stages of Change* und den aus ihrer Psychotherapieforschung abgeleiteten Behandlungsstrategien, verschaffte der Psychologie eine neue Dimension im Bereich der Verhaltensforschung (Prochaska/DiClemente 1992). Das Konzept wurde in den darauf folgenden Jahren ein wenig aufgestockt, in dem zwei weitere Modelle in das Modell eingegliedert wurden, die zur Interpretation und für die Weiterentwicklung des TTM dienlich waren: Die Selbstwirksamkeitserwartung (*Self-Efficacy* von Bandura 1977) und die Entscheidungsbalance (*Decisional Balance* von Janis/Mann 1977).

Nach zwei Revisionen des Stufenkonzeptes (Prochaska et al. 1992a) wird heute also von fünf bzw. sechs identifizierbaren Stufen ausgegangen. Die Unterteilung der Verhaltensänderung in mehrere aufeinander aufbauende Stufen, berücksichtigt den Prozesscharakter und der damit verbundenen Zeitdimension von Veränderungen. Dabei können die Zeiträume, in denen die Menschen die einzelnen Stufen durchlaufen, individuell stark variieren. Grimley et al. (1994) ordnen die Stabilität einer diskreten Stufe zwischen den Konzepten "*trait*" und "*state*" ein⁵⁴. Etwa zehn Prozesse oder Strategien sind maßgeblich an der Umsetzung von Verhaltensänderungen beteiligt (Velicer/Keller 1999). Um eine erfolgreiche Verhaltensänderung zu erreichen, ist das Durchlaufen aller Stufen und das Umsetzen der in diesen Stufen relevanten Verhaltensprozesse ("*processes of change*", s.u.) essentiell, da das Risiko für Rückfälle in un-

⁵¹ Das bedeutet nicht, dass diese Thematik im deutschsprachigen Raum nicht untersucht wird; vielmehr könnte es sein, dass diese Forscher ihre Studien in englischer Sprache publizieren, wie z.B. im *Swiss Journal of Psychology* (Nigg 2003).

⁵² Empirische Beobachtung: *Smoking Self Changers* Prochaska und DiClemente (1982).

⁵³ Das Landesprogramm gegen Sucht der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen bietet die Grundlage für eine Intensivierung von Präventionsmaßnahmen für besonders gefährdete Jugendliche. Das GINKO, als Landeskoordinierungsstelle für Suchtvorbeugung in NRW, hat im Mai 2000 damit begonnen, ein Modellprojekt für riskant konsumierende Jugendliche zu entwickeln. Dabei sollen das TTM sowie die Erfahrungen mit der Motivierenden Gesprächsführung die theoretische und praktische Grundlage für Interventionen dieser Kontaktpersonen sein, um insbesondere solche Jugendlichen anzusprechen, die (noch) nicht zu einer Verhaltensänderung bereit sind.

⁵⁴ Eine Stufe ist für Veränderungen offener als ein typischer "*trait*", jedoch stabiler als ein "*state*". Traits sind stabile Charakterzüge, die unveränderbar sind, States unstabile, leicht veränderbare Phasen.

günstige Verhaltensgewohnheiten ansonsten deutlich erhöht ist (Prochaska, DiClemente, Velicer und Rossi 1992c).

2.2.1 Charakterisierung der Stages of Change (Veränderungsphasen)

Tabelle 17 Veränderungsphasen (vgl. Eberhardt 1995, Maurischat 2002; Keller 1998).

<p>1. PRECONTEMPLATION - Stufe der Vorbetrachtung/Absichtslosigkeit - Menschen, die sich in der ersten Phase befinden, haben keine Absicht ihr Verhalten oder ihre Überzeugungen in absehbarer Zukunft (z.B. in den nächsten sechs Monaten) zu verändern (Grimley et al. 1994). Die Phase der Absichtslosigkeit ist die stabilste aller Stufen dieses Modells, in der das Problembewusstsein fast gänzlich fehlt. Da die Wahrscheinlichkeit in die nächste Phase zu gelangen ohne aktive Intervention relativ gering ist (Grimley et al. 1994), zielt die Phase der Absichtslosigkeit auf die Entwicklung von Problembewusstsein. Eine fehlende Intention zur Verhaltensänderung kann einerseits am Mangel relevanter Informationen und/oder fehlendem Problembewusstsein liegen, andererseits bewirkt der soziale Druck zur Verhaltensänderung seitens Familienmitglieder, Freunde etc. oftmals eine Abwehrreaktion der Betroffenen, welches dazu führt, dass diese in der Phase der Absichtslosigkeit verharren. Vereinzelt führt der soziale Druck des Umfeldes zu einer Verhaltensänderung. Da diese allerdings aus extrinsischer Motivation herbeigeführt wird, fallen die Betroffenen meist wieder in die Phase der Absichtslosigkeit zurück, sobald die soziale Kontrolle nachlässt (Prochaska et al. 1992). Ähnlich verhält es sich mit Betroffenen, die mehrfach erfolglos blieben, eine Verhaltensänderung herbeizuführen. Grundsätzlich neigen alle drei Personengruppen dazu bewusste Auseinandersetzungen mit dem Thema zu vermeiden. Außerdem wehren sie sich gegen das Erkennen oder Verändern eines Problemverhaltens. Daher gelten Personen, die sich in dieser Phase befinden, oft als unmotiviert und nicht therapierbar (Prochaska et al. 1992a). Bezüglich der Verhaltensänderung überwiegen in dieser Phase die negativen Aspekte gegenüber den positiven deutlich.</p>
<p>2. CONTEMPLATION - Stufe der Handlungsabsicht - In der zweiten Phase besteht die ernsthafte Absicht der Betroffenen eine Verhaltensweise innerhalb der nächsten sechs Monate zu ändern. Die Betroffenen setzen sich bewusst mit dem Problemverhalten auseinander, gehen aber keine Verpflichtung ein, das Verhalten tatsächlich zu ändern. So verweilen viele Menschen oftmals für einen erheblich längeren Zeitraum in dieser Phase, in welcher sich einige sogar zu „chronischen Betrachtern“ entwickeln (Prochaska/DiClemente 1983, 162). Prochaska et al. (1992a) bezeichnen diese Personen treffend als Personen, „sie wissen, was sie wollen, aber sind noch nicht bereit dazu aktiv etwas dafür zu tun“ („Knowing where you want to go, but not quite ready yet“). Durch empirische Studien konnte festgestellt werden, dass Personen in dieser Stufe ebenso wie in der Stufe der Absichtslosigkeit für einen sehr langen Zeitraum verweilen können, ohne dass ein Fortschritt im Veränderungsprozess stattfindet. In dieser Phase nehmen die negativen Aspekte gegenüber den positiven ab.</p>
<p>3. PREPARATION - Stufe der Handlungsvorbereitung - Die dritte Phase ist gekennzeichnet durch die konkrete Planung einer Veränderung. Die Betroffenen sind hochmotiviert ihr problematisches Verhalten unmittelbar zu verändern. Der klare Entschluss für eine Verhaltensänderung ist somit eines der wichtigsten Merkmale für diese Phase („commitment“). Eine Person befindet sich in dieser Phase, wenn sie die Absicht äußert, ihr Problemverhalten innerhalb der nächsten 30 Tage zu ändern und sie bereits erste (erfolglose) Versuche unternommen hat, dies gezielt anzugehen. Hinsichtlich der sportlichen Aktivität bedeutet das, dass die Person gelegentlich sportlich aktiv ist. Die Vorbereitungsphase ist im Vergleich zu den ersten beiden Phasen weniger stabil, da es sich hierbei um eine zeitlich festgelegte <i>Durchgangsstufe</i> handelt, die auf 30 Tage begrenzt ist. Fortschritte sind in dieser Phase wahrscheinlicher als in den vorangegangenen Stufen.</p>
<p>4. ACTION - Stufe der Handlung - In der vierten Phase befindet sich eine Person, wenn sie es geschafft hat, die neue Verhaltensweise durchzuführen und diese seit mehr als einen Tag, aber weniger als sechs Monate beizubehalten (Prochaska/DiClemente (1983). Diese Phase beinhaltet den Schritt in die Veränderung und ist dadurch gekennzeichnet, dass der Betroffene versucht, die problematische Verhaltensweise durch aktives Handeln abzubauen. Um dies zu erreichen, ist ein hohes Maß an Entschlossenheit („commitment“) und Engagement notwendig, da das Handeln viel Zeit und Energie benötigt. Es kommt darauf an, welches Verhalten angestrebt ist. Hinsichtlich der Raucherentwöhnung beispielsweise, befindet sich eine Person erst in dieser Phase, wenn sie das Rauchen komplett aufgegeben hat. Die Aktionsphase bei sportlicher Aktivität hat man dementsprechend erst erreicht, wenn man mindestens ein Mal pro Woche regelmäßig sportlich aktiv ist (Eberhardt 1995). Betroffene erfahren in der Phase der Handlung am häufigsten Reaktionen auf ihr Verhalten, wobei Prochaska et al. (1992a) betonen, dass die für Außenstehende sichtbaren Handlungen nicht mit der angestrebten Veränderung gleichzusetzen sind, sondern vielmehr als Strategien auf dem Weg zu einer dauerhaften Verhaltensänderung anzusehen sind. Da diese Phase von einem hohen Maße an Aktivität geprägt ist und sie die aktivste auf dem Prozess der Verhaltensänderung ist, zählt die Phase der Handlung zu der am wenigsten stabilen Phase und birgt das größte Risiko zum Rückfall in die alte</p>

Verhaltensweise bzw. in frühere Phasen.

5. MAINTENANCE - Stufe der Aufrechterhaltung -

Diese fünfte Phase beginnt sechs Monate nach stabiler Aufrechterhaltung des Zielverhaltens und zählt, ebenso wie die Handlungsphase, zu den aktiven Phasen. Hier versuchen die Betroffenen das neue Verhalten zu Routine werden zu lassen und Rückfällen vorzubeugen. Ist die Gefahr eines Rückfalls nicht mehr gegeben, verlässt man die Phase der Aufrechterhaltung und begibt sich in die nächste Stufe. Das Beibehalten der veränderten Verhaltensweise für einen Zeitraum von fünf Jahren, beurteilen Prochaska/DiClemente (1983) als erfolgreiche Verhaltensänderung. So sinkt das Rückfallrisiko bei der Rauchentwöhnung nach dieser Zeit auf 7%. Viele Verhaltensänderungen, gerade in den Bereichen: Rauchen, Drogen- und Alkoholkonsum, Ernährung und auch sportliche Aktivität müssen ein Leben lang beibehalten werden, um wirklich von einer erfolgreichen Verhaltensänderung sprechen zu können. Die Zahl der Maßnahmen, die zur Stabilisierung des Verhaltens sowie zur Vermeidung eines Rückfalls in die alte Verhaltensweise nötig sind, sinkt in dieser Phase.

6. TERMINATION - Stufe der Vollendung, Abschluss -

Personen, die sich in der sechsten Phase befinden, haben ihr Problemverhalten komplett aufgegeben. Sie haben einerseits die hundertprozentige Zuversicht darin, ihr Zielverhalten beizubehalten und andererseits die hundertprozentige Gewährleistung dafür, einen Rückfall in das alte Verhalten auszuschließen. Auf die sportliche Aktivität bezogen, ist es fraglich, ob die Phase der Vollendung je erreicht werden kann, oder ob ein permanentes Rückfallrisiko besteht und die Phase der Aufrechterhaltung für die sportliche Aktivität somit die letzte Phase im TTM darstellt. Nach Grimley et al. (1994) spricht vieles dafür, dass in Verhaltensbereichen, wie z.B. der sportlichen Aktivität oder der gesunden Ernährung, eine lebenslange aktive Auseinandersetzung mit der entsprechenden Verhaltensweise erfolgt, die keine zeitliche Stabilisierung des Zielverhaltens zulässt. Obwohl das Rückfallrisiko in dieser Phase fast ausgeschlossen ist, erreichten diese Phase bei Studien zur Rauch- und Alkoholentwöhnung nur 15% bzw. 17% der Untersuchten (Eberhardt 1995). Wie das U.S. Department of Health and Human Services herausfand, sinkt die Zahl der Rückfälligen bei der Rauchentwöhnung von 37% nach einem Jahr auf 7% nach fünf Jahren der Abstinenz. Die Zahlen zeigen, dass der Konsolidierungsprozess innerhalb der Aufrechterhaltungsstufe weiter voranschreitet, bis es endlich zu einer dauerhaften Stabilisierung des Zielverhaltens kommt (USDHHS 1990).

2.2.2 Das Transtheoretische Modell am Beispiel Tennis

Das TTM wurde, wie bereits beschrieben, in vielen verschiedenen Bereichen erfolgreich angewandt. Im Folgenden wird versucht, die Phasen des TTM auf regelmäßiges Tennisspielen bzw. eine Mitgliedschaft in einem Tennisclub zu übertragen. Dabei sind insbesondere die ersten Phasen von besonderer Bedeutung, um sie langfristig an den Tennissport zu binden.

Tabelle 18 Das Transtheoretische Modell am Beispiel Tennis.

1. Precontemplation <i>Stufe der Vorbetrachtung, der Absichtslosigkeit</i>	<p>In dieser Phase besteht seitens des Umfeldes oder auch der Medien ein Druck auf eine Person im Tennissport aktiv zu werden. Die betroffene Person dagegen ist unmotiviert und steht dem Tennissport eher kritisch und negativ gegenüber und sieht keinen Grund dafür, Tennis zu spielen.</p> <p>→ In dieser Phase ist es wichtig die Personen vom Tennissport zu überzeugen und zu begeistern. Wer sich nicht für Tennis und/oder dessen Vereinseinleben interessiert, wird sich nicht damit auseinandersetzen, jemals mit dem Tennisspielen zu beginnen.</p>
2. Contemplation <i>Stufe der Handlungsabsicht</i>	<p>Die Person, die sich in dieser Phase befindet, hat sich bereits mit dem Gedanken auseinandergesetzt innerhalb der nächsten sechs Monate regelmäßig Tennis zu spielen, hat allerdings noch keine Vorbereitungen getroffen, um diese Gedanken in die Tat umzusetzen. Sie ist noch unsicher.</p> <p>→ In dieser Phase muss das Interesse der Person für Tennis intensiviert werden und Möglichkeiten geboten werden, an Schnupperkursen etc. teilzunehmen, um sie tatsächlich und lang anhaltend für den Tennissport zu begeistern.</p>
3. Preparation <i>Stufe der Handlungsvorbereitung</i>	<p>Die Person hat sich dazu entschlossen, innerhalb der nächsten 30 Tage regelmäßig mindestens ein Mal pro Woche Tennis zu spielen und hat sich bereits nach Vereinen/kommerziellen Anlagen umgesehen, sich bezüglich der Ausrüstung (z.B. Schläger, Schuhe) beraten lassen.</p> <p>→ In dieser Phase muss die Person Unterstützung bei der Vereins-/ Materialsuche erfahren und Bekanntschaften machen, d.h. mögliche Spielpartner</p>

	kennenlernen.
4. Action <i>Stufe der Handlung</i>	Die Person tritt in einen Tennisverein ein oder spielt regelmäßig ein Mal in der Woche auf einer kommerziellen Tennisanlage Tennis. —► Gerade in den ersten sechs Monaten ist es wichtig, die Person im Verein/die kommerzielle Anlage zu integrieren sowie einen möglichst intensiven Bezug zum Tennis, den Mitgliedern und Spielpartnern zu schaffen. Auch der Trainer kann einen entscheidenden Faktor darstellen.
5. Maintenance <i>Stufe der Aufrechterhaltung</i>	Die Person spielt auch nach Ablauf der ersten Monate noch regelmäßig mindestens ein Mal pro Woche Tennis. —► Auch in dieser Phase ist es wichtig, dass die Person durch Spielpartner und Aktionen, an den Verein/die kommerzielle Anlage gebunden wird und durch erste Lernziele dazu ermutigt wird, für eine weitere Leistungssteigerung zu trainieren.
6. Termination <i>Stufe der Vollendung, Abschluss</i>	Die Person spielt über viele Jahre hinweg bzw. ein Leben lang regelmäßig mindestens ein Mal pro Woche Tennis. ⁵⁵ —► Hat eine Person diese Phase erreicht, kann man in der Regel davon ausgehen, dass sie soziale Kontakte im Club/der kommerziellen Anlage geknüpft und ein individuell zufrieden stellendes Niveau im Tennis erreicht hat. Allerdings ist es auch hier wichtig, auf diese Person einzugehen.

2.2.3 Die Gefahr des Rückfalls

Den meisten Menschen fällt es schwer problematische Verhaltensweisen abzulegen und sich zu verändern. Daher überrascht es nicht, dass Brownell, Marlatt, Lichtenstein und Wilson (1986) im Bereich der Abhängigkeiten von Rückfallquoten zwischen 50% und 90% berichten. In einer Studie von Prochaska/DiClemente (1986) zeigt sich, dass bei der Raucherentwöhnung ca. 15% in die erste Phase, der Phase der Sorglosigkeit, zurückfallen. Auch die Studie von Prochaska, DiClemente, Velicer und Rossi (1992c) ergab, dass nur etwa 5% der Untersuchten, alle Stufen des TTMs linear, ohne einen Rückfall, innerhalb von zwei Jahren durchlaufen. Rückfälle bedeuten also nicht immer, dass ein bestimmtes Verhalten nicht geändert werden kann. Es gibt Personen, die die erfolgreiche Verhaltensänderung erst nach drei bis vier misslungenen Versuchen erreichen (Schachter 1982). Dies beweist, dass das lineare Durchlaufen der Stufen des TTMs weder der Regel entspricht noch erforderlich ist. Vielmehr ist der Rückfall in eine frühere Stufe und die erneute Weiterentwicklung eher keine Seltenheit. Diejenigen, die in frühere Stufen zurückfallen, finden sich meist in den Stufen des Bewusstwerdens und der Vorbereitung wieder, wo sie einen erneuten Versuch zur Verhaltensänderung starten (Prochaska/DiClemente 1984). Nach Woll (2004) werden Fehlschläge und Rückfälle in diesem sehr stark prozess- und interventionsorientierten Modell bei der im Vorfeld geplanten Verhaltensänderung somit miteinbezogen (Woll 2004). „Die schematische Zuordnung von Einstellungs- und Verhaltensaspekten zu den SoC erweist sich in Abhängigkeit vom Verhal-

⁵⁵ Wie bereits beschrieben, deutet vieles daraufhin, dass eine Verhaltensänderung im Sport, in diesem Fall im Tennis, eine lebenslange aktive Auseinandersetzung bedeutet und keine zeitliche Stabilisierung des Zielverhaltens zu erreichen ist (Grimley et al. 1994).

tensbereich nicht immer als konsistent. So wies Rosen (2000) nach, dass auch in den höheren, verhaltensorientierten Phasen kognitive Prozesse eine Rolle spielen“ (Maurischat, 2002, 14). Auf diesem Hintergrund entwickelten Prochaska et al. (1997) ein Spiralmodell der Verhaltensänderung, welches darstellt, dass die meisten Personen in eine frühere Phase zurückfallen und sich die Verhaltensänderung dann spiralförmig vollzieht. Die konstruktive Auseinandersetzung mit den missglückten Versuchen kann sogar zu einem positiven Ausgang der Verhaltensänderung führen (DiClemente et al. 1991).

Abbildung 5 verdeutlicht, dass der Einstellungs- bzw. Verhaltenswandel nach den Vorstellungen des TTM nicht geradlinig, sondern spiralförmig über die Stages of Change hinweg verläuft.

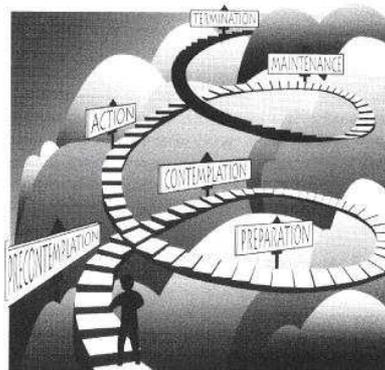


Abbildung 5 Spiralmodell der „Stages of Change“ (Prochaska, Norcross und DiClemente, 1997, 61).

2.2.4 Processes of Change

Wie Prochaska und DiClemente (1983) festgestellt haben, gibt es neben den Stufen der Verhaltensänderung ein zweites Kernkonstrukt, welches aus den Strategien der Verhaltensänderung *processes of change* besteht und jede einzelne Phase des TTMs begleitet. Auf höherer Ebene können diese Strategien in kognitiv-affektive Strategien *experiential processes* und verhaltensorientierte Strategien *behavioral processes* unterteilt werden (Keller, Velicer und Prochaska 1999). Im Unterschied zu den Stufen der Verhaltensänderung, die den Zeitpunkt des Fortschreitens im Veränderungsprozess aufzeigen, charakterisieren die Veränderungsstrategien, auf welche Weise diese Veränderung stattfindet. Folgende zehn Strategien (Hasse 2005, 20) lassen sich unterscheiden. Die Prozesse 1-5 sind Erfahrungskonstrukte, die Prozesse 6-10 Verhaltenskonstrukte:

Tabelle 19 Veränderungsstrategien (In Anlehnung an: Prochaska et al., 1994a, S. 33.).

Kognitiv-affektive Veränderungsstrategien

Consciousness Raising: Durch ein bewussteres Wahrnehmen der Gründe, der Folgen und der möglichen Veränderungswege für das Problemverhalten, kommt es hier zu einer Steigerung des Problembewusstseins. Beispiel: Lesen auf der Homepage ortsnahe Tennisvereine.

Dramatic Relief / Emotional Arousal: Durch den emotionalen Bezug, den der Betroffene zum Problemver-

halten und dessen Folgen herstellt, tritt die Einsicht in die Notwendigkeit einer Verhaltensänderung ein. Beispiel: Ausdruck von Besorgnis über die Folgen des Fehlverhaltens.

Environmental Reevaluation: Die Umwelt wird in den Prozess miteinbezogen und es wird wahrgenommen, inwieweit das Problem- sowie das angestrebte Zielverhalten sich auf Personen im Umfeld des Betroffenen auswirken. Beispiel: Vorbildverhalten für Kinder im Rahmen von sportlicher Aktivität.

Self Reevaluation: Die emotionalen und kognitiven Folgen des Problemverhaltens bzw. des Zielverhaltens für das eigene Selbstbild werden durchdacht. Beispiel: Visualisation des Betroffenen auf dem Tennisplatz.

Social Liberation: Umweltbedingungen, die die Umgestaltung des Problemverhaltens begünstigen, werden wahrgenommen. Beispiel: Der Betroffene orientiert sich an Personen, die regelmäßig Tennis spielen.

Verhaltensorientierte Veränderungsstrategien

Counterconditioning: Das Problemverhalten wird durch das Zielverhalten ersetzt. Beispiel: Der Betroffene geht Tennis spielen statt in die Kneipe.

Helping Relationships: Der Betroffene nutzt die soziale Unterstützung seines Umfeldes, um die Verhaltensänderung positiv zu beeinflussen. Beispiel: Der Betroffene meldet sich gemeinsam mit einem Freund in einem Tennisverein an.

Reinforcement Management: Das Durchführen des Zielverhaltens wird durch Belohnungen verstärkt. Beispiel: Nach zehn durchgeführten Tennisstunden gönnt sich der Betroffene eine neue DVD.

Self Liberation: Um das Zielverhalten zu erreichen, bedarf es der Überzeugung, dass die auch möglich ist genauso wie der Selbstverpflichtung, diese Veränderung auch umzusetzen. Beispiel: Der Betroffene glaubt daran, dass er es schafft zehn Wochen lang eine Stunde pro Woche Tennis zu spielen und setzt dies auch um.

Stimulus Control: Um die Verhaltensänderung durchzuführen, gestaltet der Betroffene seine Umwelt so, dass es ihm leichter fällt. Beispiel: Der Betroffene organisiert seine Tennisstunde zeitlich so, dass er direkt nach dem Dienst auf den Tennisplatz fahren kann.

Um Fortschritte in den frühen Veränderungsphasen zu verstehen und vorhersagen zu können, sind Erfahrungskonstrukte wichtiger als Verhaltenskonstrukte, die den Übergang von der Vorbetrachtungs- zur Handlungsphase und der Handlungs- zur Bindungsphase erklären (Prochaska/DiClemente 1983).

Absichtslosigkeit	Absichtsbildung	Vorbereitung	Handlung	Aufrechterhaltung
	Bewusstseinsstärkung (consciousness raising)			
	Entscheidende Erleichterung (dramatic relief)			
	Selbstaufwertung (self-reevaluation)			
	Soziale Aufwertung (social reevaluation)			
	Soziale Befreiung (social liberation)			
		Selbstverpflichtung (commitment)		
		Kontrolle der Umwelt (stimulus control)		
			Gegenkonditionierung (counterconditioning)	
			Nutzen hilfreicher Beziehungen (helping relationships)	
			(Selbst-) Verstärkung (reinforcement management)	

Abbildung 6 Integration von Stufen und wesentlichen Veränderungsstrategien. Aus: Prochaska et al. 1994a. S. 67.

Prinzipiell zählen sowohl das Wissen über diese Phasen und Änderungsprozesse als auch die Kenntnis über die Phase, in welcher sich eine Person befindet, zu einer wichtigen Orientierung für Interventionsmaßnahmen, um Verhaltensänderungen zu begünstigen bzw. Rückfälle zu vermeiden.

2.2.5 Abhängige Variablen

Kriterien für das Zuordnen der einzelnen Phasen sind neben dem Process of Change weitere Variablen (Grimley et al. 1994). „Diese Konstrukte werden im TTM als abhängige Variable betrachtet, in deren Variation sich die fortschreitende Einstellungs- bzw. Verhaltensänderung ausdrückt“ (Maurischat 2002, 11). Hierzu zählt als eine Variable die von jedem Individuum in ihrer Gewichtung unterschiedlich wahrgenommenen Vor- und Nachteile einer Verhaltensänderung, die sogenannte Entscheidungsbalance. Die Selbstwirksamkeitserwartung bzw. deren Wechselseitigkeit, die situative Versuchung, stellt weitere Variablen dar.

1. *Decisional Balance – Entscheidungsbalance*

Die Basis für das Konzept der Entscheidungsbalance bildet das von Janis/Mann (1977) beschriebene Entscheidungsmodell. Es fordert vier Kategorien von Vor- und Nachteilen, welche eine Bedeutung für den Entscheidungsprozess (Nutzen/Schaden; Anerkennung/Ablehnung) haben (Prochaska et al. 1996). Prochaska et al. (1996) beschreiben, dass die Struktur dieses Modells mit ihren acht Komponenten nicht wiederholt werden konnte, sondern einfach eine ausschließliche Unterscheidung in Vor- und Nachteile bzw. Kosten und Nutzen vorgenommen werden kann. Neuere Studien zeigen, dass ausreichende Datensätze ermöglichen, sowohl Richtung als auch Ausmaß der Veränderung durch die Variablen im Rahmen einer Progression über die Stufen hinweg, anzugeben (Velicer et al., im Druck).

Die Entscheidungsbalance wird über Angaben darüber messbar gemacht, wie wichtig ein bestimmtes pro- oder contra- Argument für das eigene Verhalten angesehen wird. Sie thematisiert, inwieweit Vor- und Nachteile einer Verhaltensänderung „ausbalanciert“ sind. Dadurch gilt die Entscheidungsbalance als wichtige Größe, um das Fortschreiten von Stufe zu Stufe innerhalb des TTMs erklären zu können. Sie dient als wertvolles Instrument, um die aktuelle Veränderungsmotivation innerhalb eines Veränderungsprozesses zu charakterisieren.

Gewichtete Vor- und Nachteile gegenüberzustellen sind in dem Modell vergleichbar mit der Kosten-Nutzen-Analyse beim Health Belief Modell. Auch Rossi/Rossi (1996) verweisen auf Ähnlichkeiten der Modelle. Bei einer Vielzahl von Verhaltensbereichen liegen die gewichteten Vorteile einer Verhaltensänderung in der Stufe der Absichtslosigkeit durchgängig niedriger als die Nachteile (Keller 1998).

2. *Self-Efficacy – Selbstwirksamkeitserwartung*

Die Self-Efficacy Theorie zählt zu den Modellen, die das Verhalten über kognitive Mechanismen erklären und wurde in der sozialen Lerntheorie zu einem zentralen Konzept (Bandura 1977, 1982). Innerhalb des TTM gilt die Selbstwirksamkeitserwartung als wichtiger Vermittler zwischen Wissen und Handeln. Sie formuliert, wie groß die Zuversicht ist, das definierte Zielverhalten erfolgreich bewältigen zu können und beeinflusst den Grad des Durchhaltevermögens bei drohenden oder auftretenden Schwierigkeiten. Der Selbstwirksamkeitserwartung liegt gewöhnlich folgender Gedankengang zugrunde: „Ich bin zuversichtlich, das Zielverhalten zu zeigen, wenn...“, woraufhin verschiedene Situationen gedanklich durchgespielt werden. „Das TTM postuliert, dass die Selbstwirksamkeitserwartung bzgl. einer spezifischen Verhaltensweise in einem systematischen Zusammenhang steht mit der Motivation dieses Verhalten zu zeigen, respektive der Stufe der Verhaltensänderung“ (Keller 1998). In Bezug auf die wahrgenommene Verhaltenskontrolle fällt eine starke konzeptuelle Ähnlichkeit zu der Theory of Planned Behavior von Ajzen (1991) auf. Nach Godin (1994) wird diese Überzeugung auf unterschiedliche Weise durch persönliche Erfahrungen oder das Verhalten anderer Menschen geprägt. Im Allgemeinen geht man davon aus, dass die Ausprägung der Selbstwirksamkeit, also die positive Einschätzung der eigenen Fähigkeiten, im Verlauf der Phasen linear zunimmt. Messungen der Tendenz bei bestehenden oder auftretenden Schwierigkeiten in alte Verhaltensweisen zurückzufallen, ergaben, dass das Rückfallrisiko im Verlauf der Phasen in dem Maße linear abnimmt, wie die Ausprägung der Selbstwirksamkeit zunimmt (Prochaska/DiClemente 1983).

Dies bestätigen auch Marcus et al. 1992: die Selbstwirksamkeit ist in der Vorbereitungsphase gering und die Absicht zur Verhaltensänderung groß, während sich das Verhältnis im Laufe der Aktivität verändert. Zahlreiche Studien im Fitness- und Gesundheitssport konnten positive Auswirkungen von sportlicher Aktivität nachweisen. So stellte Sallis (1986) fest, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen Fähigkeit regelmäßig aktiv zu sein und dem Beginn einer Aktivität als auch deren Beibehaltung gibt (z.B. Sallis 1986).

Dzewaltowski (1989) fand in einer Studie von Collegestudenten in verschiedenen Sportkursen über einen achtwöchigen Zeitraum einen Zusammenhang zwischen Selbstwirksamkeitsausprägung und Trainingshäufigkeit und bestätigte dieses Ergebnis in einer Nachfolgestudie (Dzewaltowski et al. 1990). Desharnais et al. (1987) kam durch die Studie an jungen, gesunden Erwachsenen eines Sportprogramms zu dem Ergebnis, dass die Selbstwirksamkeit eine zentralere Bedeutung für das Bindungsverhalten hat als die Nutzenerwartung, ob-

wohl beide Variablen den Bindungsprozess signifikant beeinflussen. Die Dabeibleiber hatten geringere Erwartungen an die Auswirkungen des Trainings und waren zudem in einem stärkeren Ausmaß von ihren eigenen Fähigkeiten überzeugt als die Aussteiger.

Abschließend kann festgestellt werden, dass das Selbstwirksamkeitskonzept sehr hilfreich ist, um Barrieren zu identifizieren, welche die Teilnahme an Sportprogrammen für den Einzelnen beeinträchtigen, sodass diese zum Abbruch der Aktivität führen. Dennoch lassen sich zuverlässige Aussagen über das Teilnahmeverhalten an sportlicher Aktivität anhand eines Faktors kaum treffen, da das Faktorengflecht, welches das Bindungsverhalten beeinflusst, zu vielschichtig ist.

3. *Temptation - Situative Versuchung*

Das Modell der situativen Versuchung wird als Gegenstück zur Selbstwirksamkeitserwartung, also dem Vertrauen in die eigene Fähigkeit, das Zielverhalten in ausgewählten Situationen zu zeigen, verstanden. Dabei wird die situative Versuchung als das Ausmaß des Risikos rückfällig zu werden, definiert. Das Ausmaß der Versuchung ist damit zeitgleich ein Ausdruck dafür, wie hervorstechend die Items der Selbstwirksamkeitserwartung sind (Grimley et al. 1994; Prochaska/DiClemente 1992). Ein geringes Maß an Selbstwirksamkeitserwartung ist demnach in Abhängigkeit davon, ob eine bestimmte Situation eine Versuchung darstellt oder nicht, unterschiedlich auslegbar. Die Operationalisierung erfolgt gewöhnlich durch dieselben Items, die auch in der Selbstwirksamkeitserwartung benutzt werden, wobei lediglich die Anweisung bzw. die Eingangsfrage abweichend gestellt wird. Die situative Versuchung steht ebenso wie die Selbstwirksamkeitserwartung stark mit der Stufe der Verhaltensänderung in Verbindung. Festgesteckte Ziele und die etappenweise Realisierung tragen zu einer gesteigerten Zielerfüllungsmentalität von selbstveränderungswilligen Personen bei: Ein Rückfall zu alten Verhaltensmustern wird bei einer Person mit fortgeschrittener Zielerfüllung unwahrscheinlicher.

2.3 Die Bedeutung der Sportmotivation

1998 betrieb lediglich 24% der kanadischen Bevölkerung, die 15 Jahre alt waren oder älter, regelmäßig eine oder mehrere Sportarten (Statistics Canada 1998). Im Alter von zwölf Jahren zeigten kanadische Kinder einen deutlichen Abfall ihrer physischen Fitness; dieses Alter wird generell mit dem Abbruch einer Sportart in Verbindung gesetzt (Sport BC 2002). Während Magil/Ash (1979) feststellten, dass 59% der Kinder durchschnittlich 5.13 Stunden pro Woche an organisierten sportlichen Aktivitäten teilnahmen, scheint diese Zahl in einer Zeit, in der Computer und Fernseher überhand genommen haben, fast undenkbar. Bös et al. (2001) kamen zu dem Ergebnis, dass Kinder im Alter von 6-10 Jahren aktuell gerade einmal eine Stunde sportliche aktiv sind, wobei davon nur 15 bis 30 Minuten von hoher Intensität sind. Auch Kleine (2003) erhielt ähnliche Ergebnisse, die einen Bewegungsumfang von ein bis zwei Stunden pro Tag aufwiesen. Dennoch oder gerade heute gibt es allerdings eine unglaubliche Fülle von Sportarten, die von Sportlern tagtäglich ausgeübt werden. Diese enorme Vielfalt von Möglichkeiten deutet darauf hin, dass es verschiedene Gründe oder Motive gibt, die Menschen dazu bewegen, einen bestimmten Sport zu betreiben. Der Grund für das Ausüben einer körperlichen Betätigung ist sehr komplex und hat viele verschiedene Komponenten. Ein wesentlicher Aspekt für das Durchführen bzw. Abbrechen einer sportlichen Aktivität, ist die Motivation. Um detaillierte Erkenntnisse über das Partizipieren einer Sportart zu erhalten, gibt es verschiedene Untersuchungen. Das „USA Swimming and the Sport Psychology Department of the United States Olympic Committee“ (1996, 1998) untersuchte z.B. weshalb von 180.000 jungen Schwimmern jährlich ca. 35% aus den Schwimmvereinen austreten. Eine Studie von 409 aktiven Schwimmern und Aussteigern ergab, dass die Hauptgründe für das

Ausüben einer Sportart, ebenso wie Weiss und Chaumeton bereits 1992 feststellten, *Spaß haben, Verbessern der Fertigkeiten/Fähigkeiten, Freundschaften* sowie *fit bleiben/werden* sind. Auch eine Studie⁵⁶ von Nigg/Worek (2003) mit 400 Sportlern und Nichtsportlern von durchschnittlich 17.62 Jahren, hebt die Bedeutung der Faktoren *Spaß, Fitness* und *Verbessern der Fertigkeiten/Fähigkeiten* hervor. Ergänzend stellen Nigg/Worek (2003) fest, dass Sportler generell höher motiviert sind als Nichtsportler. Lediglich der Faktor Status/Erfolg zeigte in der Bewertung beider Gruppen keinen Unterschied (Nigg/Worek 2003). Bei einer Studie von 2500 italienischen Jugendlichen, die einer sportlichen Aktivität nachgehen, wurden *Freude, Fitness/Gesundheit, Wettbewerb, Fähigkeiten, Umfeld* und *Status* zu den Hauptmotiven des Sporttreibens gewählt (Buonamano, Cei und Mussino 1995). Ähnliche Ergebnisse ergaben eine Untersuchung von Mason (1995) bei über 4000 sechs- bis 16-jährigen und eine Studie bei über 4500 kanadischen Erwachsenen (Canada Fitness Survey 1983), die *Freude, Fitness* und *Freundschaft* als Grundmotive für das Sporttreiben nannten. Weitere motivationale Faktoren für das Betreiben von sportlicher Aktivität sind: *Teamorientierung, Energie- und Aggressionsabbau, Verbessern der eigenen Fähigkeiten/Fertigkeiten, Unabhängigkeit, Macht* sowie *positive situationale Umgebungen* (Biddle 1992; Ryckman/Hamel 1993). Daraus lässt sich schließen, dass das Ausüben einer sportlichen Aktivität das Ergebnis vieler Motive und Faktoren ist, wobei der Faktor *Spaß*⁵⁷ zu den Hauptgründen für das Ausüben einer Sportart zählt. Spaß ist ein Gefühl, das von innen heraus kommt. In diesem Zusammenhang wurde bestätigt, dass Menschen, die eine körperliche Aktivität aus intrinsischen⁵⁸ Beweggründen beginnen, diese über einen weitaus längeren Zeitraum ausüben, als Menschen, die diese aus extrinsischen Gründen aufnehmen (Rheinberg 1997). Erreichen Menschen einen Zustand, in welchem sie weder intrinsisch noch extrinsisch motiviert sind, werden sie unmotiviert, halten sich für inkompetent und fühlen sich kontrolllos (Deci/Ryan 1985). In dieser Phase folgt häufig der Abbruch der ausgeübten Sportart. Dieser Aspekt zeigt, wie wichtig die Motivation ist, die einen Menschen dazu bewegt, eine bestimmte sportliche Aktivität auszuführen und diese über einen längeren Zeitraum aufrechtzuerhalten und wie wichtig sowohl die intrinsischen als auch die extrinsischen Motive für den Beginn und die Aufrechterhaltung einer Sportart sind.

⁵⁶ Die Durchsicht der Fragebögen der Studie in Calgary ergab, dass nicht eine Person gefunden wurde, die Tennis als organisierten Sport betreibt.

⁵⁷ Spaß am Spiel, Spaß mit den Menschen, mit denen man zusammen ist etc.

⁵⁸ Man unterscheidet zwischen intrinsischen Motiven (z.B. Freude an der Bewegung und Erfahrungen der eigenen Kompetenz) und extrinsischen Motiven (z.B. sozialer Status, soziale Anerkennung oder materielle Würdigung).

2.4 Modelle zur Strukturierung der Merkmalsbereiche und Merkmale des Bindungsprozesses

Mit dem Ziel, künftige Forschungen überschaubarer und systematischer zu gestalten, entwickelte Dishman (1982) ein Modell, in welchem er sowohl die *personalen*⁵⁹ Merkmale als auch die *situativen*⁶⁰ integriert hat, da diese nach bisherigen Studien den größten Einfluss auf das Teilnahmeverhalten in Sportprogrammen aufweisen und er beide Merkmale für gleich bedeutend hält; dabei bemerkt Dishman (1988), dass diese Merkmale vielschichtige Wechselwirkungen aufweisen, die im Modell berücksichtigt werden sollten. Durch die situativen Erfahrungen, die durch die sportliche Aktivität entstehen, können sich diese günstig oder aber auch ungünstig auswirken. Abstrakte Gedanken und konkrete Gefühle, die in Zusammenhang mit der Aktivität stehen oder sogar davor erlebt wurden, tragen somit entscheidend zur Teilnahme an einem Sportprogramm bei.

Pahmeier (1994) hat sich speziell mit den Wechselwirkungen zwischen personalen und situativen Merkmalen und den Bestimmungselementen beschäftigt, die eine Differenzierung von Aussteigern und Dabeibleibern ermöglichen. Pahmeier definiert Bindung als einen „...komplexen transaktionalen Prozess zwischen gegebenen personalen und kontextuellen Faktoren und dem Erleben des Handel...“ (Pahmeier 1994, 121) und klassifiziert diesen Prozess in nachstehende zentrale Komponenten:

- Person mit ihren spezifischen biomedizinischen und psychischen Merkmalsausprägungen, besonders dem Gesundheits- und Beschwerdezustand.
- Lebenskontext einer Person, besonders das soziale Netz.
- Psychische und soziale Faktoren, die mit der Teilnahme an einem Programm unmittelbar verknüpft sind.
- Sportprogramm als Form der unmittelbaren Auseinandersetzung.

In ihrer Untersuchung stellt Pahmeier (1994) fest, dass Motive, Anreize und Erwartungen in der Vorbereitung auf eine sportliche Aktivität genauso wie eine realistische und situationsangepasste Zielsetzung von großer Bedeutsamkeit für das Bindungsverhalten sind. Ebenso zeigt die Analyse, dass „Faktoren, die in enger raumzeitlicher Nähe zum konkreten Übungsverhalten stehen“ eine größere Aussagekraft haben, als z.B. „statische Persönlichkeitsdispositionen“ und dass das Faktorengewebe, welches zur Aufnahme und Aufrechterhaltung einer sportli-

⁵⁹ Die personalen Merkmale umfassen sowohl biomedizinische Faktoren, wie z.B. den Gesundheitszustand, als auch psychische Faktoren, wie z.B. die Ausprägung der Selbstmotivation.

⁶⁰ Die situativen Merkmale beinhalten Strategien zur Verhaltensänderung (z.B. Zielsetzung), Aspekte des Sportprogramms (z.B. Intensität) sowie allgemeine Lebensstilfaktoren (z.B. aktiver oder passiver Lebensstil).

chen Aktivität führt deutlich umfangreicher ist, als die einzelnen Faktoren, die für den Aufstieg und das Dabeibleiben von Bedeutung sind (Pahmeier 1994, 141).

2.5 Modell der Motivation zur Aneignung und Aufrechterhaltung regelmäßiger Sportaktivität (MAARS)

Ausgehend von verschiedenen sozial-, entwicklungs-, sport- und gesundheitspsychologischen Theorien sowie den bis dato vorliegenden empirischen Befunden im Sport entwickelte Fuchs 1997 das erste sportbezogene Modell, das sogenannte *MAARS-Modell*. Dieses Modell basiert auf den Determinanten, die relativ konsistent zur Vorhersage des tatsächlichen Sportverhaltens beigetragen. Fuchs stützt sich dabei sehr gewissenhaft auf längst bestehende Theorien sowie anerkannte empirische Befunde und formuliert eine neue Kausalstruktur.

Auch dieses Modell beschreibt Bindung als einen dynamischen Prozess, in dessen Verlauf einzelne personale und situative Faktoren Einfluss nehmen. Die Intention bestimmt im MAARS-Modell das Verhalten (nach Ajzen (1975) wird Intention als Ausdruck der Motivationsstärke angesehen und es besteht keine Differenzierung zwischen Absicht und Vorsatz). Ein besonderes Merkmal dieses Modells ist außer dem neuen Aufbau insbesondere die Integration der sozialen Unterstützung als explizite Determinante, die in bisherigen Theoriebildungen nur eine geringe Rolle spielt (Fuchs 1997).

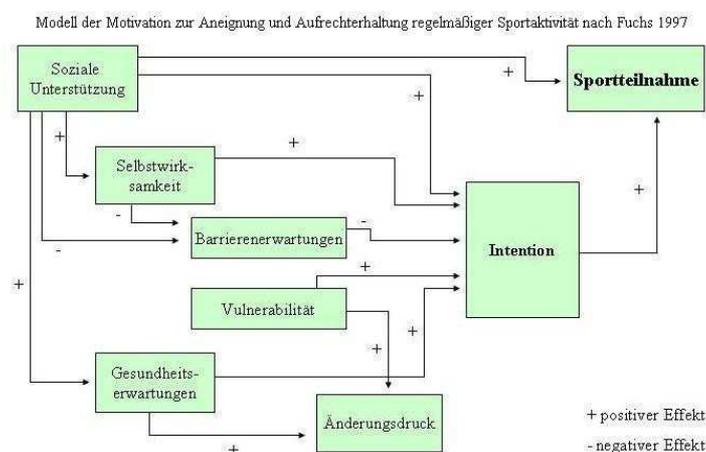


Abbildung 7 Modell der Motivation zur Aneignung und Aufrechterhaltung regelmäßiger Sportaktivität (Fuchs 1997, 270).

Schwarzer entwickelt 2002 ein weiteres Modell des Gesundheitsverhaltens, das HAPA⁶¹-Modell, welches er anfangs auf der theoretischen Grundlage des geplanten Verhaltens entwickelt; demzufolge ist für ihn menschliches Verhalten sowohl von Entscheidungsprozessen als auch von Selbstregulation abhängig. Er integriert in sein Modell Elemente aus dem Health-Belief-Modell von Rosenstock (1990), greift Kritikpunkte aus vorangegangenen Modellen auf

⁶¹ Health Action Process Approach.

sowie die Theorie der Schutzmotivation (Rogers 1985), der sozialkognitiven Theorie von Bandura (1977) und den Leitgedanken der motivationalen und volitionalen Handlungsphasen aus dem Rubikon-Modell.

2.5.1 Determinanten der Aufrechterhaltung sportlicher Aktivität

Regelmäßige sportliche Aktivität ist nach dem MAARS-Modell eine Funktion der Intention, welche als Ausdruck, der zu einem bestimmten Zeitpunkt vorliegenden Motivation zur sportlichen Aktivität gilt und damit Voraussetzung zur Aufrechterhaltung der Sportteilnahme ist; die Intention ist somit im Zentrum des Modells. Für Fuchs (1997) spielen zur Bildung einer Intention zum regelmäßigen Sporttreiben sechs sozial-kognitive Determinanten eine besondere Rolle (vgl. Wagner 2000):

1. die Selbstwirksamkeitserwartungen

Diese Variable gilt in den diskutierten Theorien als wesentlicher Bestimmungsfaktor der Intention. Sie bezieht sich allerdings nicht auf Konsequenzen, sondern primär auf die Überzeugung, das Sportverhalten ausführen zu können und hat dementsprechend direkten Einfluss auf die Intentionsbildung. Dabei gilt: Je höher die Selbstwirksamkeitserwartung, desto stärker die Intention zur regelmäßigen Sportpartizipation.

2. die Konsequenzerwartungen

Eng verbunden mit den Selbstwirksamkeitserwartungen sind die Konsequenzerwartungen (Bandura 1986), welchen ebenso eine intentionsbildende Funktion zugesprochen wird. Dabei unterscheidet Fuchs (1997) verschiedene Dimensionen von Ergebniserwartungen, wobei die gesundheitsbezogenen (Nutzen-) Erwartungen und die Barrierenerwartungen (Kosten) zu den empirisch bedeutendsten zählen.

3. die Barrierenerwartungen

Die Barrierenerwartungen verkörpern stattdessen negative und präventionshinderliche Konsequenzen regelmäßiger sportlicher Aktivität und zielen daher darauf aus, Merkmale wie *Angst vor dem Versagen* oder *unkontrollierbare Kosten* aufzudecken.

4. die soziale Unterstützung

Mit dieser Determinante orientiert sich Fuchs an Schwarzers verhaltensspezifischem (versus generellem) Rückhalt, wobei drei unterschiedliche Formen als wahrgenommene und erhaltene Unterstützung wirksam werden können. Fuchs (1997) schreibt der sozialen Unterstützung in Bezug auf die Willenskraft eine direkte positive Auswirkung auf die Sportpartizipation zu (z.B. feste Termine zum Tennisspielen, um tatsächlich an die sportliche Aktivität gebunden zu sein). Daneben spielt für ihn auch die soziale Unterstützung eine intentionsbildende Rolle. Wird eine Person z.B. von ihrem Umfeld dazu ermutigt Tennis zu spielen, wird sie dadurch sozial an den Sport gebunden. Weiterhin schreibt Fuchs (1997) der sozialen Unterstützung einen indirekten Einfluss auf die Intention zu, welche über verschiedene Erwartungen zustande kommen kann.

5. die Vulnerabilität

In Anlehnung an Weinstein (1984) nahm Fuchs das Konstrukt der Vulnerabilität mit in sein Modell auf; diese Determinante entspricht der Risikowahrnehmung von Schwarzer 1992. Dieses ist in den meisten Theorien zum Gesundheitsverhalten aufgeführt und „beinhaltet das wahrgenommene persönliche Risiko, von einer schweren Krankheit wie Herzinfarkt oder Schlaganfall betroffen zu werden“ (Wagner 2000, 41). Während bereits Rogers (1985) und Schwarzer (1992) der Vulnerabilität im Zusammenhang mit verschiedenen Ergebnis- und Selbstwirksamkeitserwartungen eine signifikante Funktion bei der Herausbildung einer Intention zur Ausübung gesundheitsbezogenen Verhaltens beimaßen, postuliert Fuchs für sein MAARS-Modell: Je stärker ein Risiko zu einer schweren Erkrankung wahrgenommen wird, desto größer ist die Intention zur Sportteilnahme (Wagner 2000, 41).

6. der Änderungsdruck

Nach Fuchs (1997) ist der Änderungsdruck vor allem im Aneignungsprozess regelmäßiger sportlicher Aktivität für die Bildung der Intention zur Sportaktivität von enormer Bedeutung (z.B. Eine Person entschließt sich regelmäßig 2x pro Woche Tennis zu spielen, um eine Verbesserung des Allgemeinbefindens zu erlangen.). Im Ge-

gensatz dazu schreibt er dem Änderungsdruck für die Aufrechterhaltung einer sportlichen Aktivität in Bezug auf die Intentionsbildung keine bedeutende Rolle zu, da sich dieser während der Sportpartizipation aufgrund der positiven Effekte in der Regel reduziert (Fuchs 1997, 271).

2.5.2 Kritische Auseinandersetzung mit dem MAARS-Modell

Ein Kritikpunkt ist, dass das Sporttreiben nahezu ausschließlich als Gesundheitsverhaltensweise betrachtet wird.

Wagner (2000) kam genauso wie Fuchs (1997) zu dem Ergebnis, dass durch das Modell nur 10-28% der Varianz im Sportverhalten erklärt werden konnten. Das zeigt, dass das Modell nicht dazu geeignet ist, eine Prognose des tatsächlichen Sportverhaltens zu treffen, unabhängig davon, ob das Verhalten in der Phase seiner Aneignung oder Aufrechterhaltung begriffen wird. Dennoch verwirklicht das Modell drei bedeutende Forderungen an die Forschung: Theorieleitetheit, längsschnittliche Prüfung und Betrachtung aus einer Prozessperspektive.

Das Modell könnte noch effektivere Lösungen bieten, wenn z.B. eine Differenzierung zwischen der Art und der Dauer des Sporttreibens vorgenommen werden würde und der Zeitpunkt der Erhebung exakt festgestellt werden könnte, da dadurch die Möglichkeit entstehen würde, dass u.a. Personen, die viele Jahre nicht sportlich aktiv waren und jetzt seit einigen Wochen regelmäßig Sport betreiben, von denjenigen, die Jahre lang regelmäßig sportlich aktiv waren und nun für einige Wochen aus den verschiedensten Gründen diese sportliche Aktivität unter- oder abbrechen mussten, unterschieden werden könnten. Ferner wird der soziale Einfluss im Modell nur in Bezug auf die Familie und Freunde analysiert, während beispielsweise die Trainingspartner und Trainer keine Berücksichtigung finden, obwohl diese, erwie-senermaßen von enormer Bedeutung auf das Bindungsverhalten sein können. Zudem erhält man durch Formulierungen wie *normalerweise* ausgeübte Sportaktivität, die eigentlich auf das *alltägliche* Verhalten zielen, oft eine subjektive und damit relativ breitgefächerte Antwort (z.B. Schwark 1995 a; b).

Fuchs (1997) baut sein Modell auf einer Auswahl der Determinanten auf, die auf der Basis einer sehr umfangreichen Analyse vielfältiger Theorien und Modellansätze zur Motivation und ihren empirischen Belegen sowie empirisch bewährten Variablen in Bezug auf das sportliche Verhalten und reiht diese pragmatisch aneinander. Dies zeigt, dass die im Modell entworfene Kausalstruktur von Fuchs nur *eine* Möglichkeit der Zusammenstellung der Variablen ist und dass somit noch andere Strukturen denkbar sind (Wagner 2000). Da es bisher nur eine Studie zur empirischen Überprüfung des MAARS-Modells gibt, welche mit Hilfe des Strukturgleichungsansatzes (Jöres-Kog/Sörbom 1993) mit den Daten der *Berliner Hochhausstudie* (Fuchs 1997) erfolgte und lediglich für die ältere Personengruppe eine Signifikanz für die Determinanten der Aufrechterhaltung aufwies, kann das MAARS-Modell als erster Entwurf

eines Modells zur Erklärung der regelmäßigen Sportpartizipation bezeichnet werden, welches in weiteren Forschungsaktivitäten präzisiert werden muss.

2.6 Modell der Untersuchung von Aussteigern und Dabeibleibern im Tennissport in Bezug auf die Ausstiegs- und Bindungsfaktoren

Ein mangelhaftes Durchhaltevermögen in Bezug auf eine regelmäßige und dauerhafte sportliche Aktivität spiegelt die Sportpartizipation der heutigen Gesellschaft wider. Woll (2004) erstellte ein Schema, in welchem die vier zentralen Komponenten, die für den Bindungsprozess entscheidend sind, dargestellt werden (Woll, 2004, 84).

- Die Person und ihre spezifischen biomechanischen und psychologischen Merkmalsausprägungen.
- Der Lebenskontext einer Person im Bezug auf ihr soziales Netz.
- Die psychischen und sozialen Faktoren der Vorbereitung auf das gewählte Sportprogramm.
- Das Sportprogramm in Form der unmittelbaren Auseinandersetzung.

Das Faktorengewebe, das sich daraus ergibt, wird in Abbildung 08 deutlich sichtbar.

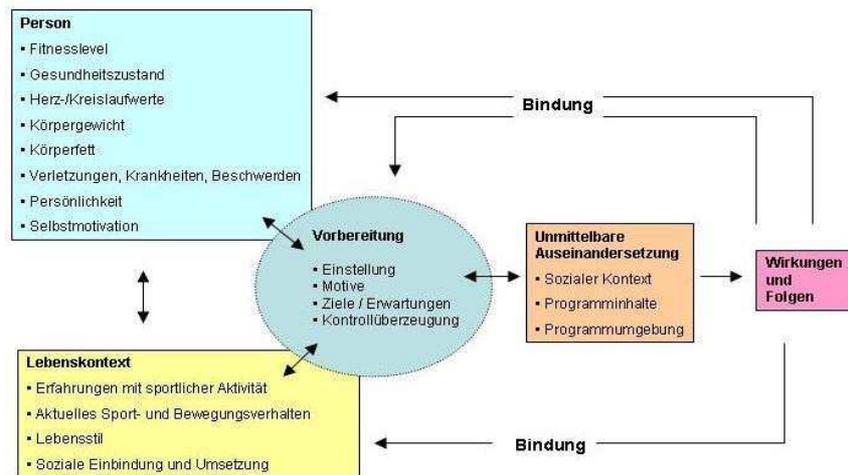


Abbildung 8 Bindungs- und Drop-out-Faktoren nach Woll 2004, 84.

Ausgehend von der Tatsache, dass einige Menschen ein Sportprogramm nach gewisser Zeit abbrechen und andere dieses bis zum Ende hin durchführen, wurden verschiedene Studien durchgeführt. Dadurch konnte festgestellt werden, dass es nicht darauf ankommt, ob die Dauer des Kurses festgelegt ist oder ob es sich um eine sportliche Aktivität handelt, die z.B. jährlich verlängert werden kann. Song et al. (1983) kamen zu dem Ergebnis, dass *Zeitmangel*, sowie *Krankheiten in der Familie*, *fehlendes Interesse am Programm* und *Unannehmlichkeiten bei der Anfahrt zum Sportprogramm* zu den Hauptgründen des Abbruchs führten (Song et al. 1983). In der Studie von Brehm/Eberhardt (1995) wurde als Hauptgrund für die Nichtverlängerung eines Fitnessvertrages der *fehlende Spaß an der Aktivität* benannt. Hinzu kommen *Motivationsprobleme*, *Zeitmangel* und *finanzielle Gründe* (Brehm/Eberhardt 1995). Dieses

Beispiel zeigt bereits wie multifaktoriell die Austritte aus Sportprogrammen begründet sind. Nigg/Worek (2003) unterstützen dies durch ihre Studie, in welcher deutlich wird, dass das Bindungsverhalten auf einem komplexen Faktorengewebe beruht, auch wenn im Endeffekt nur wenige bestimmte Gründe entscheidend für den endgültigen Austritt sind.

Im Folgenden werden die Merkmalsbereiche und Merkmale des Bindungsprozesses eingehender erläutert (vgl. Eberhardt 1995; Wagner 2000), wobei die Darstellung im Hinblick auf die Strukturierung der einzelnen Bereiche im Modell in Anlehnung an Prochaska/DiClemente (1983) erfolgt. Dieses Modell ähnelt dem von Pahmeier (1994), für die allerdings acht verschiedene Merkmale wichtig für den Bindungsprozess sind.

1. Physische Merkmale

„Physische bzw. biomechanische Merkmale kennzeichnen die individuellen Ausgangsbedingungen in den Phasen vor und zu Beginn einer sportlichen Aktivität“ (Eberhardt 1995, 63). Dabei zählen sowohl Merkmale wie Geschlecht, Alter, Größe und Gewicht, wie auch der persönliche Fitnesszustand zu den relativ stabilen Ausgangscharakteristika einer Person.

Hinsichtlich der Bedeutung des Körpergewichts und Körperfetts im Bindungsprozess gibt es unterschiedliche Aussagen. Dishman, Morgan und Ickes (1980) stellten fest, dass Aussteiger aus drei verschiedenen Fitnessprogrammen ein durchschnittlich höheres Körpergewicht sowie einen höheren Fettanteil im Körper aufwiesen als die Dabeibleiber. Damit konnten sie einen deutlichen Zusammenhang zwischen diesen beiden Merkmalen und dem Bindungsverhalten aufweisen. Brehm/Eberhardt (1995) konnten zudem einen Zusammenhang zwischen dem Merkmal Abweichung vom Idealgewicht und dem Bindungsverhalten aufweisen, wobei der schlechtere Fitnesszustand bei den Aussteigern nicht zwangsläufig zum Abbruch eines Sportprogramms führt. „Während 25% der Aussteiger ihrer Studie mehr als 20% über dem Normalgewicht lagen und somit als übergewichtig eingestuft wurden, konnte dies für nur 11% der Dabeibleiber festgestellt werden“ (Eberhardt 1995, 65). Blumenthal et al. (1982); Epstein, Koeske und Wing (1984); Ward/Morgan (1984) konnten diesbezüglich allerdings keine Unterschiede zwischen Dabeibleibern und Aussteigern feststellen.

Während schlankere Menschen möglicherweise bereits vor Beginn eines Sportprogramms einen aktiveren Lebensstil ausüben, haben übergewichtige Menschen oft Probleme damit sich körperlich zu bewegen; sportliche Aktivität ist für sie neben den Vorurteilen und Ablehnung der *sportlichen* Teilnehmer eines Sportprogramms oft mit Schmerzen und größter Anstrengung verbunden (Wilfley/Brownell 1994). Aufgrund der widersprüchlichen Ergebnisse besteht in diesem Bereich noch weiterer Forschungsbedarf (Ward/Morgan 1984).

In Bezug auf ein gutes Fitnesslevel zu Beginn eines Sportprogramms und dem Bindungsverhalten, gibt es kaum einen Zusammenhang. Während Young/Ismail (1977) durch ihre vierjährige Studie zeigten, dass regelmäßig Aktive bereits zu Programmbeginn über ein signifikant höheres Fitnesslevel verfügten und dieses im Vergleich zu den späteren Aussteigern noch deutlich steigerten, kamen, z.B. Dishman (1981) und Gale et al. (1984) zu widersprüchlichen Ergebnissen. Dishman (1982) konnte gar keine Unterschiede zwischen Aussteigern und Dabeibleibern bezüglich deren Fitnesslevels feststellen.

2. Psychische Merkmale

Durch die Widersprüchlichkeit der Ergebnisse ist es bisher noch nicht gelungen Aussteiger und Dabeibleiber aufgrund von psychischen Merkmalen/Persönlichkeitsmerkmalen wie Selbstbewusstsein, Selbstsicherheit, Selbstmotivation, Extro- bzw. Introvertiertheit und Problemlösungsverhalten zu unterscheiden, was unter anderem an der Anwendung unterschiedlicher Untersuchungsinstrumente liegen könnte (Pahmeier 1994; Eberhardt 1998). So weisen Aussteiger grundsätzlich ein eher introvertiertes Verhalten auf, welches sich dadurch bemerkbar macht, dass sich eine Person in sozialen Interaktionen unwohl fühlt und daher soziale Situationen meidet (Blumenthal 1982, 525), zeigen sich Dabeibleiber in der Regel extrovertiert⁶². Brunner (1969) stellte in seiner Studie, in welcher er zur Erstellung eines Persönlichkeitsprofils von Aussteigern und Dabeibleibern das ACL-Manual (Adjective Check List) von Harrison/Heilbrun einsetzte, fest, dass Aussteiger zur Introvertiertheit neigen. Zudem fielen die Einstufungen der Aussteiger in sämtlichen Skalen signifikant niedriger aus, als bei den Dabeibleibern. Die Studie von Young/Ismail (1977), bei welcher die CATTELS 16 PF (Personality Factors) eingesetzt wurden, ergab, dass Aussteiger im Vergleich zu Dabeibleibern ein geringeres Selbstvertrauen sowie eine geringere emotionale Motivation zu Tage legten. Die Untersuchung von Blumenthal et al. (1982) erbrachte ähnliche Ergebnisse. Sie setzten das Minnesota Multiphasic Personality Inventory bei 35 Rehabilitationspatienten ein, die zuvor einen Herzinfarkt erlitten hatten; 40% der Teilnehmer brachen das Rehabilitationsprogramm vorzeitig ab.

Während die Aussteiger und Dabeibleiber bei der biomedizinischen Analyse nicht zu unterscheiden waren und auch der persönliche Beschwerdezustand der Patienten keine Rückschlüsse auf das Bindungsverhalten zuließen, ergab der Persönlichkeitstest, dass die Werte im Bereich der Ängstlichkeit sowie der sozialen Introvertiertheit erheblich höher waren als bei den Dabeibleibern. Im Gegensatz dazu waren die Werte für den Bereich der Ich-Stärke

⁶² Merkmale einer extrovertierten Persönlichkeit: Interne Kontrollüberzeugung, zielgerichtete Motivation, hohe Selbstmotivation, Selbstüberzeugung und Selbstsicherheit, Optimismus etc.

(ego-strength⁶³) signifikant höher als bei den Dabeibleibern. Zu widersprüchlichen Ergebnissen gelangten Massie/Shephard (1971), die für Aussteiger eine durchschnittlich höhere Ausprägung der Ich-Stärke erhielten; Aussteiger und Dabeibleiber konnten dabei nicht über die Merkmale der introvertierten bzw. extrovertierten Persönlichkeit unterschieden werden.

Nach Brehm/Pahmeier (1992) war die Wahrnehmung von Stressgefühlen bei den Aussteigerinnen deutlich ausgeprägter als bei den Dabeibleiberinnen. Anhand der Befindlichkeitsskalen von Abele/Brehm (1986) konnte Pahmeier (1992) zudem feststellen, dass sich die Dabeibleiberinnen im Vergleich zu den Aussteigerinnen aktiver, umsichtiger und besser gelaunt fühlten und gleichzeitig weniger ärgerlich, deprimiert, energielos und erregt waren. In Bezug auf die Selbstmotivation konnte Dishman (1982) feststellen, dass sich Personen, die zu Beginn eines Sportprogramms nur eine geringe Motivation hatten, durch äußere Faktoren, die ihr Trainingsverhalten positiv beeinflussen, zu einer höheren Selbstmotivation leiten lassen. Knapp et al. (1984) und Heiby et al. (1987) fanden zudem eine Beziehung zwischen der Ausprägung der Selbstmotivation und einer regelmäßigen sportlichen Aktivität in der Vergangenheit. Sie konnten in ihrer Studie außerdem noch eine positive Korrelation der Selbstmotivation und der Fähigkeit zur Selbstkontrolle, sowie der Selbstmotivation und der Überzeugung, dass sich das individuelle Verhalten positiv auf die Gesundheit auswirkt (Eberhardt 1995). Im Gegensatz dazu konnten Studien z.B. von Custer et al. (1992) keinen biologischen Zusammenhang zwischen bio-medizinischen Variablen, dem Grad der Selbstmotivation und dem Bindungsverhalten erkennen (Eberhardt 1995). Gale et al. (1984) und Ward/Morgan (1994) konnten Aussteiger mit Hilfe des SMIs in ihren Untersuchungen ebenso wenig vorbestimmen, wie Brehm/Pahmeier (1990), deren Studie sowohl für Dabeibleiberinnen als auch für Aussteigerinnen in Bezug auf Körpergewicht und Selbstmotivation ähnliche Zahlen aufwies, was dazu führte, dass das Bindungsverhalten über diese Merkmale nicht festgelegt werden konnten.

Resümierend kann festgestellt werden, dass lediglich der Faktor *Selbstmotivation* insbesondere in Verbindung mit ausgewählten physischen Faktoren, als gutes Vorhersagekriterium dient und dadurch seine Bedeutung betont. Die Problematik von fehlgeschlagener Bindung konnte bisher nicht mit Hilfe von Persönlichkeitsprofilen gelöst werden. Grund dafür könnte die unterschiedliche Wahl der Methodik sein, die einen Vergleich der Ergebnisse nicht zulässt. Nach Rejeski (1998), der die Begrenztheit des SMIs kritisiert, liegt die Problematik bei der Variablenauswahl. Dass das Verhalten sowohl durch personale und situative Merkmale

⁶³ Definition: Ego-Strength = Ich-Stärke. Funktionsfähigkeit des Ichs, d.h. die Fähigkeit einer Person, das Ich gegen intrapsychische Konflikte sowie gegenüber den Ansprüchen und Gefahren der Außenwelt zu behaupten (Großes Wörterbuch Psychologie 2004).

als auch durch deren Interaktionen beeinflusst wird (Dishman 1988), wird bei dem Versuch, das Bindungsverhalten allein über das SMI zu beschreiben, nicht beachtet.

3. Merkmale der Vorbereitung auf sportliche Aktivität

Diese Phase wird von der Intention bestimmt, ein Verhalten zu ändern und bestehende Verhaltensmuster neu auszurichten. Eine Person beabsichtigt, ihren bisherigen Lebensstil dahingehend zu verändern, dass Sport zukünftig einen höheren Stellenwert in ihrem Leben einnehmen soll. Ob sich diese Person nun dazu entschließt sportlich aktiv zu werden oder nicht, hängt nach Prochaska/DiClemente (1983) von vielen Faktoren ab. Dabei wurde bisher noch nicht wissenschaftlich untersucht, ob Faktoren, die zu dem Beginn einer sportlichen Aktivität führen, dieselben sind, die dazu führen, diese auch beizubehalten. In Studien über Faktoren, die bei der Vorbereitung auf eine sportliche Aktivität für Dabeibleiber und Aussteiger von Bedeutung sind, fielen folgende Merkmale besonders ins Gewicht:

Die Motive

Einer der Hauptunterschiede zwischen Aussteigern und Dabeibleibern ist, dass Aussteiger generell eher zielorientiert sind, d.h. dass sie sich hauptsächlich auf die Auswirkungen einer speziellen sportlichen Aktivität konzentrieren, während Dabeibleiber eher aufgabenorientiert sind, d.h. dass für sie die Aktivität an sich motivierend ist.

Die Selbstwirksamkeit

Grundsätzlich hat das Selbstwirksamkeitskonzept von Bandura (1977), je nach Zeitpunkt der Erhebung, Aussagekraft auf die Aufnahme einer sportlichen Aktivität, die Trainingsgestaltung und das Trainingsverhalten. Da das Faktorengewebe, welches direkte oder aber auch indirekte Auswirkungen auf das Bindungsverhalten hat, sehr komplex ist, können aufgrund eines Merkmals keine zuverlässigen Aussagen über das Bindungsverhalten getroffen werden. Dennoch können mit Hilfe des Selbstwirksamkeitskonzepts Merkmale aufgezeigt werden, die zum Abbruch einer sportlichen Aktivität führen können (vgl. Eberhardt 1995).

Die Kontrollüberzeugung

Rotter (1966) entwickelte ein Modell, das LOC⁶⁴, mit dem er versuchte, das Bindungsverhalten über Persönlichkeitsmerkmale zu analysieren. Dabei ging es prinzipiell darum, Personen zu unterscheiden, die ihr Verhalten selbst kontrolliert empfinden (intern), die ihr Verhalten von außen kontrolliert empfinden (extern) und Personen, die ihr Verhalten als zufällig kontrolliert empfinden.

Obwohl das Modell in der Adherence-Forschung auf Interesse gestoßen ist, konnten bisher keine Zusammenhänge zwischen dem LOC und dem Bindungsverhalten aufgezeigt werden. Um das Bindungsverhalten mit Hilfe dieses Modells erklären zu können und einheitliche Ergebnisse zu erhalten, scheinen eine Überarbeitung des LOCs sowie eine Verbesserung der Methodik nötig zu sein.

Die Einstellung zum Sport

Die Einstellung zum Sport bezieht sich nach Willis/Campbell (1992) auf die Meinung, die eine Person von Sport im Allgemeinen hat. Massie/Shephard (1971), Dishman/Gettman (1980) sowie Morgan (1977) und Andrew et al. (1979) kamen zu dem Ergebnis, dass es keinen bedeutsamen Zusammenhang zwischen der Einstellung zum Sport und der Bindung an sportliche Aktivität gibt. Aus diesen Forschungsergebnissen könnte man schließen, dass die allgemeine Einstellung zum Sport kaum einen Einfluss auf das Bindungsverhalten hat.

Zu inhaltsreicheren Ergebnissen kamen Marcus, Rakowski und Rossi (1992) mit Hilfe des Ansatzes von Prochaska/DiClemente (1983), die ein aus zwei Faktoren bestehendes Instrument eingesetzt haben, um den Entscheidungsprozess zu klären. In ihrer Untersuchung konnten sie eine signifikante Beziehung zwischen der Bewertung der Aktivität (Pro- und Kontrapunkte) und der jeweiligen Phase der Verhaltensänderung nachweisen. Nach Eberhardt (1995) könnte dies ein Hinweis darauf sein, dass Bewertungsschwankungen während der sportlichen Aktivität Rückschlüsse auf kritische Phasen ermöglichen.

4. Die Trainingsdurchführung

Nach Prochaska/DiClemente (1992) wird die Phase der regelmäßigen Trainingsdurchführung als *Aktionsphase* bezeichnet; dies ist die Phase, in welcher eine eindeutige Verhaltensänderung innerhalb der letzten sechs Monate erfolgt ist (Eberhardt 1995) und zugleich auch der Zeitraum, in welchem die meisten Personen aus einer sportlichen Aktivität aussteigen (Dishman 1981). So ist es nicht überraschend, dass Prochaska/DiClemente (1992) diese Phase als die instabilste Phase, mit dem größten Risiko eines Abbruchs, bezeichnen. Zur Trainingsdurchführung zählen folgende Merkmale:

Die Trainingshäufigkeit

Kruse/Calden (1986) stellten in ihrer Studie ebenso wie Brehm/Eberhardt (1995) fest, dass Dabeibleiber deutlich häufiger trainierten als Aussteiger. Da der Abbruch einer sportlichen Aktivität allerdings viele Ursachen hat, kann man aus diesen Ergebnissen nicht schließen, dass die Trainingshäufigkeit als unmittelbarer Faktor für den Trainingsabbruch gilt.

Die Länge der Trainingseinheit

Ergebnisse in Bezug auf die Länge einer Trainingseinheit zeigen, dass viele Aussteiger die Zeitkomponente als Ausstiegsgrund benennen (Oldridge 1982; Dishman et al. 1984 und Pollock et al. 1984). Pollock et al. (1984) fügen hinzu, dass eine Trainingseinheit die Dauer von 60 Minuten nicht überschreiten sollte, da ein zu langes Training u.a. als langweilig empfunden werden könnte.

Die Intensität der Trainingseinheit

Zu unterschiedlichen Ergebnissen kamen Forscher, die sich mit dem Zusammenhang der Intensität von Trainingseinheiten und dem Bindungsverhalten, befassen. So weisen einige Studien darauf hin, dass die Intensität der Trainingseinheit einen Einfluss auf das Bindungsverhalten hat (Martin/Dubbert 1982); insbesondere eine zu hohe Intensität ist mit niedrigeren Anwesenheits- und höheren Abbruchraten verbunden (Pollock 1978; Epstein et al. 1984 und Sallis et al. 1986). Andere Untersuchungen, wie die Ontario Exercise-Heart Collaborative Study, wiederum zeigen keine Unterschiede zwischen Aussteigern und Dabeibleibern (Andrew et al. 1981; Pahmeier 1997).

Die Trainingsziele

Aufgrund der bisherigen Forschungsergebnisse kann man darauf schließen, dass sich Aussteiger und Dabeibleiber bezüglich ihrer Zielausprägungen unterscheiden (Eberhardt 1995). Wie Rejesky/Kenney (1988) festgestellt haben, sind die Ziele der Aussteiger oft unrealistisch und unspezifisch gewählt. Diese Ziele sind eher langfristig und produkt-/ergebnisorientiert und somit nur schwer zu erreichen. Daraus entspringt eine Unzufriedenheit, die nicht selten den Abbruch der sportlichen Aktivität zur Folge hat.

Der Spaßfaktor

Dieser Faktor ist von besonderer Bedeutung: Macht eine sportliche Aktivität Spaß, übt man sie gerne und langfristig aus, was dazu führt, dass sich Trainingsauswirkungen bzw. Erfolge sichtbar machen und die sportliche Aktivität dadurch noch mehr Spaß macht. So nannten Dabeibleiber in einer Studie von Wankel (1985) grundsätzlich Faktoren, die mit dem Spaß an der sportlichen Aktivität zusammenhängen als Bindungsmotive. Für 61,7% der Aussteiger wurde in einer Studie von Brehm/Eberhardt (1995) der Verlust von Spaß am Training sogar zum direkten Abbruchgrund. Wie Pollock et al. (1977) feststellen, ist eine angemessene Trainingsdosierung diesbezüglich sehr bedeutend, da eine Unterforderung genauso wie eine Überforderung dazu führen kann, dass das Training eben keinen Spaß mehr macht.

5. Der soziale Kontext

Als sportlich aktive Person bewegt man sich nicht nur in seinem gewohnten Umfeld (Familie, Lebenspartner, Freundeskreis, Arbeitsplatz), sondern auch in einem erweiterten sozialen Netz. Somit steht das soziale Miteinander auch innerhalb eines Tennisvereins im Mittel-

punkt, wobei insbesondere den Spielpartnern und dem Tennistrainer eine besondere Bedeutung zukommt.

Während Sommer und Friedrich (1989) fünf Kategorien sozialer Unterstützung zusammengestellt haben:

1. Emotionale Unterstützung erleben
2. Unterstützung beim Problemlösen erleben
3. Praktische und materielle Unterstützung erleben
4. Soziale Integration erleben
5. Beziehungssicherheit erleben,

stehen für Fuchs (1997) lediglich drei Bereiche sportbezogener sozialer Unterstützung:

1. Emotionale Unterstützung
2. Instrumentelle Unterstützung
3. Informationelle Unterstützung

in direkter Verbindung zur Sportpartizipation.

Aufgrund des Einflusses aller sozialen Bereiche auf eine Person und deren Verhalten, stellt sich die Frage, inwieweit Merkmale der sozialen Unterstützung Einfluss auf das Bindungsverhalten einer Person haben. Dabei sind folgende Bezugspersonen von Bedeutung:

1. Familie/Lebenspartner und Freunde
2. Trainingspartner
3. Übungsleiter/Trainer
4. Arbeitgeber

Die soziale Unterstützung des Lebenspartners konnte in bisherigen Studien als wichtiger Indikator für das Verhalten einer Person nachgewiesen werden. Nach Willis/Campbell (1992) zeigt sich diese Unterstützung in der Förderung der sportlichen Aktivität, in dem Enthusiasmus für Anstrengungen und Erfolge oder aber auch in der Eingliederung der sportlichen Aktivität in die Familienroutine. Während Frauen ein Sportprogramm öfters mit Partner beginnen (Wanzel 1977), scheinen Männer sich nach Heinzelman/Bagley (1970) stark von der Einstellung ihrer Lebensgefährtinnen gegenüber ihrer sportlichen Aktivität beeinflussen; so führten 80% der Männer, die positive Unterstützung ihrer Lebenspartnerin erfuhren, das Programm fort (Heinzelman/Bagley 1970). Diese Annahme wird von Brehm/Eberhardt (1995); Godin/Shephard (1985) und Wankel (1985) bestätigt, wobei letztere zu einem noch signifikanteren Ergebnis kamen und feststellten, dass die Abbruchquote bei positiver Einstellung des Partners dreimal niedriger war, als bei negativer oder neutraler Einstellung des Lebenspartners. Pahmeier (1997) kam in ihrer Untersuchung zu weniger eindeutigen Resulta-

ten.

Als zweitwichtigster Faktor nach der Familie und den engsten Freunden gilt nach Wankel (1988) die Unterstützung durch den Arbeitgeber, wenngleich diese oftmals unbewusst stattfindet. Dies bestätigen auch Willis/Campbell (1992) durch ihre Studie.

Freundschaften unter den Sportlern wirken sich ebenfalls sehr positiv auf eine langfristige Bindung aus (Wankel 1985). Brehm/Eberhardt (1995) konnten die Tatsache, dass Aussteiger signifikant häufiger alleine trainierten als Dabeibleiber bestätigen. Zu diesem Ergebnis kamen vorher bereits Brehm/Pahmeier (1992) und Oldridge (1988). Pahmeier (1997) konnte diesbezüglich allerdings keine Unterschiede feststellen.

Die Ergebnisse der Studien, die sich mit Gruppen- und Individualtraining beschäftigten, zeigen, dass die Form des Trainings, die zu einer langfristigen Bindung führt, von der einzelnen Persönlichkeit und dem Programminhalt abhängt. So stellte Pahmeier (1992) fest, dass sich Aussteigerinnen in ihrer Sportgruppe unwohl und sozial nicht in dem Maße integriert fanden, wie die Dabeibleiberinnen. Demgegenüber stehen Studien wie die Untersuchung von Massie/Shephard (1971), die ein Individualtraining mit einem Gruppentraining verglichen und dabei zu dem Ergebnis kamen, dass sich die Teilnehmer des Individualtrainings oft einsam, lächerlich oder ängstlich fühlten, was zu einer Abbruchquote von 52,6% führte. Das Gruppentraining beendeten im Gegensatz dazu nur 18,2% frühzeitig.

Die bedeutende Funktion des Übungsleiters/Trainers konnte in mehreren Studien festgestellt werden (Pahmeier 1999; Wankel 1985) und so hat er einen relativ großen Einfluss auf das Bindungsverhalten der Sportteilnehmer (Franklin 1988). Patton et al. (1988) heben hervor, wie positiv der Einfluss eines enthusiastischen, interessierten und kreativen Trainers auf die Erfolge des Einzelnen und die Motivation der Gruppe sein kann (Brehm/Sygyusch 2003). Hierzu zählt unter anderem ein angenehmer Führungsstil, der den Teilnehmern individuelles Feedback und Lob vermittelt (Martin et al. 1984), sowie Fachkompetenz (Gillet 1988) und individuelle Betreuung der einzelnen Teilnehmer (Andrew et al. 1981). Auch die angemessene Art der Anforderungen an die Trainierenden mit reizvollen, erreichbaren persönlichen Zielen, spielt hierbei eine große Rolle (Rampf 1999).

6. Merkmale der Professionalität

Die Merkmale der Professionalität, die dauerhaft als Störfaktor empfunden werden, können den Bindungsprozess einer sportlichen Aktivität negativ beeinflussen und sogar dazu führen, dass diese ganz abgebrochen wird (Eberhardt 1995). Oft gewinnen professionelle Merkmale eines Sportprogramms (z.B. Örtlichkeit, Qualität der Anlage, Ambiente) allerdings erst im Laufe der Aktivität an Bedeutung. Während Song et al. (1983) feststellten, dass die Ausstat-

tung der Sportstätte Einfluss auf den Abbruch der Aktivität haben kann, wurde in anderen Studien nachgewiesen, wie wichtig die gute Erreichbarkeit der Trainingsanlage als Bindungsfaktor ist (Andrew et al. 1981). Da man aufgrund der lokalen und strukturellen Gegebenheiten allerdings nur einen gewissen Raum an Möglichkeiten hat, wird es einem Verein nur schwer gelingen, die Bedürfnisse aller Sportteilnehmer zu erfüllen. Führen Merkmale wie die Quantität oder Qualität der Sportstätte zum Ausstieg, kann es sich nur um Merkmale handeln, die beim ersten Besuch nicht von Bedeutung waren, da der Sportteilnehmer sonst nicht in den Verein eingetreten wäre. Zu den Merkmalen der Professionalität zählen auch die Übungsleiter, die sich auf die Bindung der Sportteilnehmer positiv auswirken können, wenn sie als fachkompetent, freundlich und aufgeschlossen wahrgenommen werden (Pahmeier 1994).

7. Merkmale des Lebensstils und der Lebensgewohnheiten

Frühere Erfahrungen mit sportlicher Aktivität, aktuelle Lebensumstände wie die private oder die berufliche Situation, haben ebenso einen Einfluss auf den Bindungsprozess wie das momentane Gesundheits- und Freizeitverhalten (Eberhardt 1995). Obwohl bisher nur relativ wenige Ergebnisse darüber existieren, ob Erfahrungen, die im Kindes- und Jugendalter mit sportlichen Aktivitäten gemacht wurden, einen Einfluss auf das Bindungsverhalten im Erwachsenenalter haben (Dishman 1988), hat beispielsweise Anderssen (1998) in seiner Studie festgestellt, dass es einen deutlichen Zusammenhang zwischen dem Fitness-Level in jungen Jahren und der sportlichen Aktivität im Erwachsenenalter gibt. Auch Brunner (1969) konnte in seiner Vergleichsstudie mit regelmäßig sportlich Aktiven und unregelmäßig sportlich Aktiven (weniger als drei Trainingseinheiten pro Woche) feststellen, dass unregelmäßig Aktive während der Schul- und Universitätszeit sportlich aktiver waren als diejenigen, die zum Zeitpunkt der Studie regelmäßig sportlich aktiv waren. Kruse/Calden (1986) stellten in ihrer Studie fest, dass die vorangegangene sportliche Aktivität eine starke Beziehung zum späteren Bindungsverhalten hat.

So waren diejenigen, die schon in früheren Sportprogrammen am aktivsten waren, auch in dem aktuellen Programm am aktivsten, während die wenig aktiven auch in früheren Sportprogrammen nicht aktiv waren. Pahmeier (1997) ergänzt, dass Dabeibleiberinnen ihre sportliche Aktivität mit positiveren Erinnerungen verbinden als Aussteigerinnen, die ihre sportlichen Erfahrungen prozentual gesehen am häufigsten indifferent wahrnehmen.

Des Weiteren fanden Massie/Shephard (1971) heraus, dass ehemalige Leistungssportler eher zum Abbruch sportlicher Aktivität neigen, als Menschen, die nie so richtig sportlich aktiv waren. Eine Erklärung hierfür könnte die Versagensangst sein, die entsteht, wenn die körper-

liche Fitness bestimmte Leistungen nicht mehr zulässt.

Dishman (1981a) kam zu widersprüchlichen Ergebnissen. Er konnte keine Verbindung zwischen früheren Ergebnissen und dem aktuellen Bindungsverhalten feststellen, weder in Bezug auf die Intensität, die Häufigkeit oder die Dauer.

Konkret für diese Studie lassen sich die internen (psychischen und physischen) sowie die externen (sozialen und ökonomischen/strukturellen) Faktoren in folgendem Schema zusammenfassen.

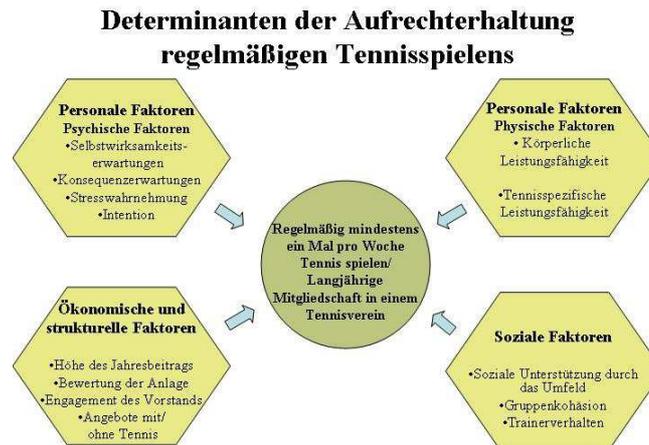


Abbildung 9 Determinanten der Aufrechterhaltung regelmäßigen Tennisspielens (In Anlehnung an Woll 2003).

Als bindungsbeeinflussende Faktoren wurden sowohl personeninterne als auch mögliche externe, umweltbezogene Einflussfaktoren berücksichtigt. Es wird davon ausgegangen, dass die wahrgenommene körperliche Leistungsfähigkeit eine wichtige Rolle für die Aufrechterhaltung bzw. Bindung an Tennisaktivitäten spielt (Dishman 1994).

Im Gegensatz zu Dishman (1994) betont Fuchs (1997), dass vor allem die wahrgenommene bereichsspezifische Leistungsfähigkeit - in diesem Fall die tennisspezifische Leistungsfähigkeit - eine wichtige Rolle für die Bindung an die Sportart spielt.

In der bisherigen Forschung hat sich die sportbezogene Selbstwirksamkeit gegenüber anderen potentiellen, psychischen Determinanten (u.a. Kontrollüberzeugungen, Selbstmotivation) als ausschlaggebend erwiesen, so dass es sinnvoll erscheint, verhaltensspezifische Selbstwirksamkeitsmaße zu erfassen (vgl. Fuchs 1997).

In der vorliegenden Studie soll daher der Einfluss der tennisspezifischen Selbstwirksamkeitsüberzeugung auf die Bindung an den Tennisverein überprüft werden. Als wichtige externe strukturelle Faktoren werden die Zufriedenheit mit der Platz- und Clubhausanlage, der Erreichbarkeit der Anlage, den Angeboten, der Organisationsstruktur bzw. Vereinsmanagement sowie den Trainerangeboten analysiert. Als soziale Faktoren wurden sportartspezifische Aspekte wie die Anzahl der Spielpartner und die Integration in das soziale Leben des Vereins als

auch die Unterstützung der tennisspezifischen Aktivitäten durch den eigenen Partner berücksichtigt.

2.7 Zusammenfassung

Lange befassten sich Analysen zum Thema *Dropout und Bindung* fast ausschließlich mit dem Leistungssportbereich oder der Sportbiographieforschung (Thomas 1995; Conzelmann 2001). In den letzten Jahren wird nun auch an sportwissenschaftlichen Fragestellungen außerhalb des Leistungssports gearbeitet (Fuchs 1996; Nagel, Conzelmann & Gabler, 2004; Pahmeier 2000; Wagner 2000;). Gerade im Freizeit- und Gesundheitssport stellt die fehlende Bindung an den Verein ein zunehmendes Problem dar; hohe Ausstiegsquoten sind keine Seltenheit (Pahmeier 2000; Brehm/Eberhardt 1995). Dies gilt für Jugendliche (Brettschneider/Bräutigam 1989) in Freizeitsportangeboten ebenso wie für Erwachsene in gesundheitsorientierten Sportprogrammen (Pahmeier 2000). Weiterführende und sehr differenzierte Ansätze sowohl zur Analyse von Drop-outs im Tennisverein als auch zur Vermeidung des Vereinsaustrittes legten Gieß-Stüber/Rücker (2003) vor. Obwohl es beim heutigen Forschungsstand Einschränkungen und unbeantwortete Fragen in Bezug auf das TTM gibt, zeigen bisherige Ergebnisse, dass viele Menschen mit Hilfe des TTMs dazu ermuntert werden können, sich Gedanken über sportliche Aktivität zu machen und einen aktiveren Lebensstil zu führen. So zählt das TTM in der Gesundheitspsychologie als das am meisten umgesetzte Stufenmodell (Weinstein, Rothman und Sutton 1998) und gilt in der Gesundheitsförderung als die wichtigste theoretische Entwicklung des Jahrzehnts (Samuelson 1997). Obgleich der Beginn und das Aufrechterhalten einer sportlichen Aktivität im Gegensatz zum Rauchen, eine Verhaltensänderung verlangt, die auf dem aktiven Handeln einer Person basiert, (acquisition behaviour), konnte das TTM auch in diesem Bereich erfolgreich angewandt werden. Laut Prochaska/DiClemente (1983) spricht insbesondere der dynamische Charakter für die Anwendung des TTMs auf die Bindung von sportlicher Aktivität. Auch Dishman (1982) und Sonstroem (1988) heben die Bedeutung eines Modells, welches die Dynamik des Bindungsprozesses berücksichtigt, hervor. Obwohl sich das TTM in den letzten 20 Jahren in den verschiedensten Anwendungsbereichen bewährt hat, werden die wissenschaftlichen Ergebnisse des TTMs insbesondere im Bereich der Suchtrehabilitation, aufgrund einer unpräzisen Definition, die zwei Auffassungen über die Art der *Stages of Changes* etabliert haben, die zur Entwicklung unterschiedlicher Messzugänge führen, zunehmend kritisch hinterfragt (Maurischat 2001; Sutton 2000a; Whitelaw et al. 2000). Wie empirisch bewiesen werden konnte, sind die beiden Zugänge nicht als Alternativen zu sehen, da sie zu verschiedenen Klassifizierungen von Personen in einer Veränderungsphase führen

(Maurischat 2001). Zudem bemerkt Bandura (1997), dass das TTM nicht alle Voraussetzungen für ein klassisches Stufenmodell erfüllt. Viele Kritikpunkte, die das TTM über sich ergehen lassen muss, wurden von Forschern und Wissenschaftlern überprüft (z.B. Prochaska/Velicer 1997b). Wagner (2001) bemerkt, dass Studien, in denen einzelne potentielle, biologische, kognitive, behaviorale oder strukturelle Determinanten der Sportpartizipation empirisch geprüft wurden, eine enorme Dominanz zeigen. Dadurch konnten empirisch relativ konsistente kognitive Faktoren, die Selbstwirksamkeitserwartung und die Konsequenzerwartung, sowie empirisch relativ inkonsistente Faktoren, wie die gesundheitsbezogenen Kognitionen, ermittelt werden. Zu den Aspekten, die bei den bisherigen Untersuchungen eher vernachlässigt wurden, zählen unter anderem die sozialen Aspekte, die aktuelle Lebenslage sowie umgebungsspezifische Aspekte (Wagner 2001). Innerhalb der sportwissenschaftlichen Forschung ist eine Fülle von Einflussgrößen auf die Sportteilnahme untersucht worden. In der derzeitigen Diskussion um die Determinanten von sportlicher Aktivität ist ein deutliches Übergewicht der *psychologisch-theoretischen* Forschungslinie festzustellen. Die personalen Bedingungen werden dabei in den Mittelpunkt gestellt (u.a. Fuchs 1997; Schwarzer 2004;). Nach Woll (2002) greift eine rein psychologische oder ökonomische Betrachtungsweise jedoch im Hinblick auf die Organisation Tennisverein zu kurz. Vielmehr ist es notwendig, psychologische Betrachtungsweisen mit sozial-wissenschaftlichen Ansätzen zu verknüpfen (siehe 7.2.2). Im Folgenden werden nun Marketingstrategien und –konzepte vorgestellt, die zur Mitgliedergewinnung und –bindung beitragen sollen.

3 Social-Marketing-Methoden

Geschäftsbeziehungen sind keine moderne Erscheinung, sondern bereits immer ein Bestandteil des Marktgeschehens gewesen (Möller/Halinen 2000; Johnson/Selnes 2004). Trotz der Vielzahl unterschiedlicher Geschäftsbeziehungen, ist ihnen allen eine mehr oder weniger starke „innere Verbindung“ gemein, deren Art und Ausprägung im Wesentlichen den Charakter einer Geschäftsbeziehung bestimmen (Plinke 1989).

Im Folgenden werden die Geschäftsbeziehungen bzw. der Bindungsprozess aus der Sicht des Vereins betrachtet. In dieser Perspektive spielen Fragen des (Social-) Marketings eine bedeutende Rolle. Die vorgestellten Konzepte zur Mitgliedergewinnung und -bindung sollen einen Beitrag dazu leisten, dem Rückgang der Mitgliederzahlen im Tennis entgegen zu wirken. Da das Problem des Drop-outs genauso wie dessen Ursachen sehr komplex und vielfältig ist, gibt es allerdings keine Patentlösung, die auf alle Tennisvereine übertragbar wäre. Die vorgestellten Konzepte sollen somit nur als Anregung und Unterstützung dienen.

Marketing ist hier ein Schlüsselwort, denn Werbung und Verkauf alleine reichen nicht aus, um den Kunden befriedigend zu überzeugen. Freyer definiert Sportmarketing als „die Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden (des Marketings) für verschiedene Organisationen des Sports. Es ist eine Führungskonzeption, die Sportinstitutionen vermehrt, vom Markt her oder auf den, Markt ausgerichtet´ leiten will. Es verlangt langfristiges und konzeptionelles Handeln“ (Freyer, 2003, 53).

Ein modernes Marketingkonzept beinhaltet heute weitaus mehr als nur Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit (Woll 2005) und stellt den Kunden in den Mittelpunkt, wobei das Marketing die Integrationsfunktion übernimmt (Otte 2002). Um das Drop-out-Problem in den Griff zu bekommen und die Menschen wieder für den Tennissport zu begeistern, ist das Anwenden geeigneter Marketingmethoden notwendig.

In der Literatur ist man divergierender Meinung über die Definition des Marketingbegriffs. Marketing, marktorientierte Unternehmensführung zur Absatzförderung (Brockhaus 2002), ist ein aus der Betriebswirtschaftslehre stammender Terminus, der im deutschen Sprachraum nach dem zweiten Weltkrieg, ursprünglich zur Kennzeichnung der Lehre vom Absatz von Konsumgütern, insbesondere von Markenartikeln, verwendet wurde (Wöhe 1981). Später wurde der Begriff auch von Investitionsgüterproduzenten und schließlich von Dienstleistungsbetrieben zur Lösung von Absatzproblemen genutzt. Seit Ende der sechziger Jahre fand Marketing schließlich auch im Bereich der Non-Profit-Organisationen Anwendung (Tutt 1997). Grundsätzlich beschreibt Marketing die unternehmerische Haltung des Managements,

die eine Befriedigung der Kundenwünsche zur Erreichung der Unternehmensziele anstrebt (Schweiger/Schrattenecker 1992).

Meffert definiert Marketing als „Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte gerichteten Unternehmensaktivitäten“ (Meffert, Burmann und Koers 2002). Dabei steht der Markt und mit ihm der Kunde im Mittelpunkt allen unternehmerischen Denkens und Handelns. Bruhn (2002, 14) definiert Marketing als: „eine unternehmerische Denkhaltung. Sie konkretisiert sich in der Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle, sämtlicher interner und externer Unternehmensaktivitäten, die durch eine Ausrichtung der Unternehmensleistungen am Kundennutzen im Sinne einer konsequenten Kundenorientierung darauf abzielen, absatzorientierte Unternehmensziele zu erreichen.“ Nach Gablers Wirtschaftslexikon umfasst der Begriff Marketing alle Maßnahmen einer ziel- und wettbewerbsorientierten Ausrichtung der marktrelevanten Aktivitäten der Unternehmung an ausgewählten Problemfeldern gegenwärtiger und zukünftiger Kundenpotenziale (Gabler 1998). Kotler versteht schließlich in einer erweiterten Definition Marketing als die Analyse, die Planung und die Kontrolle ausgearbeiteter Programme, deren Zweck es ist, erwünschte Austauschvorgänge in ausgewählten Märkten zu bewirken und so das Erreichen der Organisationsziele zu ermöglichen. Dabei stützt sich Marketing im hohen Maße auf die Gestaltung des Organisationsangebotes mit Rücksicht auf die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppen sowie auf effektive Preisbildungs-, Kommunikations- und Distributionsmaßnahmen. Durch deren Einsatz werden die Zielgruppen auf wirksame Weise informiert, motiviert und versorgt (Kotler/Bliemel 1993). Aus dieser Definition geht hervor, dass durch die Marketinginstrumente verschiedenartige Organisationsziele beginnend mit der Rekrutierung von Mitarbeitern bis hin zu Einstellungsveränderungen des Personals gegenüber der Organisation, erreicht werden können (Tutt 1997). Als zeitgenössische Interpretation gilt Marketing nach (Kotler/Keller/Bliemel 2007) als ein Prozess im Wirtschafts- und Sozialgefüge, durch den Einzelpersonen und Gruppen ihre Bedürfnisse und Wünsche befriedigen, indem sie Produkte und andere Dinge von Wert erzeugen, anbieten und miteinander tauschen.

Eine spezielle Form des Marketings stellt das *Social Marketing* dar. Bruhn definiert Social Marketing als „die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle von Marketingstrategien und –aktivitäten nicht-kommerzieller Organisationen, die direkt oder indirekt auf die Lösung sozialer Aufgaben gerichtet sind“. Bruhn (1994) hält nach seiner Definition folgende vier Merkmale von Social Marketing für charakteristisch:

1. Social Marketing ist als systematischer Planungs- und Entscheidungsprozess anzusehen. So werden auf der Grundlage einer Situationsanalyse Marketingaktivitäten geplant, organisiert und durchgeführt.
2. Social Marketing orientiert sich an einer systematischen Entwicklung einer Marketingkonzeption.
3. Social Marketing zielt auf die Lösung sozialer Aufgaben.
4. Social Marketing bezieht sich auf vielfältige Erscheinungsformen nicht-kommerzieller Organisation.

Kurz gefasst können drei Aspekte des Marketings unterschieden werden:

- **Marketing als Unternehmensphilosophie:** Das Unternehmen muss die Bedürfnisse, Erwartungen und Problemstellungen potenzieller Kunden kennen, sich in diese hineinversetzen und sie auch erfüllen können. Hierbei kann sich das Unternehmen die Kenntnisse über die Phasen des Transtheoretischen Modells, in diesem Falle der beiden Phasen Maintenance und Termination, zu Nutzen machen: Für den Tennissport gewonnene Kunden müssen durch rechtzeitig erarbeitete Marketingphilosophien für die Fortführung des Sportes begeistert werden, um einem Drop-out vorzubeugen.
- **Marketing als Mittel zur Beeinflussung des Marktes zu Gunsten der Unternehmung:** Mit Hilfe eines optimal abgestimmten Marketinginstrumentariums muss vor allem der Absatz-, aber auch der Beschaffungs- und Personalmarkt besser bearbeitet werden, als dies durch den Wettbewerb geschieht. Besonders unterstützend können hier Kenntnisse über die beiden Phasen *Preparation* und *Action* des Transtheoretischen Modells wirken: Haben sich Kunden mit dem Gedanken, den Tennissport auszuüben, angefreundet, kann Marketing als Differenzierungsinstrument zwischen Vereinen eingesetzt werden, um den *neuen* Kunden langfristig zu binden.
- **Marketing als Managementmethode:** Marketingkonzeptionen müssen geplant, realisiert, konsequent überprüft und weiterentwickelt werden. Hilfreich ist es hierbei, wenn man die Informationen über die beiden Phasen *Precontemplation* und *Contemplation* des Transtheoretischen Modells in die Konzeption miteinfließen lässt: Um potentiell neue Kunden, die sich mit dem Gedanken *Sport auszuüben* auseinandergesetzt haben, für den Tennissport zu begeistern, bedarf es einer wohlüberlegten Marketingstrategie, um den Kunden für *Tennis* anstelle einer weiteren oder anderen Freizeitbeschäftigung im sportlichen Sinne zu gewinnen.

3.1 Social-Marketing-Modelle

Aufgrund der Komplexität der verschiedenen Aspekte im Marketing, sind unterschiedliche Ansätze entstanden. Bruhn hält folgende Einteilung für sinnvoll (Bruhn 1994):

Tabelle 20 Theorieansätze nach Bruhn (1994).

Ansatz	Ziel des Ansatzes
Institutionenansatz	Ziel dieses Ansatzes ist es die soziale Organisation nach Problembereich, Zielsetzung und Aufgabenbereich zu unterteilen. Dabei besteht das Bemühen besondere Strukturmerkmale sozialer Institutionen zu finden und diese, nicht-kommerziellen Institutionen zu klassifizieren.
Warenansatz	Während es sich beim kommerziellen Marketing um so genannte Werttransaktionen mit materiellen Gütern handelt, steht hier die Analyse der Leistungen, die nicht-kommerzielle Organisationen mit ihren Interaktionspartnern austauschen, im Vordergrund.
Funktionsansatz	Um erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen, sind spezifische Untersuchungen erforderlich, die die Aufgabenerfüllung der einzelnen, nicht-kommerziellen Organisationen analysieren.
Konsumentenansatz	Im Mittelpunkt dieses Ansatzes steht die Analyse der aktuellen und potentiellen Zielgruppe.

Die einzelnen Schritte des Social-Marketing-Managementprozesses lassen sich anhand der Darstellung nach Kotler (1993) vom Beginn der Marketingsituationsanalyse bis hin zur Marketingkontrolle verdeutlichen:



Abbildung 10 „Schritte des Social-Marketing-Managementprozesses“ (Kotler 1993, 53).

Der Planungsprozess des Social Marketing wird dabei in vier wesentliche Kategorien unterteilt:

- **Social Marketingsituationsanalyse:** In dieser Phase steht die umfassende Marktanalyse im Mittelpunkt, in welcher der Ist-Wert der gegenwärtigen Situation mit dem Soll-Wert verglichen wird. D.h. es findet ein Vergleich zwischen der Marktposition der Konkurrenz und der eigenen statt und es wird eine Prognose für die Zukunft gestellt.
- **Social Marketingstrategie:** Nun folgt die Entwicklung einer Marketingstrategie, durch welche die sozialen Aufgaben und Ziele erreicht werden sollen und somit das weitere Vorgehen bestimmt.
- **Social Marketingmaßnahmen:** Diese Phase bestimmt die Umsetzung der produkt-, kommunikations-, distributions- und preispolitischen Entscheidungen sowie die Festlegung von Teilzielen und die Budgetierung. Zusätzlich werden absehbare Marktreaktionen analysiert.

- **Social Marketingkontrolle:** Die Marketingkontrolle zeigt den Erfolg bzw. Misserfolg der Social Marketingaktivitäten auf, wobei hier die Wirkung aller Einzelmaßnahmen von Bedeutung sind und sowohl marktbezogene als auch organisationsinterne Ziele kontrolliert werden.

Die Übernahme der einzelnen Social Marketingmaßnahmen hängt weitgehend von der Größe und Professionalität eines Tennisvereins ab und bedarf individueller Auseinandersetzung mit der Situation. Obgleich nicht alle Social Marketingmaßnahmen pauschal übertragbar sind, ist die Kenntnis über die Möglichkeiten des sozialen Marketings für jeden Tennisverein sinnvoll und nützlich.

3.1.1 Kundenzufriedenheit

Obwohl die Bedeutung von Kundenzufriedenheit bekannt ist, konnte man sich bisher auf keine allgemeingültige und anerkannte Verfahrensweise verständigen. Stattdessen sind mit der Zeit einige divergierende Ansätze bezüglich der Kundenzufriedenheit und somit auch der Methoden ihrer Messung entstanden (Hänsel 2003).

In der marktorientierten Unternehmensführung nimmt das Konstrukt der Kundenzufriedenheit seit Mitte der 70er Jahre des zwanzigsten Jahrhunderts eine zunehmend zentrale Stellung ein. Dies folgt aus der Tatsache, dass verschärfter Wettbewerb, engere Märkte und steigende Ansprüche der Kunden dazu geführt haben, langfristige Kundenbindungen von erhöhter Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens werden zu lassen. „Immer mehr Unternehmen erkennen, dass die Zufriedenheit ihrer Kunden nicht nur eine wichtige Ergebnisgröße ihres Handelns ist, sondern auch eine Steuerungsgröße für ihr Tun in der Zukunft darstellt“ (Töpfer 1996, 1). Ein Unternehmen / Verein kann nur einen zufriedenen Kunden langfristig an sich binden. Kundenzufriedenheit wird somit zu einem Bindungsfaktor innerhalb von Geschäftsbeziehungen. Die am häufigsten anerkannte Theorie versteht Kundenzufriedenheit im Allgemeinen als das Resultat eines vielschichtigen psychischen Vergleichsprozesses, d.h., dass der Kunde seine wahrgenommenen Erfahrungen mit einem Produkt oder einer Dienstleistung, die sogenannte Ist-Leistung, mit seinen persönlichen Normen, Wünschen und Erwartungen oder einem anderen Vergleichsstandard vor der Nutzung vergleicht. Wird die erwartete Soll-Leistung erfüllt oder sogar übertroffen, entspringt beim Kunden ein Gefühl der Zufriedenheit, welches in diesem Zusammenhang oft als emotionale Reaktion auf einen kognitiven Vergleichsprozess betrachtet wird. Nach Gabler (2008) wird „Zufriedenheit in der Konsumentenverhaltenstheorie als hypothetisches Konstrukt verwendet, um das Kauf- und

Informationsverhalten von Konsumenten zu erklären. Zufriedenheit wird definiert als das Ergebnis eines Vergleichs:

- a) zwischen einer erwarteten und einer eingetretenen Bedürfnisbefriedigung (Bedürfnis);
- b) zwischen einer erwarteten und einer tatsächlich beobachteten Eigenschaftsausprägung eines Guts;
- c) zwischen einer idealen und einer tatsächlich beobachteten Eigenschaftsausprägung eines Guts. Zufriedenheit kann sich auf gesamte Systeme (z.B. Unternehmungen) oder auf einzelne Leistungen von Organisationen beziehen (Gabler 2008).

Zufriedenheit per se ist ein positiv belegtes psychologisches Phänomen und steht für Gefühlszustände die Freude, Glück oder allgemeines Wohlbefinden ausdrücken. Das Gefühl der Zufriedenheit entsteht dann, wenn die Erwartungen des Kunden an das Produkt oder die Dienstleistung übertroffen werden. Werden die Erwartungen lediglich erfüllt, entsteht ein neutrales Gefühl beim Kunden, das dazu führen kann, dass der Kunde die Leistung des Produkts oder der Dienstleistung als austauschbar empfindet und sich dann dementsprechend davon trennt. Unzufriedenheit beim Kunden entsteht dagegen, wenn die Leistung unter seinen Vorstellungen liegt, wenn die versprochene Leistung mit der erhaltenen Leistung divergiert. Daher müssen die Erwartungen des Kunden übertroffen werden, um ihn langfristig zu binden (Völkening 2002).

Für Föhrenbach gilt die „Kundenzufriedenheit als Grundlage des langfristigen Markterfolges und somit als fundamentales Ziel der Marketingpolitik“ (Föhrenbach 1995, 5). Dass sich dies nicht immer als einfach erweist, zeigt sich daran, dass sich nur 30% der unzufriedenen Kunden beschwerten, während sich 70% dieser Kunden schweigend aus dem Unternehmen zurückziehen (D'Alquen 1997). Die Kenntnisse des Konstrukts *Kundenzufriedenheit* kann und sollte man auf Non-Profit-Organisationen, wie einen Tennisverein, übertragen, da unzufriedene Mitglieder ihren Verein ebenfalls meist *lautlos* verlassen. In Bezug auf die sinkenden Zahlen in den Tennisvereinen sollte der Vorstand unbedingt die direkte Kommunikation mit den Mitgliedern pflegen. Befragungen innerhalb der Vereine sind hilfreich, um die Erwartungshaltung der Mitglieder zu erfüllen und rechtzeitig auf aufkommende Unzufriedenheit reagieren zu können. Dadurch wird das Hauptproblem der Aussteiger, die in den meisten Fällen schweigend aus dem Verein austreten, umgangen. Da Unstimmigkeiten für den Vorstand nicht immer sichtbar sind und häufig erst öffentlich werden, wenn die Mitgliederzahlen bereits gesunken sind, kommen die wahren Gründe, welche die Mitglieder zu einem Austritt bewegt haben, somit meist zu spät, oft allerdings auch überhaupt nicht zum Vorschein (D'Alquen 1997). Insbesondere durch die verschärfte Wettbewerbssituation, den immer ähn-

licher werdenden Produkten und Leistungen, ist es wichtig, sich von Mitbewerbern abzuheben und sich verstärkt an den Kundenbedürfnissen zu orientieren. Föhrenbach versteht unter Kundenorientierung „das Merkmal eines Unternehmens mit dem Ziel der Kundenbindung“ (Föhrenbach 1995, 5). Im Hinblick auf Tennisvereine bedeutet das eine verstärkte Orientierung an den Mitgliedern und eine regelmäßige Überprüfung des Vereinsangebots. Versteht man Kundenzufriedenheit wie Streichert als „Ergebnis eines Erlebnisverarbeitungsprozesses“, (Streichert 1995, 5), dessen Inhalt ein Soll-Ist-Vergleich ist, sollte man sein Augenmerk insbesondere auf die Kundennähe legen, da man die Bedürfnisse seiner Kundschaft dadurch am besten erfahren kann. Kundenzufriedenheit kann ebenso wie die Kundenunzufriedenheit in jeder Phase als Folge von Verhaltensreaktionen entstehen. Je früher man von diesen negativen Stimmungen erfährt, desto eher ist die Möglichkeit gegeben, etwas dagegen zu tun. Unzufriedenheit kann sowohl durch Inaktivität, als auch durch Beschwerden, Mundpropaganda und dem Austritt als letzte Instanz, ausgedrückt werden, wodurch bei anderen Vereinsmitgliedern negative Reaktionen hervorgerufen werden können.

Um zu vermeiden, dass negative Reaktionen und Stimmungen innerhalb und auch außerhalb des Vereins verbreitet werden und der Vorstand die letzte Instanz ist, die von der Unzufriedenheit der Mitglieder erfährt, sind Kundenzufriedenheitsanalysen von großer Bedeutung, um die gegenwärtige Situation im Verein widerzuspiegeln und rechtzeitig wie auch präventiv eingreifen zu können (D´Alquen 1997).

Kundenzufriedenheitsanalyse

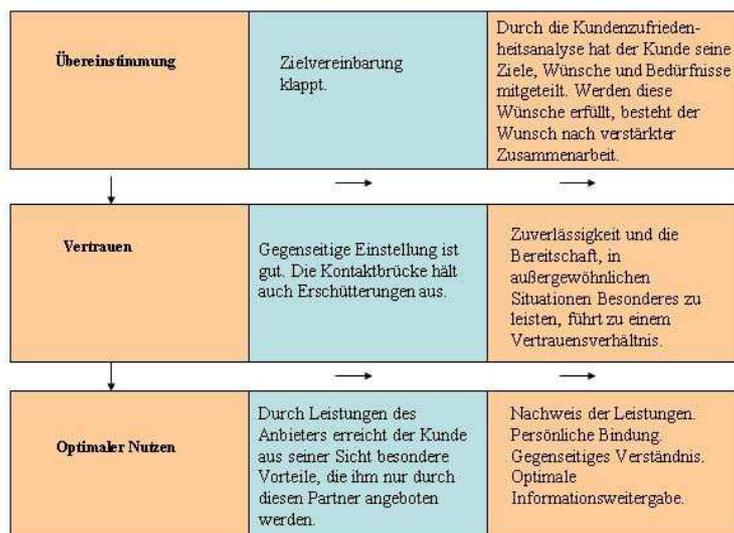


Abbildung 11 „Kundenzufriedenheitsanalyse“ (D´Alquen 1997, 24).

Durch eine intensive Kommunikation können die Vorstellungen des Kunden, in diesem Fall, dem Tennismitglied, mit den Leistungen des Unternehmens, hier dem Verein, klar abgespro-

chen werden. Dadurch können beide Parteien einen optimalen Nutzen aus der andauernden *Geschäftsbeziehung*⁶⁴ ziehen und eine Win-Win-Situation entsteht.

Die Notwendigkeit, Mitgliedswünsche möglichst zeitnah und effizient zu berücksichtigen, wird in Tennisvereinen noch häufig vernachlässigt.

3.1.2 Kundenbindung

Das Kundenbindungsmanagement gehört zu den vier idealtypischen Erscheinungsformen des Business-to-Business-Marketing (Plinke 1997). Während die Kunden in der Vergangenheit durch ein verhältnismäßig solides und beständiges Verhalten auffielen, zeichnen sich die Kunden von heute durch Individualität, Flexibilität, aber auch Instabilität und sehr hohen Erwartungen an die Qualität und das Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Diese Charakteristika führen zu einer gesteigerten Wechselbereitschaft und führen zu einer abnehmenden Bindung an Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen (Liebmann/Zentes 2001). Als Folge des vielfältigen Angebots und des intensiven Verdrängungswettbewerbs, ist es für ein Unternehmen zunehmend schwieriger und auch kostenaufwendiger, neue Kunden zu akquirieren. Daher gewinnt die dauerhafte Bindung vorhandener Kunden mit dem Ziel, sich durch eine differenzierte Kundenansprache von den Wettbewerbern abzugrenzen, dauerhafte Kundenbeziehungen herzustellen und somit das Risiko der Geschäftsstättensubstitution zu verringern, zunehmend an Bedeutung.

Nach Streichert „drückt Kundenbindung die unternehmensseitig angestrebte Zielsetzung aus, vorhandene Nachfrager zu einem weiteren Kauf aus dem unternehmensspezifischen Objektprogramm zu bewegen“ (Streichert 1995, 4). Kundenbindung resultiert somit aus der Kundenzufriedenheit und ist Voraussetzung für den Markterfolg eines Unternehmens. Das bedeutet für die Tennisvereine, dass sie ihr Angebot so gestalten müssen, dass sich die Mitglieder dauerhaft an den Club binden und ihn sowohl finanziell als auch zeitlich unterstützen. Wie Weis zu Recht bemerkt, hängt das Zufriedenstellen der Erwartungen, welche die Mitglieder an den Verein haben, dabei entscheidend „von der angebotenen Leistung und der Erwartung vor dem Kauf ab“ (Weis 2001, 32). In Bezug auf Tennis äußert sich die Zufriedenheit eines *Kunden* durch die dauerhafte Mitgliedschaft, die Voraussetzung für den Markterfolg eines Unternehmens, des Tennisclubs, ist.

Kundenbindung lässt sich nach Diller (1995) unter drei Gesichtspunkten analysieren:

- Bereitschaft des Kunden, sich an das Unternehmen zu binden.

⁶⁴ Dabei ist zu beachten, dass eine Mitgliedschaft in einem Verein weitaus mehr ist als eine reine Geschäftsbeziehung (s.o.).

- Absicht des Unternehmens, den Kunden mittels spezifischer Maßnahmen zum Zwecke der Stabilisierung der Beziehung an sich zu binden.
- Der sich entwickelnden Geschäftsbeziehung beider Parteien.

Für den Kunden gibt es verschiedene Gründe, sich an ein Unternehmen zu binden; Meyer/Oevermann unterscheiden dabei psychologische, situative, rechtliche, ökonomische und technologische Bindungsursachen (Meyer 1998). Nach Streichert ist es dabei wichtig, zwischen Kundenloyalität⁶⁵ und Kundenbindung zu unterscheiden. Er begründet dies damit, „...dass es nicht Ziel sein kann, „gebundene“ Kunden zu schaffen“, sondern „loyale“. „Loyale Kunden sind von dem Anbieter überzeugt, an das Unternehmen gebundene Kunden sind nicht unbedingt auch überzeugte Kunden“ (Streichert 1995, 4).

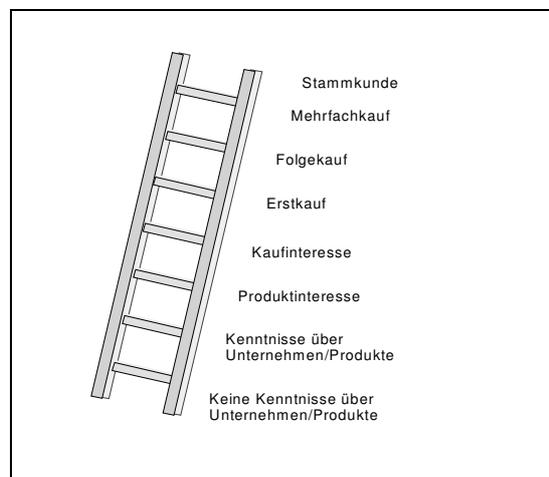


Abbildung 12 „Loyalitätsleiter“ (Streichert 1995, 7).

Wie bereits oben beschrieben, sollte daher das höchste Ziel der Loyalitätsleiter sein, den Kunden zum Stammkunden zu machen; das heißt, ihn dauerhaft an den Verein zu binden (Streichert 1995). In vielen Vereinen wird die Loyalität, die Vereinstreue, des Mitgliedes mit Urkunden und Ehrennadeln ausgezeichnet und dadurch weiter bestärkt. Aber auch durch Aktionen für Familien und Single oder durch finanzielle Konzepte werden die Mitglieder für ihre Treue belohnt.

3.1.3 Wirkungskette - von der Kundenzufriedenheit zur Kundenbindung

In Anlehnung an Homburg/Bruhn (1999) lässt sich für das Kundenverhalten im Tennis folgendes Phasenmodell entwickeln:

1. Phase: Erstkontakt

Das potentielle Mitglied hat das Bedürfnis sportlich aktiv zu sein und hat sich dafür entschieden einem Tennisverein beizutreten. Bezogen auf das TTM hat es folglich die Phase der Precontemplation hinter sich gelassen und ist zur Phase der Contemplation übergegangen; die aktive Ausübung des Tennissports wird vorbereitet. Für das

⁶⁵ Weinberg beschreibt Loyalität als „eine Verhaltensbereitschaft, eine Geschäftsbeziehung zu pflegen und ihr treu zu bleiben“ (Weinberg 1995, 49).

potentielle Mitglied ist diese Entscheidung aus Gründen der Unsicherheit, Spezifität etc. durch einen hohen Grad an persönlicher Bedeutsamkeit geprägt und wird dadurch zu einer High-Involvement-Angelegenheit. Entsprechend der kognitiven Lerntheorie löst dies eine Informationsaufnahme und -verarbeitungsprozesse aus, die eine wertende Gegenstandsbeurteilung zum Ergebnis haben. Durch das Zusammenwirken dieser kognitiven und affektiven Komponenten bildet sich die Einstellung zum Tennisverein heraus, welcher sich auf das Handeln auswirkt. Verläuft der Prozess positiv, folgt der Beitritt.

2. Phase: Kundenzufriedenheit

Im Anschluss an den Beitritt unterliegt der Verein einer ständigen Bewertung des neuen Mitglieds, d.h. die Ansprüche (*Soll-Wert*) werden mit der tatsächlichen Situation (*Ist-Wert*) verglichen. Werden die Erwartungen übertroffen und der Vergleich fällt positiv aus, entsteht Zufriedenheit, die für eine erfolgreiche Kundenbindung unabdingbar ist (Weinberg 1999; Homburg/Bruhn 1999). Wie zufrieden ein Mitglied mit seinem Verein ist, lässt sich in der Regel an der Dauer und dem Aktivitätsgrad der Mitgliedschaft sowie den eventuellen Ausstiegsgründen feststellen. Gemessen am Transtheoretischen Modell befindet sich das Mitglied zu diesem Zeitpunkt in der Phase der *Action*.

3. Phase: Kundenloyalität

Nun befindet sich das Mitglied in den Phasen der *Maintenance* und der *Termination*. Hier zeigt sich besonders, ob die Erwartungen (Stufen 1-4 des TTM) vom Verein unterstützt, aber für das Mitglied nicht überzeichnet wurden, ob es weiterhin tennisbegeistert ist. Generell kann man davon ausgehen, dass sich die erfreulichen Erfahrungen mit zunehmender Dauer einer erfolgreichen Mitgliedschaft häufen, wodurch sich eine positive Einstellung gegenüber dem Verein verstärkt und Vertrauen wächst. Ist eine gewisse Vertrauensbasis entstanden, zeigt sich diese dann z.B. in einem Verzicht auf Kontrolle oder in der Bereitschaft zu einem gewissen Risiko, was dementsprechend stabilisierende Auswirkungen auf den Verein hat und Harmonie verbreitet. Diller (1995) bezeichnet dieses Phänomen als *Echo-Effekt* des Vertrauens. Aufbauend auf das Vertrauen entsteht Loyalität gegenüber dem Verein und seinen Mitgliedern, welche sich u.a. durch Commitment (innere Verpflichtung) ausdrückt (Diller 1995).

4. Phase: Kundenbindung

Die Kundenbindung steht am Ende der Wirkungskette. Sie drückt sich in einer Verhaltensabsicht oder tatsächlichem Verhalten aus. Für den Tennisverein bedeutet dies, dass Mitgliederzufriedenheit als Gradmesser der Qualität von Kundenbindung angesehen wird: Ist das Mitglied mit dem Angebot des Vereins zufrieden, wird es sich dauerhaft an diesen binden und ihn weiterempfehlen. Da die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Phasen der verhaltenswissenschaftlichen Determinanten so enorm sind, ist eine exakte Bestimmung der Reihenfolge nicht möglich. Nach Diller scheint die Reihenfolge „Involvement, Commitment, Vertrauen, Kundenzufriedenheit“ sinnvoll (Diller 1995). In Anlehnung an Diller schlägt Eggert vor, die Kundenbindung nicht als Prozess, sondern als komplexes Merkmal des Mitglieds zu verstehen. Außerdem kommt er zu dem Ergebnis, dass langfristig nur eine Strategie erfolgreich sein kann, die darauf ausgerichtet ist, einen Zustand der Verbundenheit beim Mitglied zu schaffen (Eggert 2000).

3.1.4 Prinzipien der Kundenbindung

Im Folgenden werden die Prinzipien der Kundenbindung nach Homburg/Bruhn 1999 dargestellt:

- **Kundenbindung durch Information:** Grundvoraussetzung für eine intensive Kundenbindung ist die Nähe⁶⁶ zum Kunden. Dabei ist es zum einen von großer Bedeutung, dass der Vorstand über die Wünsche und Ansprüche seiner Mitglieder informiert ist, zum anderen fühlt sich ein informiertes Mitglied integriert und dadurch zufrieden. In der Literatur wird sogar vorgeschlagen, den Kunden Informationen über das Kundenbindungsmanagement zugänglich zu machen.
- **Kundenbindung durch Individualisierung:** Hier steht insbesondere das Einbeziehen sozialer Bedürfnisse des Mitgliedes wie menschliche Kontakte und Anerkennung im Vordergrund. Dies umfasst nicht nur das Berücksichtigen emotionaler Komponenten, sondern auch Flexibilität und einen vertrauensvollen Umgang mit dem Mitglied.
- **Kundenbindung durch Interaktion:** Die Interaktion ist als wechselseitiger Prozess zu verstehen, bei welcher das Mitglied die Möglichkeit einer eigenen Reaktionsmöglichkeit erhält.
- **Kundenbindung durch Integration:** Bezieht man das Mitglied in die Strukturen und Prozesse des Vereins mit ein, entsteht dadurch in der Regel eine Unternehmensverflechtung, die sich besonders nachhaltig auf die Stärkung der Kundenbindung auswirkt.
- **Kundenbindung durch Investition:** Prinzipiell sollte dem Tennisverein jedes Mitglied so wichtig sein, dass man sich darum bemüht, es dauerhaft an den Verein zu binden. Als hilfreich haben sich diesbezüglich Kundenportfolioanalysen erwiesen. Investitionstheoretische Überlegungen beinhalten dabei das größte Risiko, da das finanzielle Engagement am größten ist (Diller 1995). Aus betriebswirtschaftlicher Perspektive sollte jeder Eingriff des Vorstandes kurz- oder langfristig zu einem *finanziellen Erfolg*, zu einer hohen Mitgliederzahl, führen. Insbesondere bei einer hohen Marktdynamik wie sie seit einiger Zeit im Sportsektor herrscht, kommt es einerseits zu höheren Kundenanforderungen und andererseits zu einem stärkeren Wettbewerbsdruck sowie kürzeren Produktlebenszyklen (Dittrich 2000; Meffert 2000b). Folglich kann der Konkurrenzkampf auf Dauer nur schwer ausschließlich über Produkt und Preis erfolgen. Daher ist eine Unternehmensstrategie erforderlich, die darauf zielt, wichtige, wahrnehmbare und dauerhafte Wettbewerbsvorteile aufzubauen. Dabei dürfen kurzfristige Gewinne nicht unbeachtet bleiben (Meffert 2000b).

⁶⁶ *Kundennähe* wird oft als *Orientierung am Kunden* aufgefasst, die das Ziel einer schnelleren und effizienteren Ermittlung der Kundenbedürfnisse beinhaltet (Föhrenbach 1995, 4).

3.2 Modelle zur Bindung/Gewinnung von Tennisvereinsmitgliedern

Die Abbildung soll veranschaulichen, dass sich die heutige Marktsituation im Tennis verändert hat und das momentane Angebot größer ist als die Nachfrage.

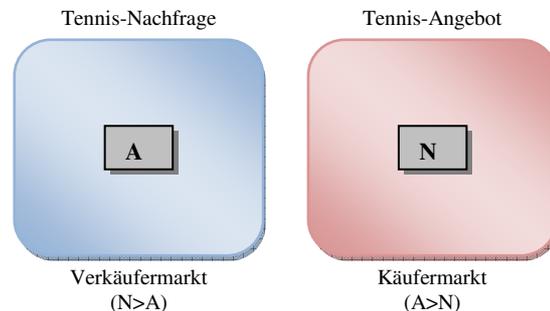


Abbildung 13 Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt im Tennis (nach Woll, 2001, 122).

Dadurch stellt sich automatisch die Frage nach Veränderungsmöglichkeiten zur Gewinnung neuer Mitglieder und somit nach der Bindung und Zufriedenheit festgelegter Zielgruppen.

„Kundenbindung drückt die unternehmensseitig angestrebte Zielsetzung aus, vorhandene Nachfragen zu einem weiteren Kauf aus dem unternehmensspezifischen Objektprogramm zu bewegen“ (Streichert, 1995, 5). Das bedeutet übertragen auf den Tennisverein, dass die Mitglieder die Bereitschaft zeigen müssen, aufgrund des Angebotes ihre Zeit und ihr Geld in den Verein zu investieren. Dazu müssen die Erwartungen der Mitglieder an den Verein definiert sein, um ihnen ein optimales Programm bieten zu können. Laut Weis (2001) ist die Kundenzufriedenheit von der Leistung des Angebots und den Erwartungen vor dem Kauf abhängig. Dabei ist zu beachten, dass es für den Verein wesentlich kostengünstiger ist Mitglieder zu binden als neue Mitglieder zu gewinnen. Doch was sind eigentlich die genauen Ursachen für dieses zurückgehende Interesse an den klassischen Sportarten? Welche Veränderungen gab es im Sportbereich? Um die Mitglieder langfristig an den Verein zu binden, müssen zuerst einmal die Veränderungen im Sport, sowie die Faktoren, welche die Mitgliedschaft in einem Verein beeinflussen genauer überprüft werden. Dabei sollten nicht nur die sportlichen bzw. tennisspezifischen Fähigkeiten im Vordergrund der potentiellen Mitglieder stehen, sondern auch sozio-demographische Faktoren, wie z.B. Alter, Geschlecht, Familienstand und Anzahl der Kinder, da diese Aufschluss auf mögliche Interessen und Maßnahmen geben. Im Folgenden werden nun einige Strategien genauer vorgestellt, die zur Attraktivitätssteigerung des Tennissports beitragen sollen.

3.2.1 Tennis in der Schule

Da zwischen dem fachlich-pädagogisch Sinnvollen, dem bildungspolitisch Machbaren eine enorme Diskrepanz herrscht, die verhindert, dass Kinder in der Schule ausreichend viel Bewegung erhalten, sollte das Ziel des Sportunterrichts auch darin liegen, die wenige Zeit, die

dem Sportlehrer zur Verfügung steht, effektiv zu nutzen, indem den Kindern Grundlagen für Sportarten vermittelt werden, die sie auch nach der Schule in ihrer Freizeit ausüben können. Tennis ist so eine Sportart.

Während Rückschlagspiele in der Schule noch vor gut 15 Jahren bestenfalls in Form einer Sport-AG stattfanden und hauptsächlich fortgeschrittene Tennisspieler ansprachen, die bereits Mitglied eines Vereins waren, konnte man in den vergangenen Jahren große Fortschritte in diesem Bereich feststellen, die vor allem auf die Kooperation von Vereinen und Schulen zurückzuführen sind⁶⁷. Da die Schule die einzige Institution ist, die alle Kinder ansprechen kann, trägt sie einen großen Teil der Verantwortung, Kindern das Sporttreiben oder zumindest die Freude an Bewegung schmackhaft zu machen. Die Kooperation zwischen Schule und Verein ist somit von großer Bedeutung; hier lassen sich die Mitglieder von morgen in den Schulen von heute finden. Die schnelle Erlernbarkeit der Spiele, der hohe Aufforderungscharakter, die Chance zum Miteinander- und Gegeneinanderspielen, die vielen Variationsmöglichkeiten und die relativ leichte Organisierbarkeit, machen Tennis zu einer *idealen Schulsportart* (DBV 1991, 1). Im Hinblick auf den sozialen Aspekt besteht die Chance, verschiedene soziale Gruppen im Sportunterricht zu integrieren, da Tennis von sehr vielen Menschen gespielt werden kann. Die organisatorischen Bedingungen und die materiellen Anschaffungen sind relativ einfach zu realisieren, wenn man auf wenig Raum und günstige Alternativgeräte zurückgreift. Auch die Möglichkeit, dass die Schüler ihre erworbenen Kompetenzen mit in ihre Freizeit hinaustragen, macht Tennis als Unterrichtsthema reiz- und sinnvoll. In der Schule kann der Tennistrainer der Rückläufigkeit im Tennis direkt entgegenwirken und den Kindern den Tennissport in der Schule schmackhaft machen. Aber auch die Sportlehrer an sich können den Kindern den Tennissport näher bringen. So steht im Rahmenplan für Grundschulen in Hessen z.B. die Einführung in die Rückschlagspiele auf dem Programm und kann an den weiterführenden Schulen relativ problemlos ausgebaut werden. Auf diese Weise kommen auch Kinder zum Tennissport, die ansonsten nie Kontakt zum Tennis aufgenommen hätten. Außerdem können die Kinder nicht nur mit Gleichaltrigen sondern auch mit ihren Eltern Tennis spielen und ihnen zugleich demonstrieren, was sie bisher gelernt haben. Außerdem: „Beim Tennis hat man den großen Vorteil, dass man diesen Sport bis ins hohe Alter ausüben kann, sodass sich langjährige Freundschaften ergeben können. Gemeinsame sportliche Betätigung und die sich hieraus ergebene Geselligkeit sind ja gerade für ältere Menschen besonders wichtig, um der Vereinsamung vorzubeugen“ (Graf 2000). Aber auch der gesellige und unterhalt-

⁶⁷ Der HTV bietet Schulen z.B. die Möglichkeit sich Kleinfeldmaterialien auszuleihen, um Tennisunterrichtseinheiten durchzuführen. Vereinstrainer gehen in Schulen, um die Sportlehrer zu unterstützen; dadurch ergeben sich oft neue Interessenten für den Tennisverein.

same Part des Tennissports, bei welchem man vom Alltagsstress abschalten kann, ist enorm. So ist es für Menschen, die oft zu gehemmt sind, um andere Menschen anzusprechen, von Vorteil einem Club anzugehören; dort trifft man Menschen, mit denselben Interessen und kommt oft sogar zufällig ins Gespräch. All diese Punkte sprechen dafür, dass sich Vereine und Schulen zusammenschließen sollten und Tennis zu einem festen Bestandteil im Lehrplan des Sportunterrichts an Schulen wird. Während das Training im Verein in der Regel mit ca. 4-6 Kindern durchgeführt wird, nehmen in der Schule oft über 20 Kinder am Schulsport teil. Daher kann man sein Training also nicht so ausrichten, dass man jedem Kind eine intensive Betreuung zukommen lässt. Wichtig ist, dass möglichst viele Kinder gleichzeitig beschäftigt sind, bzw. nicht allzu lange Pausen entstehen. So kann man die Kinder, die gerade nicht auf dem Feld spielen, beispielsweise mit Koordinationsaufgaben beauftragen, die am Spielfeldrand ausgeführt werden können. Der Platzmangel, der in vielen Hallen herrscht, kann meistens nicht völlig vermieden werden; allerdings können die Hallenkapazitäten durch die Kleinfeldern optimal ausgenutzt werden, so dass die Kinder in der Sportstunde so viele Ballkontakte wie möglich haben.

Das 10-Stunden-Kinderprogramm des Hessischen Tennisverbandes (1996) soll Kinder an das Tennisspiel heranzuführen. Das Konzept vereint Tennis, Spaß und Spiel und enthält Beispiele für Übungsspiele. Dabei ist jede Stunde in drei Teile unterteilt: Eingewöhnen, Lernen und Spielen, die in der Summe der genannten Inhalte zeitlich gewichtet werden. Dabei ist es natürlich möglich, die einzelnen Inhalte auszutauschen oder zu variieren. Während die Kinder im ersten Part der Stunde an eine neue *Situation* herangeführt werden, erlernen sie im Mittelteil der Stunde eine neue Technik und dürfen diese dann im letzten Teil der Stunde im Spiel umsetzen. Für den HTV ist es wichtig, dass die Aufgabenstellungen motivierend sind und beim Schüler selbst beim Scheitern einer gestellten Aufgabe, getreu dem Motto: *Der Weg ist das Ziel*, keine Frustration zulassen. Denn selbst das größte Talent wird sich vom Tennissport verabschieden, wenn es beim Ausüben des Sports keine Freude verspürt.

Auch der DTB fördert mit seinen Landesverbänden den Tennissport in den Schulen mit enormem organisatorischem und finanziellem Aufwand, wodurch die Kooperation zwischen den Schulen und Tennisvereinen unterstützt wird. Dazu zählen z.B. Informationsmaterialien, spezielle Schultennissets sowie verschiedene Aktionen, die im Folgenden dargestellt werden:

Tabelle 21 Aktionen des Deutschen Tennis Bundes.

Informationsmaterial	Die Broschüre „Kooperation Schule-Verein“ Der Schultennisreport
Lehrerfortbildung	In allen Bundesländern gibt es die Möglichkeit sich als Lehrer im Bereich Tennis fortzubilden. Diese Fortbildungen werden gemeinsam von den Kultusministerien und den Landesverbänden organisiert. Das breitgefächerte Angebot enthält mehrstündige

	Ausbildungen, aber auch mehrtägige Fortbildungen, welche zur C-Trainer-Lizenz für Sportlehrkräfte ausgebaut werden können.
Jugend trainiert für Olympia	Neben den anderen Sportarten, Badminton, Beachvolleyball, Basketball, Fußball, Geräteturnen, Handball, Hockey, Judo, Leichtathletik, Rudern, Schwimmen, Skilanglauf, Tischtennis und Volleyball ist auch Tennis bei dieser Veranstaltung vertreten. An diesem Wettkampf können sich weibliche und männliche Tennisschulmannschaften auf unterschiedlichen Wettkampfebenen für das alljährliche Bundesfinale in Berlin qualifizieren.
Kindertennis-Sportabzeichen	In Anlehnung an das DTB-Sportabzeichen hat das Referat Schultennis im DTB ein <i>Kindertennis-Sportabzeichen</i> entwickelt, in das Kinder ihr Können durch kindgerechte Übungen erproben können. Das Sportabzeichen, bei dem sieben vielfältig angelegte Aufgaben zu bewältigen sind, ist für Vereine und Schulen geeignet.
Hit for Kids	Diese Aktion wurde im Rahmen der DTB-Initiative <i>Tennis 2000</i> speziell für die Zielgruppe der 6- bis 14-jährigen erstellt. Dabei wird das Kleinfeld durch verschiedene Aufgaben vorgestellt, so z.B. das <i>Abenteuerland Tennis</i> mit dem Erlebnisparcours und der Bewegungsgeschichte, der Tennistriathlon, der <i>Kid's Cup</i> sowie das Kindertennissportabzeichen, welches als Anfängertest für die Schule und den Verein verwendet werden kann. Zudem gibt es noch Malbögen, Aufkleber und Ankündigungsplakate, welche die Motivation für den Tennissport fördern sollen.
Go Tennis	In Zusammenarbeit mit der Walt Disney Company hat der DTB das Kooperationsprojekt <i>Go Tennis</i> entwickelt, welches 2000 und 2001 mit der Firma Wilson, seit 2002 mit der Firma Völkl im Rahmen der Camp Tour durchgeführt wird. Pate dieses Projekts ist Tommy Haas. Mit diesem dreiphasigen Programm soll den Kindern Spaß durch den Sport vermittelt werden; während es sich im ersten Teil des Aktionstages in der Schule um allgemeine Bewegungserfahrungen handelt, folgen am Nachmittag im Verein erste tennisspezifische Erfahrungen. Der dritte Teil beinhaltet das <i>Starterprogramm</i> , das im anschließenden Winterhalbjahr vom Vereinstrainer und dem Sportlehrer der beteiligten Grundschule gemeinsam durchgeführt wird und den Schülern die Möglichkeit bietet, sich etwas ausgiebiger mit dem Tennissport auseinanderzusetzen. Am Ende dieses Abschnitts können tennissinteressierte Kinder zu einem vergünstigten Tarif in den Tennisverein eintreten.

Dass der Weg über die Schule erfolgreich ist, sieht man auch in anderen Ländern, wie z.B. Schweden oder aber England. Dort forcieren die Schulen eine enge Zusammenarbeit zwischen den lokalen Vereinen und den örtlichen Institutionen, um sowohl die Möglichkeiten für ein gutes Training zu maximieren als auch das Potential der jungen Tennisspieler völlig auszuschöpfen. In England gibt es den Schultennisplan der *Lawn Tennis Association*, die eine Mappe erstellt hat, die in vier verschiedene Bereiche unterteilt ist und insbesondere für SportlehrerInnen, die keine tennisspezifische Ausbildung genossen haben, hilfreich für den Sportunterricht ist:

- Koordination und Bewegung (Co-ordination and Movement)
- Aufwärmen (Warm-up)
- Schläger- und Ballfertigkeiten (Raket and Ball Skills)
- Spiele und Wettkampfformen (Games and Competitions)

3.2.2 Konzeption des Deutschen Tennis Bundes zur erfolgreichen Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung

In Zusammenarbeit mit Rucker/Gieß-Stüber hat der DTB eine Konzeption entwickelt, „um die Vereine in ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen und ihnen eine konkrete Hilfestellung auf

dem Weg zu einer erfolgreichen Mitgliederwerbung und Mitgliederbindung anzubieten“ (DTB 2006). Im Internet können Tennisvereine kostenlos eine individuelle Situationsanalyse ihres Vereins durchführen, die umgehend online ausgewertet wird. Zudem erhält der Verein eine Aufstellung der vereinsinternen Entwicklung der letzten fünf Jahre sowie eine Darstellung des Vereins im bundesweiten Vergleich. In einem ersten Schritt der Situationsanalyse werden die detaillierten Mitgliederdaten erfasst⁶⁸. Danach werden mögliche Problembereiche des Clubs durchleuchtet (z.B. Hat Ihr Verein ein Marketingkonzept? Haben Sie die anfallenden Aufgaben in Ihrem Verein klar strukturiert und jeweils bestimmten Personen zugeordnet?). Im Anschluss daran, soll eine Mitgliederbefragung in dem jeweiligen Verein stattfinden, um die möglichen Ursachen für die Schwächen des Vereins aufzudecken. Dabei sollen auch die ausgetretenen Mitglieder in die Befragung miteinbezogen werden. Als nächstes soll eine Umfeldanalyse gemacht werden, um die sozial-räumlichen Merkmale sowie die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen mit in den Planungsprozess zu integrieren. Eine abschließende Marktanalyse, soll das Angebot und die Nachfrage in der Umgebung des Vereins erheben. Basierend auf der aktuellen Bestandsaufnahme sollen nun kurzfristige, aber auch langfristige Ziele formuliert werden, so z.B. „Gewinnung von x neuen Mitgliedern in den nächsten y Jahren⁶⁹“. Als nächstes folgt die Strategieerstellung, mit welcher die genannten Ziele erreicht werden sollen (z.B. „gezielte Ansprache junger Erwachsener“ oder „Steigerung der Attraktivität der Anlage“). Danach wird festgelegt, welche Aufgaben, wie durchgeführt werden können. Nachdem die Aufgaben verteilt sind, soll auch gleich die Umsetzung der Maßnahmen erfolgen und bestimmt werden, wer wann für welche Aufgaben verantwortlich ist. So kann der Trainer z.B. spezielle Schnupperkurse für Erwachsene am Wochenende anbieten. Abschließend soll eine Kontrolle des Erfolges stattfinden, wobei hierbei differenziert wird, zwischen einer Parallelkontrolle, die fortlaufend durchgeführt werden soll und einer Endkontrolle, die aus einem Vergleich der gesetzten mit den erreichten Zielen besteht, sowie eine Ursachenforschung für die unerreichten Ziele beinhalten soll. Ergänzend hierzu gibt es eine CD-Rom, mit welcher man die Problemfelder eines Vereins herauskristallisieren kann. Sie enthält außerdem „konkrete und praxisnahe Hinweise zur Mitgliederwerbung und -bindung, sowie Hilfestellungen zur Umsetzung und zur Kontrolle“, welche basierend auf den Informationen über den Verein gegeben werden, sowie eine Literaturliste zur intensiveren Auseinandersetzung mit dem Thema (Gieß-Stüber/Rücker 2000).

⁶⁸ Anzahl der weiblichen und der männlichen Minis bis hin zu den weiblichen und männlichen SeniorenInnen; Anzahl der gemeldeten Teams für die Medenrunde sowie die Fluktuation der Mitglieder.

⁶⁹ DTB Homepage, 02.01.2006.

3.2.3 Pilotprojekt Tennis 2000+

Laut Tennisnews 05/2001 sank die Zahl der Mitglieder des Österreichischen Tennisverbandes (ÖTV) von 1996 bis 2000 deutlich. Daher entschloss sich der Vorarlberger Tennisverband zu handeln und entwickelte in Kooperation mit dem Institut für Sportwissenschaften in Salzburg das Pilotprojekt *Tennisclub 2000+*. Dieses wurde an drei Traditionsclubs überprüft.

Die 4-stufige Strategie zur Verbesserung der Attraktivität eines Tennisclubs beginnt mit der Situationsanalyse, d.h., dass die Statistiken der letzten fünf Jahre genau betrachtet und analysiert werden. Im Anschluss daran wird ein charakteristisches Clubprofil entwickelt, das u.a. von den regionalen Bedingungen abhängig ist. Im dritten Schritt wird die Auswahl der Maßnahmen getroffen, die zur Steigerung der Qualität des Tennisclubs beitragen sollen. Der vierte Punkt ist die Realisierung der Maßnahmen. Eine jährliche Überprüfung (Situationsanalyse) hilft dabei, den Club optimal zu führen. Wird festgestellt, dass Veränderungen nötig sind, um die Attraktivität des Vereins zu halten oder sogar zu steigern, kann man diese zeitnah einsetzen. Für die Erstellung des Clubprofils ist es nötig, sich zu überlegen, was der Tennisverein verkörpern soll. So hat ein Familienclub seine Prioritäten an völlig anderen Stellen zu setzen als ein leistungsorientierter Club, der sich hauptsächlich mit der Förderung leistungsstarker Kinder und Jugendlicher beschäftigt. Hat man sich für eine bestimmte Kategorie entschieden, folgen die untergeordneten Ziele, die sich aus dieser Kategorie ergeben, automatisch und so geht es nun darum, diese durch verschiedene Aktivitäten in die Tat umzusetzen. „Diese Initiativen sind einerseits auf die verschiedenen Zielgruppen innerhalb des Vereins (Kinder, Schüler, Erwachsene, Familien, Senioren) und andererseits auf die unterschiedlichen Motive, Mitglied im Tennisclub sein zu wollen oder zu werden (Spaß, sportliche Betätigung, Kontakte, Fitness, Wettkampf, etc.) abzustimmen“ (Benko, Hörl und Müller 2001, 116). Maßnahmen, die zur Mitgliedergewinnung beitragen, sind insbesondere Werbemaßnahmen wie z.B. lokale Presseberichte, Gutscheinehefte oder auch Veranstaltungen, wie der *Tag der offenen Tür*. Da Mitgliedergewinnung sehr viel kostspieliger ist als die Mitgliederbindung sollte man dieser noch mehr Beachtung schenken und die *eigenen* Mitglieder durch Aktionen wie z.B. Sommertenniscamps für Kinder oder Grillabende für Erwachsene an den Club binden. Dabei lassen sich die verschiedenen Initiativen auf die einzelnen Bereiche unterteilen:

Tabelle 22 Aktionen, aufgeteilt in verschiedene Kategorien.

Vorschulkinder	<i>Kinderland</i> (Club im Club), Mutter-Vater-Kind-Tennis etc.
Grundschul Kinder	FunCamps, Schulsport im Tennisclub, kindgemäße Infrastruktur etc.
Jugendliche (12-18 J.)	Tenniscamps im Ausland/Inland, Fitnessabende, Tennis in Kombination mit Englisch, Fußball, Computer etc., Jugendliche zu Trainern/Jugendreferenten ausbilden, Fun-CampOlympiade, Turniere, Partys, etc.
Familien	Familiennentnissage, Familienbeiträge etc.

Erwachsene	Schnuppertraining, Partnerbörse, Fitnessabende, Juxturniere, Spezialtraining, Senioren-Spezialprogramm etc.
Gesellschaftliche Veranstaltungen	<i>Veranstaltungen mit Tenniswettbewerben</i> Kombinationswettbewerbe Tennis/Schach, Tennis/Ski, Besuch von ATP/WTA-Turnieren, etc. <i>Veranstaltungen ohne Tenniswettbewerbe</i> Mountainbiketouren, <i>Dorfolympiade</i> , Grillabende etc.
Rahmenbedingungen	Mitgliedsbeiträge, Wochenendtarife, Platzreservierungen über das Internet, Informationssysteme (Homepage, clubeigene Zeitung, Jahreskalender etc.)

Alle, in dem vorgestellten Projekt ergriffenen Maßnahmen stellten sich als umsetzbar und wirkungsvoll heraus und so fand das Projekt bei den Clubs sehr positiven Anklang. Trotz der äußerst positiven Rückmeldung stagnierten oder sanken die Mitgliederzahlen allerdings, da zum Teil mehr Mitglieder den Club verließen als ihm beitraten. Dies zeigt, wie wichtig es heutzutage ist, sich intensiv um eine gute Vermarktung seines Clubs zu bemühen und mit viel Engagement an der Mitgliederbindung zu arbeiten.

3.2.4 Beispiel eines Erfolgsmodells: Verein Djursholm (Schweden)

Innerhalb von vier Jahren hat sich der schwedische Tennisverein Djursholm enorm entwickelt. Dies lässt sich vor allem an der gestiegenen Mitgliederzahl, der in dieser Zeit von 1200 auf 1900 Mitglieder gewachsen ist, feststellen. Ein weiterer Aspekt, welcher dem Verein den Erfolg bestätigt, ist die Zahl der Kinder und Jugendlichen (700), die dem Verein beigetreten sind, plus die Anzahl der 250 Jugendlichen, die auf der Warteliste auf ihren Eintritt warten. Dass Djursholm sich zum zweitgrößten Tennisclub Schwedens avanciert hat, liegt hauptsächlich an der produktiven Vereinsarbeit sowie an der für den Club arbeitenden Tennisschule, die von Stefan Malmqvist geleitet wird. Um einen Tennisclub erfolgreich zu führen, muss man sich über seine Ziele im Klaren sein. Djursholm hat für sich die drei Bereiche Tennis, Gesundheitspflege und soziale Bedürfnisse festgelegt und so stehen folgende Punkte auf der Prioritätenliste dieses Tennisvereins:

1. Hohes Niveau der Tennisschule mit hochqualifizierten Fachkräften.
2. Guter Standard der wirtschaftlichen Situation des Clubs aufgrund von professioneller Organisation und Führung dessen.
3. Ausreichende Motivation der Breitensportler.

Djursholm bemüht sich diese Punkte einzuhalten und so ist es dem *Vorstand* durch die Unterstützung der Vereinsmitglieder gelungen ein Klima zu schaffen, in welchem sich die Menschen physisch, psychisch, sozial und kulturell positiv weiterentwickeln können (Tennisport 3/2001). Zudem gibt es ein attraktives Angebot sowohl für Spitzen- als auch für Freizeitspieler. Dazu zählen unter anderem Teamspiele für die Senioren, die Matchtrainingsschule und das clubeigene Tennissommercamp für die 3-20jährigen. Durch diese Angebote wird das

Gemeinschaftsgefühl gestärkt, woraus folgt, dass man sich gegenseitig und damit den Verein unterstützt. Da in Schweden der Erfolg von Vereinen an der Anzahl der Jugendlichen auf der Landesrangliste gemessen wird, liegt der Schwerpunkt für den Verein, wie für viele andere schwedische Vereine auch, im Jugendbereich. Es wird versucht den Kindern ein Umfeld zu bieten, in welchem sie sich geborgen fühlen und Spaß an verschiedenen Aktivitäten, welche in dem ganzheitlichen Konzept des Clubs untergebracht sind, haben. Der Faktor *Spaß* ist die Grundvoraussetzung für eine langfristige Bindung. Jemand, der Spaß an einer Aktivität hat, ist *erfolgreich* und bleibt dieser Aktivität treu. Um besser auf die individuellen Bedürfnisse der Kinder und Jugendlichen eingehen zu können, hat man in Djursholm vier verschiedene Bereiche eingerichtet: Tenniskindergarten für 3-6jährige (170 Kinder), Mini-Tennis für 7-8jährige (130 Kinder), Tennisschule mit 8-20jährigen (360 Kinder) und Leistungstennis mit 8-18jährigen (40 Kinder). Zu Saisonbeginn wird für jede Spielklasse ein Jahresplan erarbeitet, um das Training möglichst auf die einzelnen Bedürfnisse der Kinder abzustimmen ohne das Ganzheitskonzept zu verlieren. Um die Trainingsbedingungen zu verbessern, erhalten die Trainer von den Schülern zweimal pro Jahr eine Rückmeldung über positive und negative Aspekte des Tennistrainings. Diese Maßnahme trägt, wie auch die wöchentlichen Zusammenreffen und Fortbildungen der Trainer dazu bei, dass ein offener Dialog zwischen den Trainern untereinander, aber auch mit den Schülern entsteht, was dann zur Optimierung des Trainings führt. Dass die Tennisschule ihre Arbeit öffentlich macht und der Vorstand jede Menge Informationen über die clubeigene Tenniszeitung an seine Mitglieder weiterleitet, ist ebenso wesentlicher Bestandteil für den Erfolg von Djursholm wie das enorme Engagement, mit welchem in diesem Tennisclub gearbeitet wird.

3.2.5 Aufstellung weiterer Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung des Tennissports

Tabelle 23 Weitere Aktivitäten des Deutschen Tennis Bundes.

Deutsche NewTennis Bewegung ⁷⁰	Straßentennis ist schnell erlernbar, variabel und ortsunabhängig. Es kann überall gespielt werden wie z.B. an Bolzplätzen, Wiesen, Hinterhöfen und ungenutzten Parkplätzen. Durch ein freies Regelwerk kann es jederzeit den örtlichen Gegebenheiten angepasst werden.
SWEETSPOT – Die Tennisinitiative ⁷¹	Im Mai 2005 wurde auf Initiative des Verbandes Deutscher Sportfachhandel e.V. (vds) SWEETSPOT gegründet. Diese Maßnahme soll Tennis in Deutschland wieder attraktiv machen. An diesem Event sollen möglichst viele Tennisvereine teilnehmen, indem sie ihre Anlagen an zwei Tagen für Mitglieder und Nichtmitglieder, d.h. für jung und alt, Anfänger oder Profi, männlich oder weiblich, verheiratet oder ledig, öffnen. Durch die gesellige Atmosphäre, die im Vordergrund steht, bekommt man die Chance neue Tennispartner zu finden.
Nachwuchsförderung DaimlerChrysler, DTB	Der DTB hat zusammen mit Boris Becker und Mercedes-Benz 1997 eine umfangreiche Kooperation im Bereich Nachwuchs- und Spitzensportförderung begonnen.

⁷⁰ <http://www.newtennis.de>; Broschüre Deutsche NewTennis Bewegung 2005.

⁷¹ Nähere Informationen: <http://www.sweetspot-tennis.de/Sweetspot/sweetspot.php>.

und Boris Becker	Ziel des Mercedes Junior Teams ist es, stabile, motivierte Spieler herauszubilden, die sich im Proficircus durchsetzen können und nicht, wie in der Vergangenheit beim Übergang vom Junioren- zum Profitennis aussteigen. Da sich Spieler, wie Trainer, ständig an den Zielvorgaben messen lassen müssen und kein Anspruch auf eine dauerhafte Förderung besteht, können auch sehr junge Spieler jederzeit im Team aufgenommen werden.
DTB-TEXX⁷²	Der deutsche Tennisindex wurde gegründet, um besonders im Breitensport ein einheitliches Bewertungssystem zu schaffen, das die individuellen Spielstärken einzelner Spieler vergleichbarer macht und den Spielern somit die Möglichkeit bietet, relativ gleichstarke Spielpartner zu finden. Die Idee des DTB-TEXX ist angelehnt an die ITN ⁷³ , die bereits vor einigen Jahren von der ITF, eingeführt wurde und mittlerweile in 95 Ländern der Welt Anwendung findet. Um den Erfolg von DTB-TEXX zu festigen und zu steigern, ist es wichtig, das System bekannt zu machen, um genügend Spielbegegnungen zu garantieren. ⁷⁴

3.3 Zusammenfassung

Nachdem im zweiten Kapitel primär der Motivationsprozess der einzelnen Personen untersucht wurde, stand im dritten Kapitel die Perspektive der Vereine im Mittelpunkt. Seit 1896 messen sich Sportler bei den neuzeitlichen Olympischen Spielen und werden dabei von Zuschauern und Fans umringt. Auch in der heutigen Zeit nimmt Sport einen gewaltigen Stellenwert in der Gesellschaft ein. Da der Trend heute allerdings zu mitgliedschaftsfreiem Sport führt, müssen sich die Tennisvereine mit Marketingmethoden vertraut machen und sich den Ansprüchen der Gesellschaft anpassen, um langfristig erfolgreich zu sein. Um erfolgreich zu sein, werden Tennisvereine heute oft als *Unternehmen* geführt, dessen zentrale Aufgabe die Kundenbindung und die Kundenzufriedenheit ist. Dabei sollte der Hauptaspekt, nämlich das Tennisspielen im Verein, nicht zu kurz kommen. Ist das Mitglied zufrieden, wird es sich dauerhaft an den Tennisverein binden. Daher ist es zunächst einmal wichtig die Bedingungen, die zur Zufriedenheit des Mitglieds führen, herauszufinden, diese dann mit dem Ist-Zustand des Tennisclubs zu vergleichen und nach Möglichkeit anzupassen. Wichtige Faktoren für eine dauerhafte Bindung von Mitgliedern sind Solidarität und Loyalität. Kann sich ein Tennisspieler mit seinem Club identifizieren, fühlt er sich integriert und trägt dem Verein nicht nur finanziell durch seine Beitragszahlungen bei, ist die Wahrscheinlichkeit für eine bestehende Mitgliedschaft recht hoch. Während nur ca. 5% aller Vereine durch bezahlte Angestellte oder Funktionäre verwaltet werden, engagieren sich die restlichen 95% ehrenamtlich. Eine fehlende Identifikation mit dem Verein kann

1. auf die starke Zunahme der Sportarten

⁷² Nähere Informationen: https://www.dtb-texx.de/index_texx.do.

⁷³ Die ITN (International Tennis Number) gibt das Leistungslevel eines Tennisspielers an, wobei ITN 1 für WTA/ATP Spieler steht und ITN 10 für Anfänger im Tennissport. Es ist geplant und wird erhofft, dass eines Tages jeder Tennisspieler auf der ganzen Welt eine solche Nummer erhält. Nähere Informationen: <http://www.itftennis.com/itn/news/newsarticle.asp?id=11978>.

⁷⁴ Momentan arbeitet sogar die Präsidentin des Rollstuhltennis-Verbandes an einer Übertragung des Systems auf das Rollstuhltennis.

2. auf die Zunahme der Großvereine oder auch
3. auf den erleichterten Zugang zur Vereinsmitgliedschaft zurückgeführt werden.

Zu beachten ist, dass unzufriedene Mitglieder nicht zwangsläufig aus dem Verein austreten und die Chance besteht, sie zu zufriedenen Mitgliedern zu machen. Voraussetzung dafür ist, dass man den individuellen Handlungsbedarf erkennt. Grundsätzlich gilt, dass Aktionen und Konzepte zur Mitgliederbindung und/ oder –gewinnung leicht zu realisieren, kostengünstig und vor allem nachvollziehbar sein sollen, damit sich der Tennisverein mit der Initiative identifizieren kann und auch wirklich in die Tat umgesetzt wird.

4 Konzeption und Datenerhebung der Untersuchung

4.1 Untersuchungsziel

Die Erwartungen von Tennisspielern an einen Verein und das Angebot des Vereins bei der Kundenbindung im Tennissport spielt eine entscheidende Rolle. Zur Überprüfung des integrativen Modells zur Erklärung der Einflussfaktoren von Bindung an den Tennisverein sollten deshalb Personen im Erwachsenenalter, die ihre Tennisaktivität im Verein aufrechterhalten haben, und Personen, die aus dem Verein ausgestiegen sind, im Hinblick auf die im Modell vorgestellten Einflussfaktoren untersucht werden. Es sollte dabei analysiert werden, in welchen Merkmalen sich die Aussteiger und die Mitglieder unterscheiden. Die Anzahl der Austritte und die zunehmende Tennismüdigkeit deuten auf eine Diskrepanz zwischen den Wünschen der Mitglieder und deren Berücksichtigung im Verein hin. Die Mitglieder- bzw. Aussteigerbefragung wurde daher durch eine Befragung der Funktionäre der beteiligten Vereine ergänzt, um festzustellen, ob sich die Meinungen der Sportfunktionäre mit der der Tennisspieler decken. Folgende zentrale Fragestellungen⁷⁵ gilt es daher zu beantworten:

1. Gibt es signifikante Unterschiede zwischen Aussteigern⁷⁶ und Mitgliedern⁷⁷ von Tennisvereinen hinsichtlich interner und externer Kriterien, die die Mitgliedschaft beeinflussen?
2. Welche Bereiche sind aus Sicht der Sportfunktionäre bzw. der Tennisspieler für eine langjährige Mitgliedschaft bedeutsam?

Frage I wird mit Hilfe überprüfender Statistiken auf den Grund gegangen, es werden Hypothesentests auf Unterschiedlichkeit in den Antworten von Mitgliedern und Aussteigern des Tennissportes durchgeführt; getestet wird im Hinblick auf einen signifikanten Unterschied in dem Fragebogenantwortverhalten.

Frage II wird ebenfalls mit Hilfe überprüfender Statistiken beantwortet. Hypothesentests sollen Auskunft auf Unterschiedlichkeit in den Antworten von Tennisspielern und Sportfunktionären geben.

4.2 Hypothesen

Um Frage I zu beantworten, wurden folgende Alternativhypothesen aufgestellt:

⁷⁵ Ähnliche Fragen wurden von Rücker (1998-2001) in Zusammenarbeit mit dem DTB erforscht. Daraufhin wurde ein Konzept erarbeitet, welches den Vereinen in ihrer täglichen Arbeit Unterstützung bieten und ihnen konkrete Hilfestellungen auf dem Weg zu einer erfolgreichen Mitgliederarbeit anbieten soll. Es ist interessant herauszufinden, ob sich die Vereine, die dieses Konzept übernommen haben, in eine positive Richtung entwickelt haben.

⁷⁶ Definition **Aussteiger** in dieser Studie: Ein Tennisspieler, der Mitglied in einem Tennisverein war und aus diesem ausgetreten ist; darunter zählen sowohl Tennisspieler, die dem Tennissport den Rücken gekehrt haben, als auch jene, die einem anderen Verein beigetreten sind.

⁷⁷ Definition **Mitglieder** in dieser Studie: Ein Tennisspieler, der zum Zeitpunkt der Befragung Mitglied eines Tennisvereins ist; dabei wurde kein Unterschied zwischen einem *passiv* gemeldeten und einem *aktiv* gemeldeten Mitglied gemacht.

Tabelle 24 Alternativhypothesen bezüglich der Aussteiger und Dabeibleiber.

<p>1. Es gibt Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern bei der Bewertung der ökonomischen und strukturellen Faktoren im Verein in Bezug auf folgende Punkte:</p> <p>1.1 Bewertung der Tennisanlage 1.1.1 Lage des Tennisclubs 1.1.2 Parkmöglichkeiten 1.1.3 Anzahl und Zustand der Plätze 1.1.4 Zustand der sanitären Anlagen und der Umkleidekabinen 1.1.5 Gastronomie</p> <p>1.2 Höhe des Jahresbeitrags</p> <p>1.3 Engagement des Vorstandes 1.3.1 Vorstandsarbeit im Erwachsenenbereich 1.3.2 Vorstandsarbeit im Jugendbereich</p> <p>1.4 Bewertung der Angebote für die Mitglieder 1.4.1 Angebote mit Tennis 1.4.2 Angebote ohne Tennis</p>
<p>2. Es gibt Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern bei der Einschätzung personaler/physischer Faktoren in Bezug auf folgende Punkte:</p> <p>2.1 Physische Fitness 2.1.1 Körperliche Verfassung 2.1.2 Allgemeine sportliche Aktivität 2.1.3 Einschätzung der tennisspezifischen Leistungsfähigkeit</p>
<p>3. Es gibt Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern bei der Einschätzung personaler/psychischer Faktoren in Bezug auf folgende Punkte:</p> <p>3.1. Motivations- und Zielvereinbarungen beim Sport 3.1.1 Einstellung zum Sport 3.1.2 Zufriedenheit mit Spielleistung/Trainingszielen 3.1.3 Grund für den Eintritt 3.1.4 Eintritts- bzw. Austrittsjahr</p> <p>3.2 Verbindlichkeit 3.2.1 Dauer der Mitgliedschaft 3.2.2 Bindungsverhalten im Allgemeinen 3.2.3 Zeiteinteilung 3.2.4 Feste Spielzeiten 3.2.5 Die durchschnittliche Anzahl des Tennisspielens pro Jahr</p>
<p>4. Es gibt Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern bei der Einschätzung der sozialen Faktoren in Bezug auf folgende Punkte:</p> <p>4.1 Merkmale des Lebensstils außerhalb des Tennisvereins 4.1.1 Bildung 4.1.2 Erwerbstätigkeit 4.1.3 Einkommen</p> <p>4.2 Bewertung der sozialen Strukturen im Tennisverein</p> <p>4.2.1 Bewertung des Trainers 4.2.1.1 Kompetenz des Trainers 4.2.1.2 Persönlichkeit des Trainers 4.2.1.3 Engagement des Trainers</p> <p>4.2.2 Bewertung der sozialen Einbettung im Tennisverein 4.2.2.1 Betreuung im Club 4.2.2.2 Atmosphäre im Verein 4.2.2.3 Kontaktfreudigkeit der Mitglieder 4.2.2.4 Anzahl von Spielpartnern 4.2.2.5 Freundschaften innerhalb des Vereins 4.2.2.6 Unternehmungen mit Tennisfreunden außerhalb des Vereins</p>

Um Frage II zu beantworten, wurden folgende Alternativhypothesen aufgestellt:

Tabelle 25 Alternativhypothesen bezüglich der Tennisspieler und der Sportfunktionäre.

<p>1. Es gibt Unterschiede zwischen Tennisspielern und Sportfunktionären bei der Einschätzung der Austrittsgründe in Bezug auf folgende Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Höhe der Mitgliedskosten 1.2 Private finanzielle Gründe 1.3 Altersbedingter Austritt 1.4 Krankheitsbedingter Austritt 1.5 Berufliche Gründe 1.6 Zu wenig Zeit 1.7 Ortswechsel 1.8 Wechsel zu kommerziellen Anbietern 1.9 Wechsel zu anderen Tennisvereinen 1.10 Wechsel zu anderen Sportarten 1.11 Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit 1.12 Mitgliedsstruktur 1.13 Verlust des Spaßfaktors 1.14 Mangel an Unterstützung 1.15 Sportliche Misserfolge
--

4.3 Datenerhebung

Zur Erhebung der Daten zum Thema Drop-out und Bindung im Tennis, wurden 1500 Mitglieder und 500 Aussteiger aus 128 Tennisvereinen Badens (65) und Hessens (63) Fragebögen zugeschickt. Zudem wurde eine Befragung der Vorstandsmitglieder aller 128 Vereine durchgeführt, um diese mit den Aussagen der aktiven und ehemaligen Tennisspieler in Beziehung zu setzen.

4.3.1 Durchführung der Untersuchungsstichprobe der Tennisspieler

Bei der Planung der Stichprobe wurde darauf geachtet, dass Mitglieder/Aussteiger aus verschiedenen Tennisclubs in die Studie (GG=128) miteinbezogen wurden, um ein möglichst breitgefächertes, repräsentatives Ergebnis zu erhalten. Folgende Aspekte kamen dabei zum Tragen:

Tabelle 26 Aspekte, die bei der Auswahl der Tennisclubs von Bedeutung waren.

Größe des Tennisclubs:
Es wurden Mitglieder/Aussteiger aus kleinen Tennisclubs (bis 500 Mitglieder) sowie aus großen Vereinen (ab 500 Mitglieder) in die Befragung miteinbezogen.
Standort des Tennisclubs:
Sowohl Tennisclubs aus ländlichen Gegenden wie auch aus Klein- und Großstädten wurden in die Studie integriert.
Gesamtfluktuation:
Sowohl Tennisvereine mit einer hohen Fluktuationsrate als auch Vereine mit konstanten Mitgliederzahlen wurden in die Untersuchung eingeschlossen.
Art des Vereins:
Es sollten nur Tennisvereine, die explizit als Verein und nicht als kommerzielle Anlage geführt werden, an der Studie teilnehmen.

Die Einteilung der Vereine nach den Merkmalen Lage und Vereinsgröße, hat sich bereits in vergangenen Studien als sinnvoll erwiesen (z.B. Gabler/Timm 1993; Gieß-Stüber/Rücker 1998), da sie sich zum einen als wichtige Faktoren für die Struktur eines Tennisvereins herausgestellt haben und sie zum anderen einen übersichtlichen Überblick verschaffen, wenn praxisnahe Empfehlungen gegeben werden.

Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 01. April 2003 bis zum 01. April 2004 und erfolgte auf unterschiedliche Weise. Die Befragung der Mitglieder und der Aussteiger in Baden wurde seitens des Badischen Tennisclubs sowie der Universität Karlsruhe unterstützt. Über den BTV wurden nach dem Zufallsprinzip jeweils fünfzehn Mitgliederfragebögen inklusive Anschreiben an Tennisclubs über 1000 Mitglieder, jeweils zehn Fragebögen an Tennisclubs mit 500 – 1000 Mitgliedern und jeweils fünf Mitgliederfragebögen an Tennisclubs unter 500 Mitglieder verschickt.

Parallel fand die Untersuchung in Hessen statt, wobei die aktiven Mitglieder durch persönlichen Kontakt gebeten wurden, den Fragebogen auszufüllen und ihn an Mannschaftskollegen weiterzugeben. Auch bei Tennisturnieren wurden Fragebögen von Tennisspielern ausgefüllt. Gerne wurde auch die Möglichkeit der modernen Kommunikation genutzt: Einige Fragebögen wurden ausgefüllt per E-Mail zurückgeschickt. Aufgrund des Personal Involvements wurde in Hessen auf diese Weise verfahren. Dadurch war es möglich, eine höhere Rücklaufquote zu erzielen. Ähnlich verhielt es sich mit den Aussteigern; da es grundsätzlich schwierig ist, die Adressen von Aussteigern ausfindig zu machen und sie dann noch durch eine unpersönliche Zuschrift dazu zu ermuntern, sich an einer Umfrage für einen Sport zu beteiligen, den sie u.U. aufgegeben haben, wurde auf die postalische Befragung verzichtet; es schien sinnvoller, die Aussteiger persönlich anzusprechen. Der direkte Kontakt erfolgte entweder, durch Tennisspieler und Trainer, die Aussteigern in ihrem Bekanntenkreis einen Fragebogen zum Ausfüllen aushändigten oder deren Faxnummer oder E-Mailadresse für diesen Zweck weitergaben. Persönliche Angaben wurden direkt im Anschluss sofort wieder gelöscht, um die Anonymität der Befragung zu wahren. Wie sich in den Rücklaufquoten zeigt, erwies es sich als äußerst erfolgreich, die Befragung über persönliche Kontakte durchzuführen.

Die Untersuchungsstichprobe stieß bei den beteiligten Personen in der Regel auf eine positive Resonanz. Von den insgesamt 2000 versandten Fragebögen wurden 661 vollständig ausgefüllt zurückgegeben. De facto liegen somit 498 Datensätze, also 75,3%, von Mitgliedern und 163 Datensätze, also 24,7%, von Aussteigern für die Auswertung der Untersuchung vor. Dies entspricht einer Rücklaufquote von insgesamt 33,1% (Mitglieder 33,6%; Aussteiger 32,6%).

Tabelle 27 Übersicht über die Teilnahme an der Befragung.

	Baden		Hessen		Baden & Hessen	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Mitglieder	206	31,16%	292	44,18%	498	75,34%
Aussteiger	24	3,63%	139	21,03%	163	24,66%
Mitglieder/Aussteiger	230	34,79%	431	65,21%	661	100,00%

Aussteiger ausfindig zu machen und sie für Befragungen ehemaliger Vereine zu motivieren, gestaltet sich recht schwierig. Nutzt man hier nicht das soziale Netzwerk, fallen die Rücklaufquoten in der Regel sehr niedrig aus. Das gesteckte Ziel einer Rücklaufquote von mehr als 20%, wurde deutlich übertroffen. Sie kann somit als repräsentativ eingestuft werden und erlaubt infolgedessen auch eine Vergleichbarkeit zu anderen wissenschaftlichen Veröffentlichungen. Bezüglich Ort und Größe des Vereins, ergibt sich folgende Verteilung:

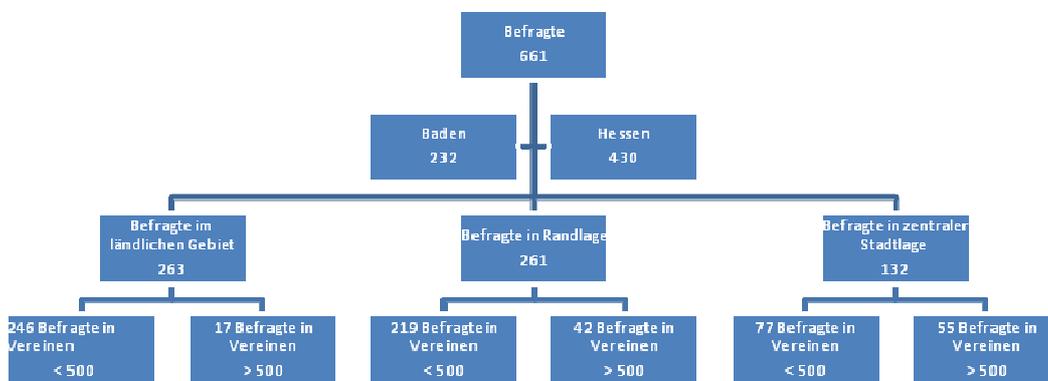


Abbildung 14 Verteilung der Befragten in Bezug auf Lage und Größe des Vereins

4.3.2 Durchführung der Befragung der Vereine

Die Planung der Stichprobe unter den Vereinen fand analog zu der Befragung unter den Mitgliedern respektive Aussteigern statt. Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 01. Oktober 2004 bis zum 01. November 2004. 120 Mitglieder des Vorstands, in der Regel die Sportwart- und Kassenwarte wurden telefonisch kontaktiert; die Beantwortung des Fragebogens erfolgte situationsbedingt per Telefon, via E-Mail oder ausgefülltem Fax. Sehr erfreulich ist die Rücklaufquote der Untersuchungsstichprobe von 100%, die eindrucksvoll unterstreicht, dass die Vereine an den Resultaten der vorgelegten Arbeit interessiert sind.

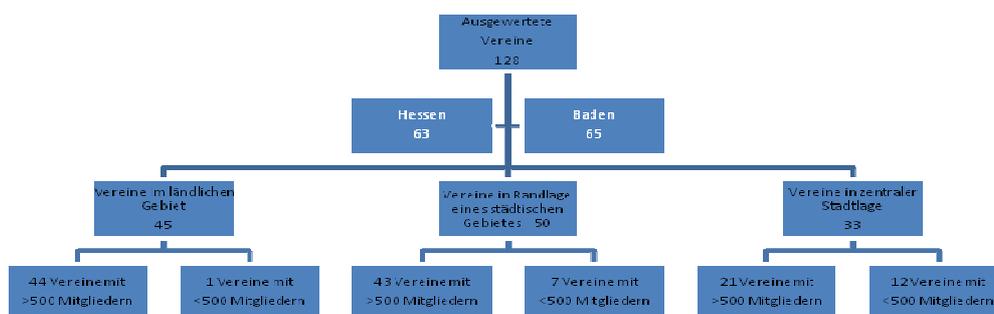


Abbildung 15 Rücklaufquote der Vereine in Bezug auf Lage und Größe des Vereins.

4.4 Konstruktion der Fragebögen⁷⁸

4.4.1 Untersuchungsinhalt: Aktiver/ehemaliger Tennisspieler

Um die Fragestellungen zu beantworten und die o.a. Hypothesen statistisch überprüfen zu können, wurden drei verschiedene Fragebögen konzipiert. Die Themenkomplexe der Fragebögen der Tennisspieler (Mitglieder/Aussteiger) sind grundlegend identisch, um Unterscheidungsmerkmale deutlicher zu machen und beinhalten jeweils zwei bis sieben Fragen. Der Fragebogen für die Vereine bezieht sich hauptsächlich auf statistische Daten der Vereine und deren Angebote für Tennisspieler.

Die Konstruktion der Fragebögen basierte auf Kenntnissen des theoretischen Teils dieser Arbeit sowie auf Studien zum Thema aus anderen Bereichen. Des Weiteren wurden Diskussionspunkte aus Gesprächen mit aktuellen und ehemaligen Tennisspielern in die Studie mit aufgenommen.

In der Studie wurden aktive und ehemalige Tennisspieler ab 14 Jahren im Hinblick auf die Einflussfaktoren, die dazu führen, dass Personen ihre Tennisaktivität in einem Verein aufrechterhalten bzw. abbrechen, untersucht. Hierfür wurden folgende Faktoren ausgewählt, die Einfluss auf das Beibehalten oder das Abbrechen einer sportlichen Aktivität haben und bereits in bisherigen Untersuchungen überprüft wurden:

Tabelle 28 Faktoren für das Beibehalten oder Abbrechen einer sportlichen Aktivität.

Mitgliedschaft	Die statistischen Fragen nach der bestehenden/ehemaligen Mitgliedschaft stehen am Anfang der Datenanalyse. Das Eintrittsdatum in den Tennisverein gibt ebenso wie das eventuelle Austrittsdatum bei den Aussteigern Aufschluss darauf, ob der Eintritt vor dem sogenannten Tennisboom, während des Tennisbooms oder erst danach stattfand. Die Frage nach dem Eintrittsgrund zielt in eine ähnliche Richtung. Entscheidet sich eine Person für einen Sport nur aus <i>Prestigegründen</i> oder aus reiner <i>Spontantät</i> , besteht eine relativ große Gefahr, dass diese Sportart nach einem bestimmten Zeitraum gegen eine andere Aktivität ausgetauscht wird.
Merkmale der Spieleigenschaften	Da die Merkmale der Spieleigenschaften, wie in bisherigen Studien festgestellt wurde, in enger Beziehung zum Bindungsverhalten stehen, sind diese Fragen wichtiger Bestandteil der Befragung.
Merkmale der Trainingsvorbereitung	Hierzu zählen Faktoren, die den kognitiven Entscheidungsprozess beeinflussen (Merkmale der Trainingsvorbereitung), welcher der Ausübung einer sportlichen Aktivität vorausgeht, d.h. ob man sich für oder gegen das Tennisspielen entscheidet. Das Abwägen der Vor- und Nachteile des Tennisspielens findet regelmäßig statt und hat somit einen entscheidenden Einfluss auf das Dabeibleiben oder das Aussteigen. Wie z.B. Pahmeier (1997) gezeigt hat, beurteilen Aussteiger die Nachteile einer sportlichen Aktivität in der Regel höher als Mitglieder; diese negativ beurteilten Faktoren sind häufig mit dem eigentlichen Ausstieg verbunden.
Trainings-	Die Phase der Trainingsdurchführung, d.h. die Phase, in der die sportli-

⁷⁸ Die Fragebögen sind im Anhang beigelegt.

durchführung che Aktivität regelmäßig ausgeübt wird, zählt im Prozess der Verhaltensänderung zu der instabilsten Phase und bringt somit ein erhöhtes Maß an Risiko für einen Abbruch der sportlichen Aktivität mit sich. Entscheidende Faktoren sind hierbei die *Regelmäßigkeit (Fester Termin für die sportliche Aktivität)*, die *Intensität* sowie die *Häufigkeit* der Trainingseinheiten und die *Zufriedenheit* mit der eigenen Spielleistung. Verschiedene Studien haben nachgewiesen, dass Mitglieder in den oben genannten Aspekten höhere Quoten aufweisen, als Aussteiger (z.B. Brehm/ Eberhardt 1996). Andere Studien kamen zu dem Ergebnis, dass es bezüglich der Intensität einer sportlichen Aktivität keine signifikanten Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern gibt (Andrew et al. 1981).

Gegenwärtige sportliche Aktivität Die Fragen zur gegenwärtigen sportlichen Aktivität sollen einen Überblick über die sportliche Aktivität der Befragten geben. Dadurch erfährt man von den Gewohnheiten der aktiven Tennisspieler, wie oft sie Tennis spielen und ob sie neben dem Tennissport noch einen oder mehrere andere Sportarten ausüben. Außerdem bekommt man dadurch die Information, ob Aussteiger weiterhin Tennis spielen, sich einem oder mehreren anderen Sportarten zugewandt haben oder ob sie dem Sport im Allgemeinen den Rücken gekehrt haben.

Vereinsangebot Die Fragen nach dem Vereinsangebot zielen auf die Zufriedenheit der aktiven/ehemaligen Tennisspieler in Bezug auf die Rahmenbedingungen hin. Obwohl viele Merkmale der Rahmenbedingungen, wie z.B. Pahmeier (1994) und Brehm/Eberhardt (1995) in verschiedenen Studien dargestellt haben, erst im Verlauf der aktiven Tätigkeit an Bedeutung gewinnen, können sie das Bindungsverhalten eines Menschen soweit beeinflussen, dass dieser seine sportliche Aktivität beendet. Dies zeigt sich u.a. daran, dass Aussteiger die Rahmenbedingungen rückblickend negativer beurteilen als Mitglieder. Wichtige Aspekte innerhalb des Vereins sind die Integration und die sozialen Kontakte, wie die Spielpartner, der Trainer sowie die allgemeine Atmosphäre im Verein.

Ausstiegsgründe/ Verbesserungsvorschläge Die Frage nach den Austrittsgründen der Aussteiger und den Verbesserungsvorschlägen der Mitglieder zielt darauf hinaus, die Tennisvereine und den Tennissport per se wieder attraktiver zu machen. Da es sich hierbei um eine anonyme Befragung handelt, kann man davon ausgehen, dass diese Antworten ehrlicher sind, als clubinterne Befragungen, bei welchen man direkt nach Kritik gefragt wird.

Merkmale des sozialen Kontexts Das Abbrechen bzw. Dabeibleiben steht zudem in direkter Beziehung mit den Merkmalen des sozialen Kontexts, welche sich auf die Unterstützung, die ein Mensch in Bezug auf seine sportliche Aktivität durch die Familie, Freunde, den Trainer und insbesondere den Partner erfährt, beziehen (Heinzelman/Bagley 1970; Oldridge et al. 1983). So hat sich gezeigt, dass Mitglieder über mehr Übungspartner verfügen, durch das Übernehmen von ehrenamtlichen Tätigkeiten im Verein fest integriert sind und in ihrem sozialen Umfeld weitaus mehr soziale Unterstützung bekommen als Aussteiger (z.B. Brehm/Eberhardt 1995).

Physische und psychische Merkmale Die Fragen nach den physischen und psychischen Merkmalen haben in Bezug auf das Bindungsverhalten eine recht hohe Aussagekraft. „Physische Merkmale kennzeichnen stabile Ausgangscharakteristika einer Person, deren Einfluss auf den Bindungsprozess teilweise nachgewiesen werden konnte“ (Eberhardt 1995, 90); sie bilden relativ stabile Charakteristika einer Person. Dishman, Morgan und Ickles (1980) haben ebenso wie Brehm/Eberhardt (1995) festgestellt, dass es einen Zusammenhang

zwischen den physischen Merkmalen und dem Bindungsprozess gibt. Personen, die sich in einem physisch schlechten Zustand befinden, brechen Sportprogramme häufiger ab, als physisch starke Menschen. Als Erfassungsmethoden der internen physischen Faktoren wurden zum einen die allgemeine körperliche Leistungsfähigkeit mit der 12-Item Kurzform des FFB-Mot (Woll 1998; Bös et al. 2002) und die tennisspezifische Leistungsfähigkeit mit einer Einteilung nach Anfänger, Freizeitspieler, Fortgeschrittener, Mannschaftsspieler und Profispieler erhoben. Dabei ist erwähnenswert, dass Untersuchungen nach dem Einfluss des Gesundheitszustandes und des Fitnesslevels von Menschen auf die Bindung zu wenig ambivalenten Ergebnissen führten. So lassen sich diese Merkmale nicht als Unterscheidungskriterien zwischen Mitgliedern und Aussteigern heranziehen (z.B. Sallis et al. 1989; Brehm/Eberhardt 1995; Dishman 1981; Ward/Morgan 1984). Auch über die psychischen Merkmale gibt es im Vergleich von Mitgliedern und Aussteigern diverse Ergebnisse. „Die Fähigkeit, trotz fehlender externer Unterstützung eine Aktivität aufrecht zu erhalten“ (Dishman/Gettman 1980), kurz, die Fähigkeit zu besitzen sich selbst zu motivieren, führte nicht nur zu unterschiedlichen Ergebnissen, sondern ergab überraschenderweise, dass Aussteiger oft eine höhere Selbstmotivation besitzen als Mitglieder. Die Unterstützung durch nahestehende Personen hat ebenso wie eine gute Beziehung zum Trainer oder Trainingspartner eine positive Auswirkung auf das Bindungsverhalten. Insbesondere die Einstellung des Lebenspartners hat oft direkten Einfluss auf das Dabeibleiben bzw. Aussteigen einer Person (z.B. Oldridge et al. 1983). Die internen psychischen Faktoren wurden mit dem 30-Item Test zum Bindungsverhalten (Nigg, Norman, Rossi und Benisovich 1999; Nigg et al. 2001) erfasst.

Lebenssituation

Die Angaben zur Person dienen insbesondere statistischen Daten, bieten allerdings auch die Möglichkeit zur Interpretation verschiedener Aspekte, die Rückschlüsse auf das Bindungsverhalten ermöglichen. Wie z.B. Brehm/Pahmeier (1990) und Oldridge (1988) festgestellt haben, kann man so von beruflich stark beanspruchten Menschen Rückschlüsse auf deren Bindungsverhalten schließen; dieses ist bei hohen beruflichen Belastungen in der Regel gering.

Bei den meisten Fragen handelt es sich um sogenannte geschlossene Fragen, d.h. Fragen mit festen Antwortvorgaben. Die Beantwortung eines Fragebogens⁷⁹ nimmt ca. 25 Minuten in Anspruch. Die Ergebnisse werden in Kapitel 5 in Form von Diagrammen, z.B. Balken-, Säulen- oder Kreisdiagramm, dargestellt.

4.4.2 Untersuchungsinhalt: Funktionäre der Tennisvereine

Zur Vertiefung der Vereinsbefragung wurde ein kurzer, eigens konzipierter Fragebogen für die Vereine erstellt, der von Vorstandsmitgliedern aller 128 teilnehmender Vereine telefonisch oder via E-Mail beantwortet wurde. Der Fragebogen besteht aus zwölf Fragen, die sich mit:

- Allgemeinen Fragen (7 Fragen)

⁷⁹ Die Fragebögen befinden sich im Anhang.

- Fragen zum Sportstättenangebot (1 Frage)
- Fragen zum Vereinsangebot (3 Fragen)
- Fragen zu den Finanzen (1 Frage)

beschäftigen. Die Beantwortung des Fragebogens mit überwiegend geschlossenen Fragen nimmt ca. 8 Minuten in Anspruch.

4.5 Auftretende Schwierigkeiten

4.5.1 Befragung der Mitglieder/Aussteiger

Bei der Befragung der Mitglieder wurde vereinzelt deutlich, dass ihnen der Fragebogen zu umfangreich war. Bis auf einige wenige, füllten die meisten Befragten den Fragebogen dennoch bis zum Schluss aus. Die Problematik bei der Untersuchung der Aussteiger lag insbesondere darin, sie aufzufinden und als nächstes dazu zu bewegen, sich mit einem Verein/Sport zu befassen, mit dem sie aus verschiedensten Gründen abgeschlossen hatten.

4.5.2 Vereinsbefragung

Es war nicht immer leicht, den richtigen Ansprechpartner zu finden, da die angegebenen Daten sowohl im Internet als auch im Adressverzeichnis nicht immer den aktuellen Stand aufzeigten. Außerdem waren für viele Vorstandsmitglieder nur noch Schätzungen über die gefragten Mitgliederstände und Jahresbeiträge möglich, da diese nur in wenigen Fällen archiviert wurden. Des Weiteren fand in den letzten Jahren meist ein Wechsel der Vorstandsmitglieder statt.

4.6 Erfassungsmethoden

Als Methode für die Datenerhebung wurde die standardisierte Befragung ausgewählt; dabei wurde schriftlich vorgegangen. Nach dem Zufallsprinzip wurden aktive und ehemalige Tennisspieler aus verschiedenen Tennisvereinen Badens und Hessens angeschrieben und darum gebeten an der Untersuchung teilzunehmen oder direkt befragt. Da alle Individuen dieser Population voneinander unabhängig sind und die gleiche Chance haben, in die Stichprobe aufgenommen zu werden, handelt es sich bei dieser Studie um eine Zufallsstichprobe an einer endlichen Population (aktive und ehemalige Tennisspieler aus Baden und Hessen). Diese Art der Stichprobenerhebung ist sinnvoll, da kaum Kenntnisse über die Merkmalsverzerrungen⁸⁰ in der Grundgesamtheit vorliegen (Bös 1999, 26). Insgesamt wurden 2000 Menschen befragt,

⁸⁰ „Mit Verzerrungen sind hier Abweichungen in der Stichprobe von den „wahren“ Populationswerten gemeint“ (Bös, Statistik, 27).

um die Wahrscheinlichkeit der Stichprobe „nach dem Gesetz der großen Zahl“ (Bortz 1995) zu erhöhen. Da die Rücklaufquote mit 33% bei den Mitgliedern und mit 31% bei den Aussteigern recht hoch ausgefallen ist, können die Stichprobenbefunde auf die ursprünglich ausgewählte Population übertragen werden.

Zur Auswertung der Umfrage liegen insgesamt $n=661$ vollständige Datensätze vor, wobei $n=163$ von der Befragung der ehemaligen Tennisspieler und $n=498$ von der Befragung der aktiven Tennisspieler stammen. Die Fragebögen wurden zur besseren Übersicht, der eindeutigen Zuordnung und Analysierbarkeit codiert und mit Hilfe von SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows XP (Version 11.0) ausgewertet.

Zur Erfassung der *internen physischen Faktoren* wurden sowohl die allgemein motorische Leistungsfähigkeit als auch die spezielle tennisspezifische Leistungsfähigkeit erfasst. Dabei wurde die allgemeine körperliche Leistungsfähigkeit mit der 12-Item Kurzform des FFB-Mot (Woll et al. 2004, Bös et al. 2002) erhoben. Die Erfassung der tennisspezifischen Leistungsfähigkeit erfolgte mit einer selbstkonstruierten Skala zur Erfassung der tennisspezifischen Leistungsfähigkeit, die in einer Voruntersuchung (vgl. Prestenbach 2001) evaluiert wurde.

Von den *internen psychischen Faktoren* wurde die tennisspezifische Selbstwirksamkeitsüberzeugung mit Hilfe des modifizierten Fragebogens „Selbstwirksamkeit zur sportlichen Aktivität“ (SSA-Skala) von Fuchs (1997) überprüft. Für die Erfassung *kritischer Lebensereignisse* wurde eine autorisierte Kurzsкала von Filip's Skala zur Erfassung kritischer Lebensereignisse eingesetzt. Die Erfassung der externen ökologischen und sozialen Faktoren erfolgte in Anlehnung an Eberhardt (1999).

Unter Annahme der identischen Aussagevarianzen zwischen Mitgliedern und Aussteigern ($s_a^2 = s_m^2$) wurden die Hypothesen mit Hilfe des T-Tests, einem Test für unabhängige Stichproben, analysiert. Untersucht wurde dabei der Unterschied in den wahrscheinlichsten Aussagen der beiden Populationen *Mitglieder* und *Aussteiger*. Hierbei wurde auch der Chi-Quadrat-Test einbezogen, der die Aussagen auf Signifikanz überprüfen sollte.

In Kapitel 5 werden die Resultate vorgestellt. Durch den Vergleich beider Untersuchungen sollte die Hypothese überprüft werden, dass sich der Ist-Zustand der meisten Vereine nicht mit den Wunschvorstellungen der ehemaligen und auch nicht aller aktiver Mitglieder deckt. Da viele Vorstände meinen, dass die Austritte ihres Vereins auf äußerlichen Faktoren beruhen, wird in den Vereinen nichts geändert und so gehen Jahr für Jahr Mitglieder verloren.

Das Analysieren der Daten erfolgte auf der Basis unterschiedlicher statistischer Messverfahren. Zunächst wurden die Ergebnisse deskriptiv mit Hilfe relativer Häufigkeiten dargestellt, so dass die Aussagen der Befragten in Prozentwerten ausgedrückt werden konnten; die formu-

lierten Hypothesen brachten schließlich den mathematischen Beweis für die deskriptive Analyse. Im Anschluss dazu wurde eine Korrelationsanalyse vorgenommen, um herauszufinden, welche Faktoren den Mitgliedern und welche den Aussteigern zuzuordnen sind, um eine belastbare Aussage und Indikatoren für Verbesserungen zu geben. Die Ergebnisse der einzelnen Variablen werden überwiegend graphisch, aber auch tabellarisch dargestellt.

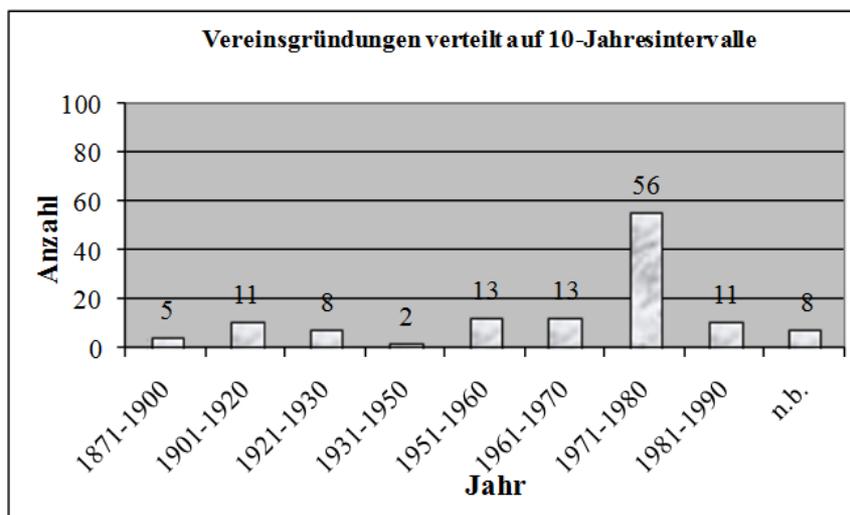
5 Deskriptive Auswertung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung

5.1 Deskriptive Auswertung der Vereinsstichprobe

5.1.1 Gründungsjahr der Vereine

Als der Deutsche Tennis Bund 1902 gegründet wurde, hatte er gerade einmal 23 Vereine unter seinem Dach vereint. Bis 1998 stieg die Zahl auf 10.305 Tennisvereine an. Seitdem ist die Zahl rückläufig. Vergleicht man die Entwicklung der Vereine, die an der Studie teilgenommen haben, mit der des DTBs, fällt auf, dass die meisten Vereine zwischen 1971 und 1980 gegründet wurden. Die Gründung der anderen Tennisvereine verteilt sich auf ein ganzes Jahrhundert.

Tabelle 29 Gründungsjahr der Vereine.



5.1.2 Lage der Vereine

An der Untersuchung nahmen 128 Vereine aus den Landesbezirken Baden und Hessen teil. Von diesen 128 Vereinen liegen 27% in zentraler Stadtlage, 37% in Randlage eines städtischen Gebietes und 36% im ländlichen Gebiet. Die Rücklaufquote der Befragten entspricht in etwa diesen Zahlen⁸¹:

- 27% aktive und ehemalige Mitglieder eines Tennisvereins in zentraler Stadtlage.
- 37% aktive und ehemalige Mitglieder aus Vereinen in Randlage eines städtischen Gebietes.
- 36% aktive und ehemalige Mitglieder und aus Vereinen, die im ländlichen Gebiet liegen.

⁸¹ 0,76% der Befragten machten diesbezüglich keine Angaben.

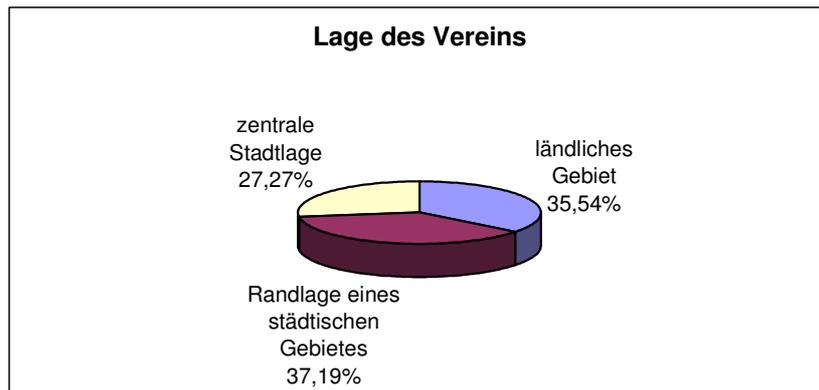
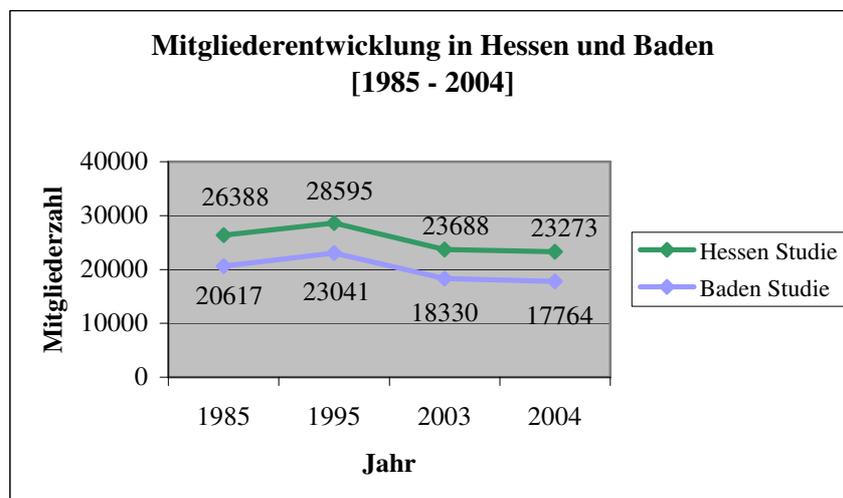


Abbildung 16 Lage des Vereins.

5.1.3 Mitgliedszahlen

Wie man im Folgenden sehen kann, decken sich die Entwicklung der Mitgliederzahlen der Studie sowohl mit der hessischen und badischen, als auch mit den offiziellen Zahlen der deutschen Mitgliederentwicklung (siehe Kapitel 1). Die befragten Vereine entwickelten sich relativ parallel zueinander. Im Vergleich zu den offiziellen Zahlen sanken die Mitgliederzahlen zwischen 2003 und 2004 allerdings auch in den befragten Vereinen Badens.

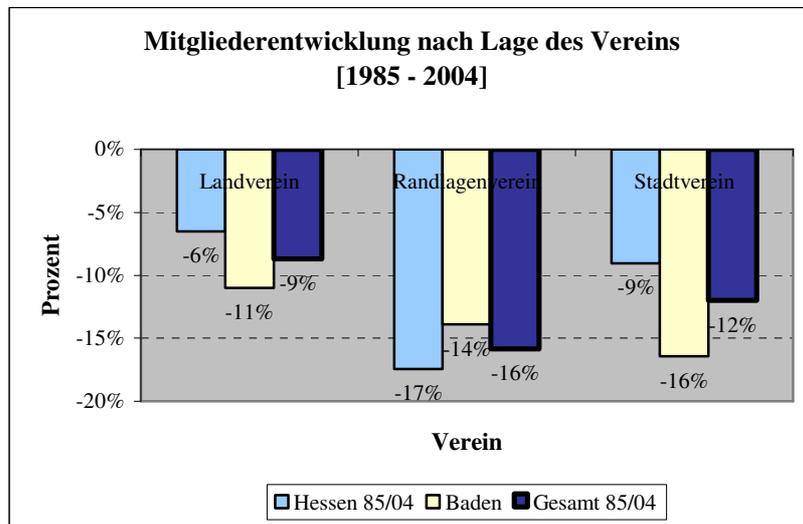
Tabelle 30 Mitgliederentwicklung in Hessen und Baden [1985-2004].



Unterteilt man die Mitgliederentwicklung nach der Lage des Vereins, so stellt man fest, dass die Tennisvereine, die in Randlage eines städtischen Gebietes liegen, zwischen 1985 und 2004 mit -16 % insgesamt den höchsten Mitgliederverlust zu verzeichnen haben. Unterteilt in die hessischen und die badischen Vereine, stellte sich bei dieser Studie heraus, dass die Landvereine in Hessen mit -6% und die Stadtvereine mit -9% unter dem durchschnittlichen Mitgliederrückgang der befragten Vereine liegen. Demgegenüber steht mit -17% ein signifikanter Rückgang bei den Randlagenvereinen in Hessen. In den befragten badischen Vereinen haben Landvereine mit -11% ebenso wie die Stadtvereine mit -16% in dieser Studie deutlich

schlechter abgeschnitten, als die hessischen Vereine in dieser Lage. Aber auch die Randlagenvereine haben mit -14% einen hohen Mitgliederrückgang zu verzeichnen.

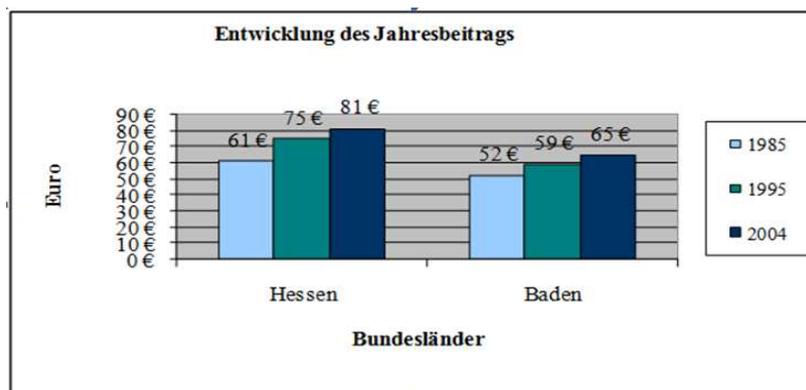
Tabelle 31 Mitgliederentwicklung nach Lage des Vereins [1985-2004].



5.1.4 Mitgliedsbeiträge

Nachdem die meisten Tennisvereine (ca. 93% aller Vereine, die an der Befragung teilgenommen haben) die sogenannten Bausteine abgeschafft und die Jahresbeiträge seit 1985 nur mäßig erhöht hatten, ist Tennis gemessen am Jahresbeitrag günstiger geworden, als er es zu früheren Zeiten gewesen ist.

Tabelle 32 Entwicklung des Jahresbeitrags.



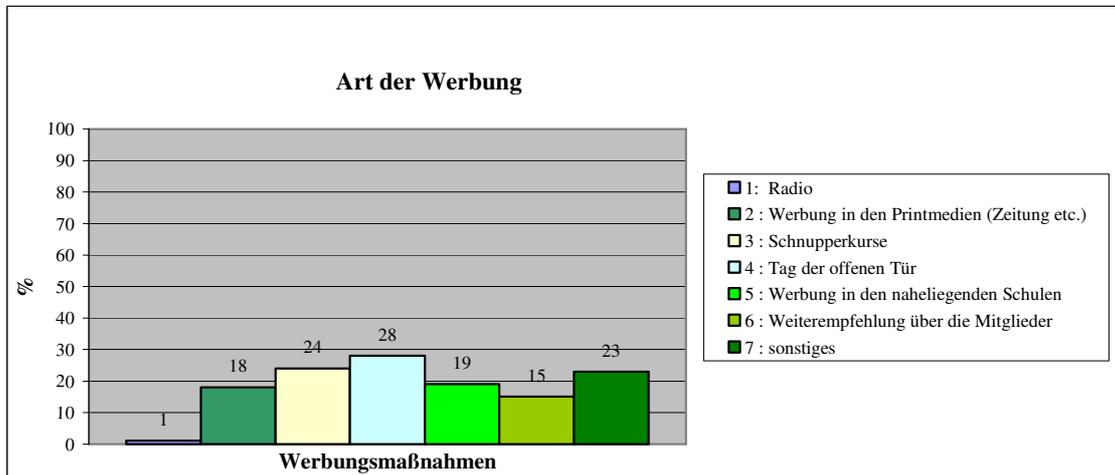
Da die Gehälter aufgrund der momentanen wirtschaftlichen Situation stagnieren, sind die Mitgliedsbeiträge trotzdem noch relativ hoch. Dass Tennis im Vergleich zu anderen Sportarten dennoch zu den exklusiveren Sportarten zählt, liegt u.a. an den Mitgliedsbeiträgen, die im Tennis erheblich höher sind als zum Beispiel im Fußball. Hinzu kommen teure Trainerstunden sowie Wettkampf- und Hallengebühren. In den befragten Vereinen Hessens und Badens hat sich die durchschnittliche Höhe der Jahresbeiträge, wie in Tabelle 32 dargestellt, entwickelt.

5.1.5 Angebote

5.1.5.1 Werbung und Marketing

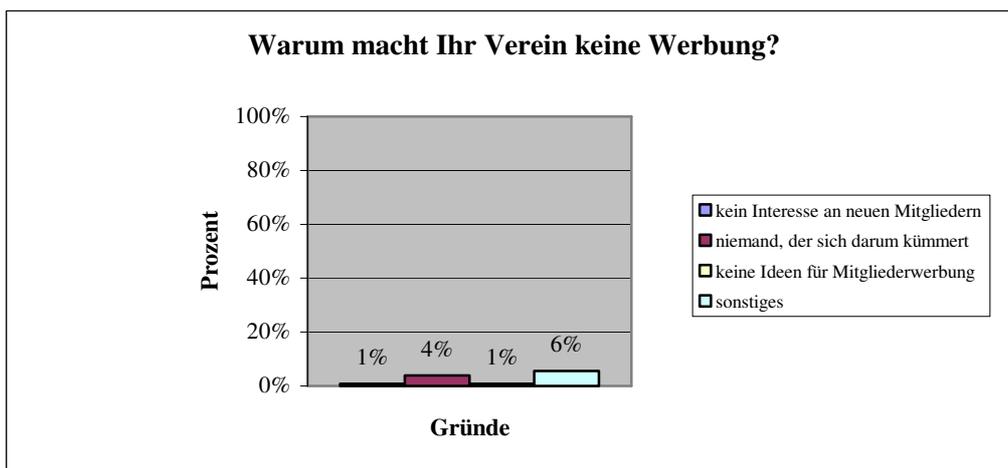
Wie die Zahlen belegen, haben die Vorstände auf den Wandel in den Vereinen reagiert. Von den 128 befragten Vereinen gaben 89% an, aktiv neue Mitglieder zu werben.

Tabelle 33 Art der Werbung.



Als Werbemaßnahmen wurden hauptsächlich Aktionen, wie Schnupperkurse, Tag der offenen Tür und sonstiges, wie z.B. eine Homepage, angegeben. Auch Berichterstattungen in Zeitungen, Werbung in naheliegenden Schulen sowie Weiterempfehlungen über Mitglieder benutzen einige Vereine zu Werbezwecken. Vereine, die angaben, keine Mitgliederwerbung zu betreiben, gaben hauptsächlich Ideen- und Personalmangel an.

Tabelle 34 Warum macht Ihr Verein keine Werbung.



5.1.5.2 Sportliche und gesellige Angebote

Das Schlagwort Dienstleistungsqualität gewinnt zunehmend an Bedeutung. Nachdem sich die Tennisvereine jahrelang auf die Nachfrage von neuen Mitgliedern verlassen konnten und sogar Wartelisten anschaffen mussten, um der teilweise sehr hohen Nachfrage nachzukommen,

entsteht in einer Zeit der Mitgliederrückläufigkeit die Frage, ob sich auch Tennisvereine mit diesem Thema beschäftigen müssen. Tennisvereine sehen sich heute zunehmender Konkurrenz, steigenden Erwartungen von Mitgliedern und einem gesellschaftlichen Wandel entgegen. Sind Vereine, die über ein breites Angebot und zusätzliche Angebote verfügen, erfolgreicher als andere Vereine? 40% der befragten Vereine gaben an, über andere eigene Einrichtungen wie z.B. einen Kinderspielplatz (36%), zu verfügen. Einige wenige Vereine besitzen einen eigenen Swimmingpool (3%) oder einen Fitnessraum (1%). Zu den tennisspezifischen Angeboten lässt sich sagen, dass mit 92% fast alle Vereine ihren Mitgliedern und Nichtmitgliedern, Angebote, wie z.B. Schleifchenturniere oder Freundschaftsturniere mit benachbarten Vereinen machen.

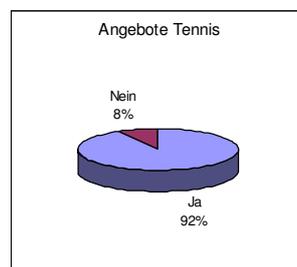


Abbildung 17 Angebote Tennis.

Dabei wurde häufig erwähnt, dass diese in vielen Fällen allerdings immer seltener genutzt werden.

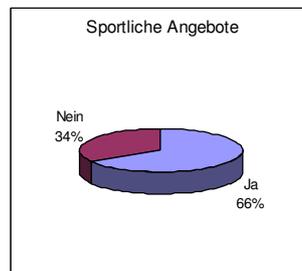


Abbildung 18 Sportliche Angebote.

Sportliche Angebote, beispielsweise Wanderungen oder Walkingveranstaltungen werden von vielen Vereinen mannschaftsintern organisiert, aber auch vom Verein selbst gibt es hierzu mit 66% recht viele Angebote.

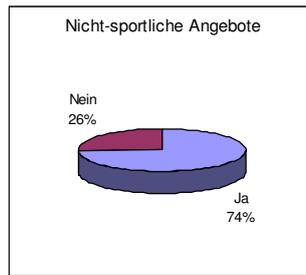


Abbildung 19 Nicht-sportliche Angebote.

Geselligkeiten, Skatrunden und Schachturniere, die unter die Rubrik *Nicht-sportliche Angebote* fallen, werden von 74% der Vereine angeboten, aber auch hier liegt die Beteiligung häufig nur beim *harten Kern*.

5.2 Soziodemographische Merkmale der Mitglieder⁸²/Aussteiger⁸³

Dargestellt ist im Folgenden die Aufteilung zwischen aktiven Tennisspielern und Aussteigern, die an der Befragung für diese Studie mitgewirkt haben. An der Studie haben sich N = 661 aktive und ehemalige Tennisspieler beteiligt. Das Durchschnittsalter aller Befragten beträgt 39,5 Jahre. Die 498 aktiven Tennisspieler teilen sich in 209 weibliche und 289 männliche Personen. Ihr Durchschnittsalter beträgt 37 Jahre. Dagegen liegt das Durchschnittsalter der 163 Aussteiger mit 42 Jahren, fünf Jahre über dem Durchschnitt der Mitglieder. Von ihnen beteiligten sich 62 weibliche und 101 männliche Personen an der Studie.

Stichprobe

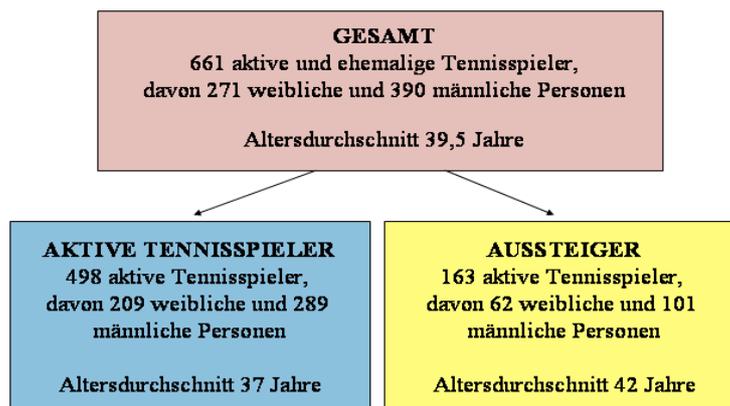


Abbildung 20 Verteilung der Stichprobe.

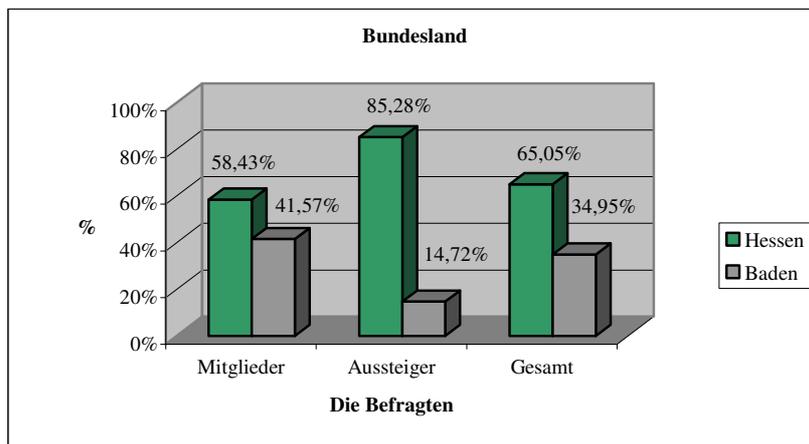
⁸² Mitglieder: Ein Tennisspieler, der zum Zeitpunkt der Befragung Mitglied eines Tennisvereins ist; dabei wurde kein Unterschied zwischen einem *passiv* gemeldeten und einem *aktiv* gemeldeten Mitglied gemacht.

⁸³ Aussteiger: Ein Tennisspieler, der Mitglied in einem Tennisverein war und aus diesem ausgetreten ist; darunter zählen sowohl Tennisspieler, die dem Tennissport den Rücken gekehrt haben, als auch jene, die einem anderen Verein beigetreten sind.

5.2.1 Bundesland

Die Verteilung der Befragten ist unter den Mitgliedern mit 58% bei den hessischen Tennisspielern und 42% bei den badischen ziemlich ausgeglichen. Ein Indiz für die höhere Beteiligung in Hessen ist der direkte Kontakt zu den Probanden, während in Baden die Resultate durch das Verschicken der Fragebögen zusammengetragen wurden.

Tabelle 35 Verteilung in Bezug auf das Bundesland.

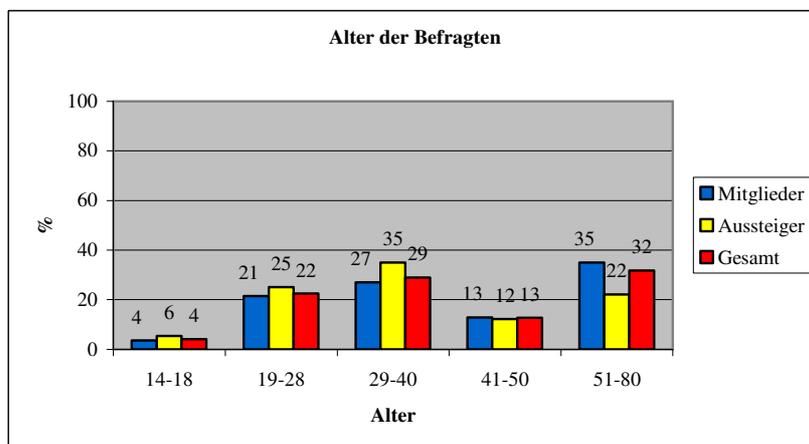


Die deutlich höhere Beteiligung der hessischen Aussteiger, die mit 85% enorm hoch ist, ist ebenfalls auf den direkten Kontakt zurückzuführen. Bedenkt man, dass man Aussteiger in der Regel nur durch Bekanntschaften erreichen kann, ist auch die Beteiligung der badischen Aussteiger erfreulich.

5.2.2 Alter

Deskriptiv betrachtet sind die Aussteiger im Durchschnitt 37 Jahre alt und somit jünger als die Mitglieder, deren Altersdurchschnitt bei 42 Jahren liegt. Das Durchschnittsalter der Befragten dieser Studie liegt bei 39,5 Jahren.

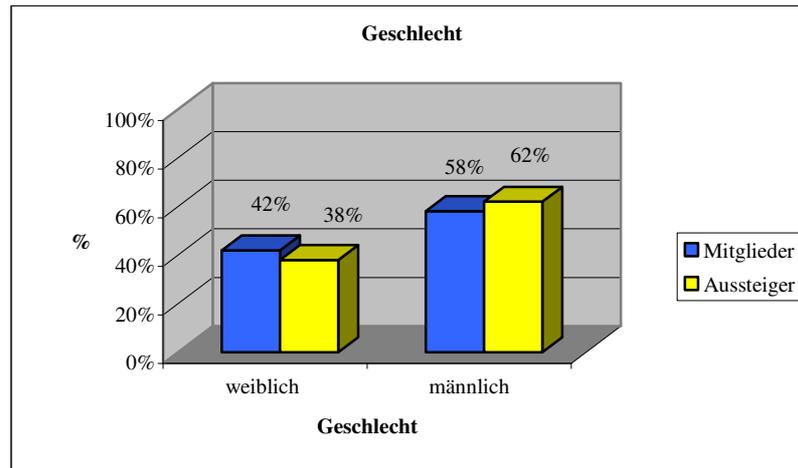
Tabelle 36 Verteilung in Bezug auf das Alter der Befragten.



Auffällig ist eine zweigipflige Verteilung; zu erkennen ist der Einbruch der Mitgliederzahlen bei Mitgliedern, die in das Berufsleben einsteigen; im *Rentenalter* finden sich wieder höhere Mitgliederzahlen; eine Korrelation zwischen Alter und Mitgliedschaft versus Aussteiger wird zu einem späteren Zeitpunkt der Arbeit vorgenommen.

5.2.3 Geschlecht

Tabelle 37 Verteilung in Bezug auf das Geschlecht der Befragten.



Die weltweite Studie der ITF zeigte, dass ca. 63% aller Tennisspieler weltweit männlich und ca. 37% weiblich sind. Auf Deutschland bezogen lag das Verhältnis ebenso bei 63:37. Mit einer Beteiligung von insgesamt 60% Männern und 40% Frauen liegt demnach eine repräsentative Stichprobe vor. Gestellt wurde die Hypothese: Es gibt einen geschlechtsspezifischen Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern. Zu dieser Hypothese konnte ein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Populationen gefunden werden ($T=22,08$; $df=659$; $p=0,000$).

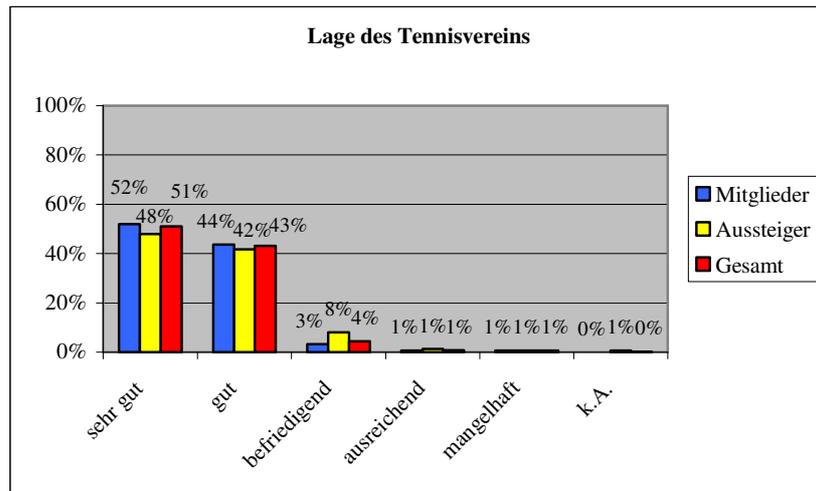
5.3 Einfluss der ökonomischen und strukturellen Faktoren auf die Bindung unter Berücksichtigung der Unterschiedsmerkmale zwischen Mitgliedern und Aussteigern

5.3.1 Bewertung der Tennisanlage

1. Lage des Tennisclubs

Wie aus der Tabelle hervorgeht, bewerten sowohl die Mitglieder als auch die Aussteiger die Lage ihres (ehemaligen) Tennisclubs mit *gut* bzw. *sehr gut* (insgesamt 94%). Der Hypothesentest fand keinen signifikanten Unterschied in der Lagebeurteilung zwischen Mitgliedern und Aussteigern ($T=1,47$; $df=659$; $p=0,141$).

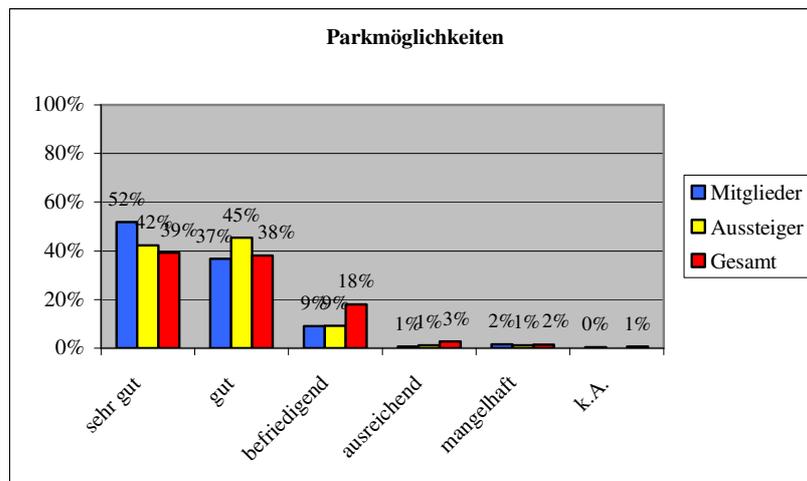
Tabelle 38 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Lage des Tennisvereins.



2. Parkmöglichkeiten

Auch die Parkmöglichkeiten werden von den meisten Befragten (77%) mit sehr gut und gut bewertet. Dabei fällt die Bewertung der Mitglieder leicht positiver aus, als die der Aussteiger, wobei diese Unterschiede nicht signifikant sind ($T=1,19$; $df=658$; $p=0,234$).

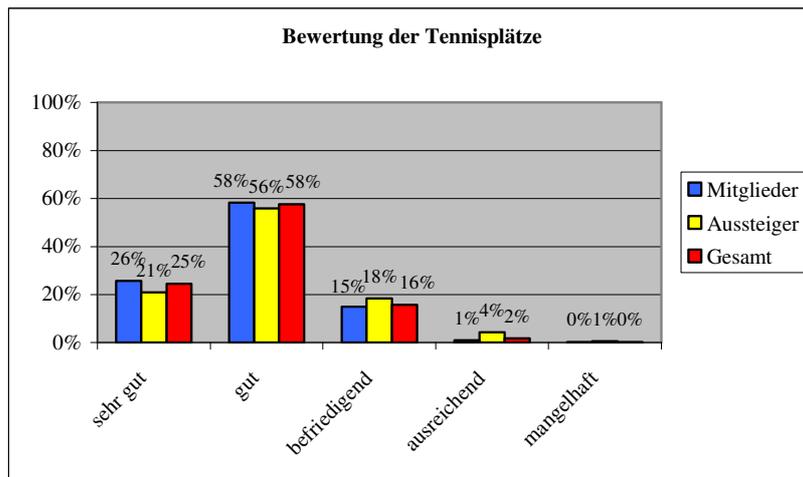
Tabelle 39 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Parkmöglichkeiten.



3. Anzahl und Zustand der Plätze

Mit einem Durchschnitt von 25% bewerteten die Befragten die Anzahl und den Zustand der Tennisplätze mit *sehr gut*. 58% befanden die Plätze als *gut*. Der Hypothesentest zeigte eine leicht positivere Bewertung der Tennisplätze seitens der Mitglieder im Vergleich zu den Aussteigern ($T=2,08$; $df=659$; $p=0,038$).

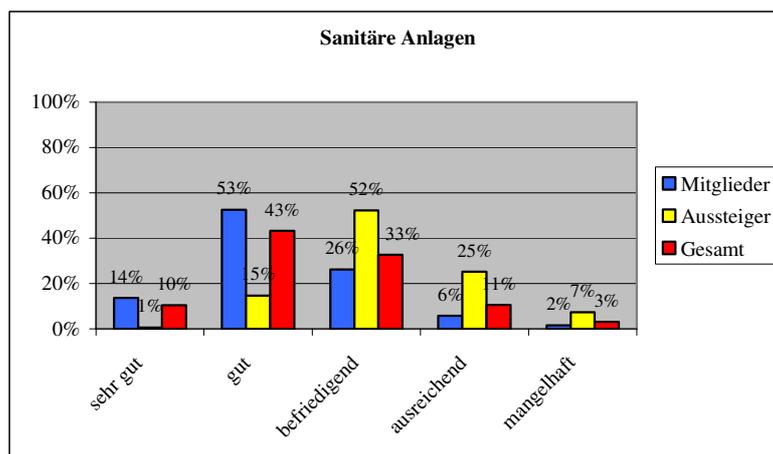
Tabelle 40 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Tennisplätze.



4. Zustand der sanitären Anlagen und der Umkleidekabinen

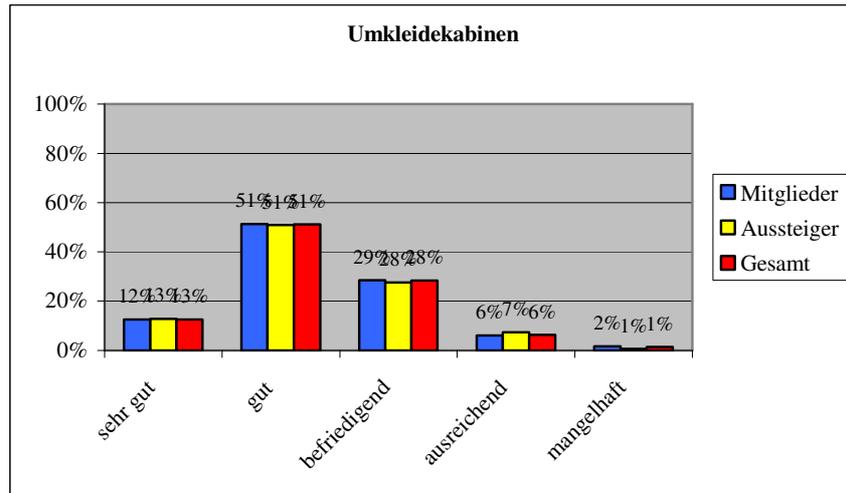
Bei der Frage nach dem Zustand der sanitären Anlagen und der Umkleidekabinen ist auffällig, dass es in Bezug auf die sanitären Anlagen eine deutliche Diskrepanz zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern gibt. Während 66% der Mitglieder diese mit *gut* bis *sehr gut* befanden, sind lediglich 15% der Aussteiger derselben Meinung. Der Hypothesentest ergab $T=0,70$; $df=659$; $p=0,488$ und bestätigt damit, dass die Mitglieder die sanitären Anlagen leicht besser beurteilen als die Aussteiger. Der Unterschied ist aber nicht signifikant.

Tabelle 41 Verteilung der Befragten in Bezug auf die sanitären Anlagen.



Einig sind sich die Befragten bei der Beurteilung der Umkleidekabinen, die mit 64% mit *gut* bis *sehr gut* und mit immerhin 28% mit *befriedigend* bewertet wurden.

Tabelle 42 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Umkleidekabinen.

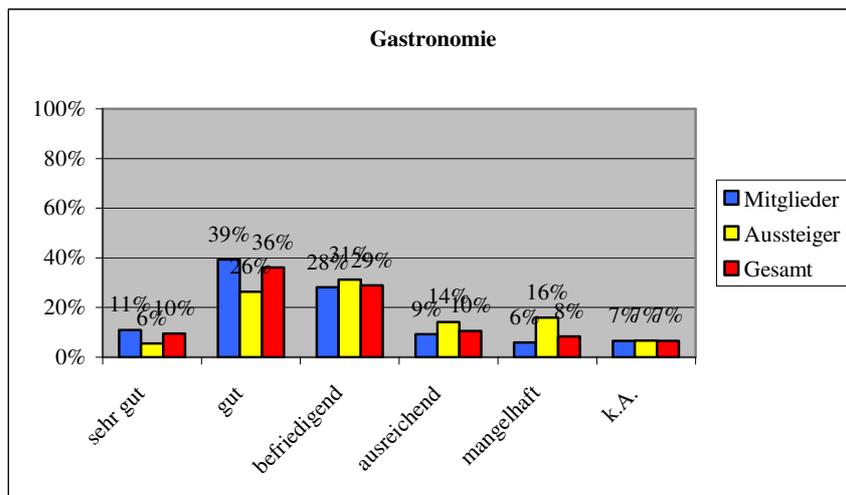


Auch die Bewertung der Umkleidekabinen zeigt keinen signifikanten Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern ($T=0,38$; $df=659$; $p=0,702$).

5. Gastronomie

Im Bereich der Gastronomie zeigen sich die Mitglieder etwas zufriedener als die Aussteiger. So reichen 78% der Bewertungen der Mitglieder von *befriedigend* bis *sehr gut*, während 62% der Aussteiger die Gastronomie ihres ehemaligen Vereins mit *befriedigend* bis hin zu *mangelhaft* bewerten. 7% der Befragten beantworteten diese Frage nicht oder markierten, dass ihr Club über keine Gastronomie verfügt. Der Hypothesentest stützt die deskriptive Statistik: Mitglieder bewerten die Gastronomie signifikant positiver als Aussteiger ($T=5,27$; $df=615$; $p=0,000$).

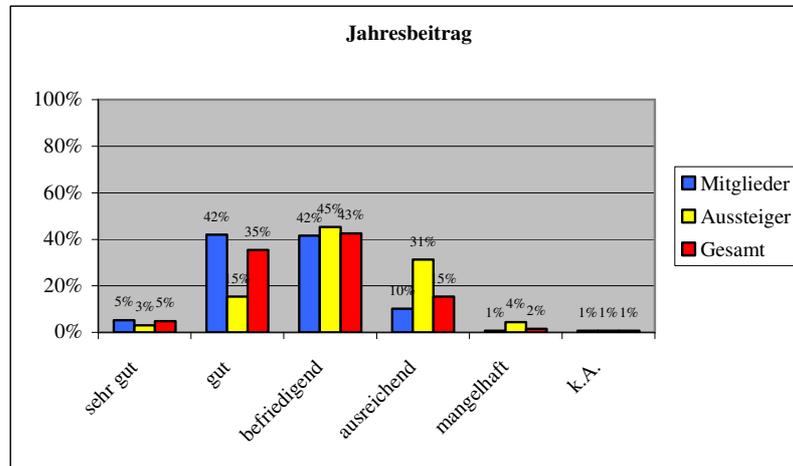
Tabelle 43 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Gastronomie.



5.3.2 Höhe des Jahresbeitrags

Die Mehrheit der Befragten (43%) ist mit dem Jahresbeitrag ihres Tennisvereins zufrieden.

Tabelle 44 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung des Jahresbeitrags.

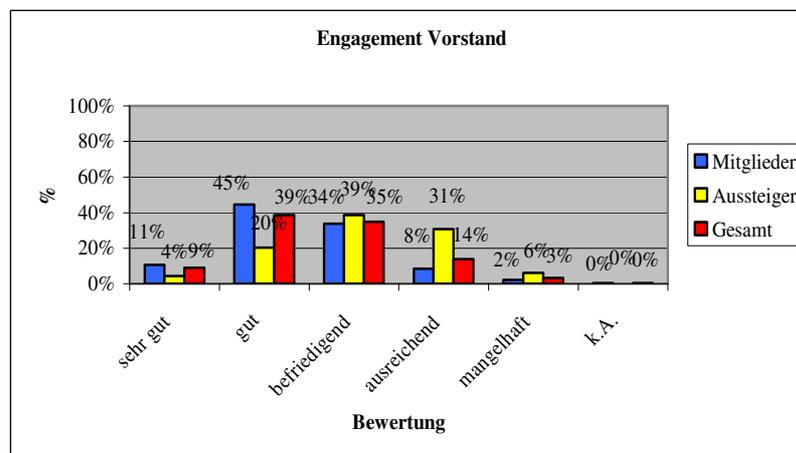


Dennoch geht die Meinung der Mitglieder und Aussteiger in diesem Punkt auseinander. So befinden lediglich 18% der Aussteiger den Jahresbeitrag für *gut* bis *sehr gut* und 36% für *ausreichend* bis *mangelhaft*. Dagegen halten 47% der Mitglieder diesen für *gut* bis *sehr gut* und gerade einmal 11% für *ausreichend* bis *mangelhaft*. Der Hypothesentest zeigt auch hier einen signifikanten Unterschied in dem Jahresbeitragsempfinden von Mitgliedern und Aussteigern: $T=8,39$; $df=655$; $p=0,000$).

5.3.3 Engagement des Vorstandes

1. Vorstandsarbeit im Erwachsenenbereich

Tabelle 45 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung des Engagements des Vorstandes.



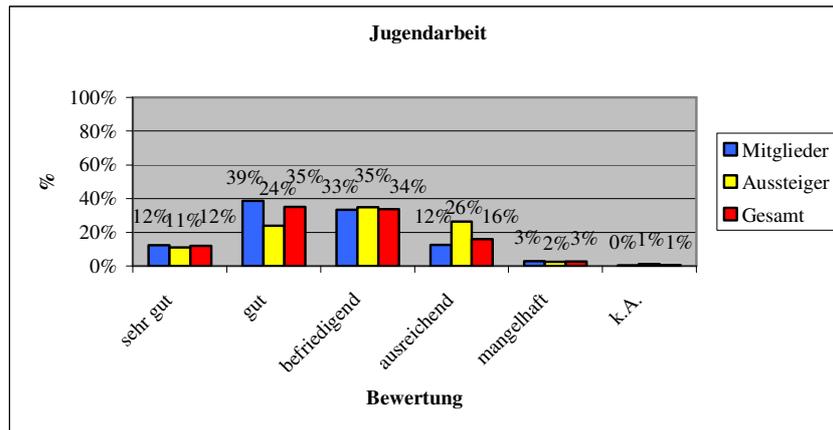
Während die Zahl der mit *sehr gut* bewerteten Vorstände sowohl bei den Mitgliedern (11%) als auch bei den Aussteiger (4%) sehr niedrig ist, spaltet sich die Meinung zwischen den Befragten, wie in der Tabelle deutlich wird, signifikant; so wird auch Hypothese, dass Mitglieder

die Vorstandsarbeit positiver beurteilen als Aussteiger signifikant bestätigt ($T=8,33$; $df=657$; $p=0,00$).

2. Vorstandsarbeit im Jugendbereich

Die Jugendarbeit wird von 72% der Mitglieder mit *gut* und *befriedigend* bewertet. Nur 12% aller befragten Mitglieder sind mit der Jugendarbeit sehr zufrieden.

Tabelle 46 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Jugendarbeit.



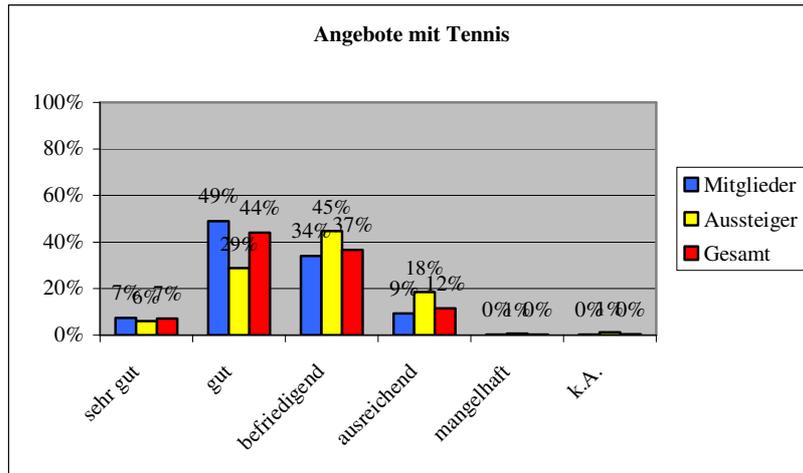
Im Gegensatz dazu sind allerdings auch nur 15% der befragten Mitglieder mit dieser unzufrieden. Die Bewertungen der Aussteiger fallen im Vergleich zu den Mitgliedern schlechter aus. 11% halten die Jugendarbeit für *sehr gut*, 24% für *gut*, 35% für *befriedigend*, 28% für *ausreichend* und *mangelhaft*. Insgesamt bewertet die Mehrheit (69%) der Befragten die Jugendarbeit mit *gut* bis *befriedigend*. Auch hier stützt der Hypothesentest die Erkenntnis aus der deskriptiven Statistik, es zeigt sich, dass Mitglieder die Jugendarbeit in ihrem Verein positiver sehen als die Aussteiger ($T=3,45$; $df=655$; $p=0,001$).

5.3.4 Bewertung der Angebote für die Mitglieder

1. Angebote mit Tennis

Während die Mitglieder die Angebotspalette ihres Vereins zu 56% mit *gut* bis *sehr gut* und immerhin noch 34% mit *befriedigend* bewerten, sind nur 35% der Aussteiger mit dieser zufrieden bis sehr zufrieden. 63% der Aussteiger bewerten die Angebote mit Tennis sogar nur mit *ausreichend* bis *mangelhaft*. Einen Unterschied der empfundenen Tennisangebote im Vergleich der Mitglieder- und Aussteigermeinungen konnte der Hypothesentest stützen ($T=4,55$; $df=656$; $p=0,000$).

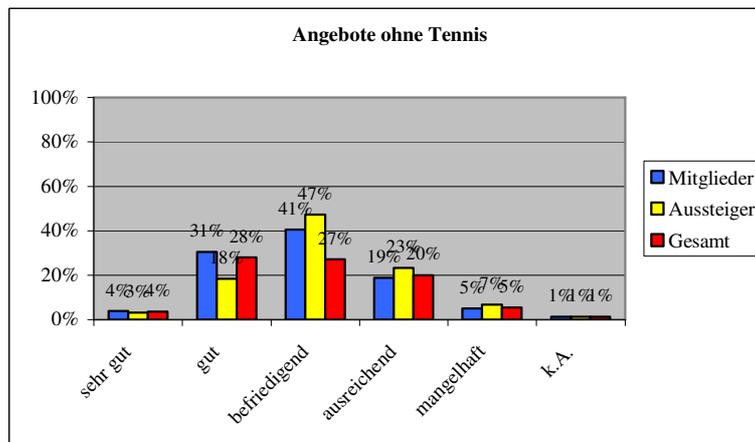
Tabelle 47 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Tennisangebote.



2. Angebote ohne Tennis

Aktionen, die von den Tennisvereinen neben Angeboten, die direkt mit dem Tennissport in Verbindung stehen, durchgeführt werden, werden von den meisten Mitgliedern mit *gut* und *befriedigend* bewertet (72%). Gegenüber den 4% der Mitglieder, welche diese Angebote als *sehr gut* bezeichnen, stehen 5%, welche sie mit *mangelhaft* bezeichnen. 19% der befragten Mitglieder halten die Angebote für *ausreichend*. Auch die Aussteiger beurteilen diese Angebote nicht besonders positiv. So beurteilt die Mehrheit der Aussteiger die Angebote mit 75% nur mit *befriedigend* bis *mangelhaft*. Insgesamt zeigt sich hier ein deutlicher Handlungsbedarf. Der Hypothesentest zeigt eine positivere Sichtweise der Mitglieder im Bezug auf Angebote ohne Tennis im Vergleich zu den Aussteigern ($T=2,62$; $df=651$; $p=0,009$).

Tabelle 48 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Angebote ohne Tennis.



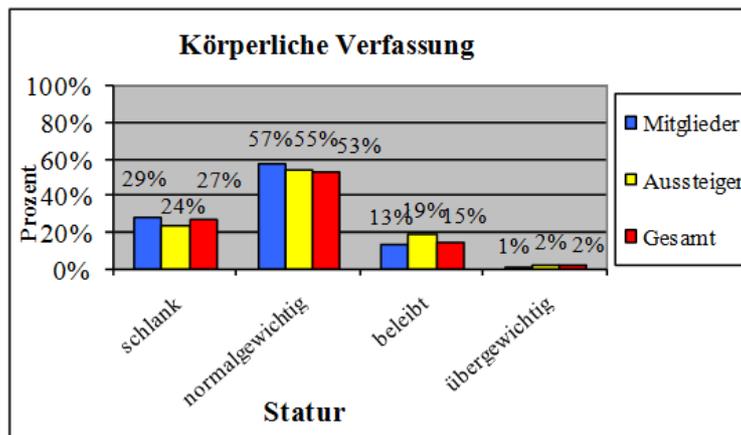
5.4 Einfluss der personalen Faktoren auf die Bindung im Tennis unter Berücksichtigung der Unterschiedsmerkmale zwischen Mitgliedern und Aussteigern

5.4.1 Physische Faktoren

1. Körperliche Verfassung

Wie aus der Tabelle hervorgeht, haben Mitglieder wie Aussteiger eine ähnliche Konstitution.

Tabelle 49 Verteilung in Bezug auf die körperliche Verfassung der Befragten.

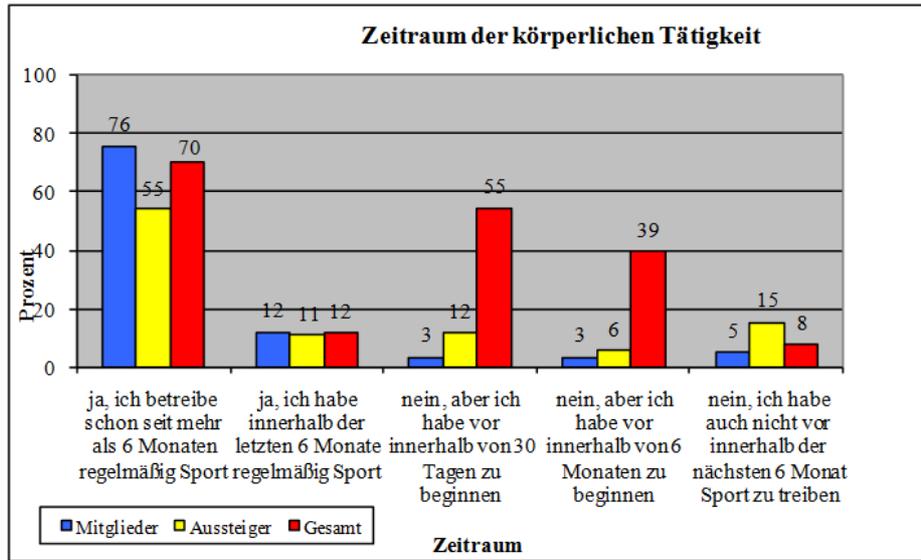


Die Mehrheit der Befragten (86% der Mitglieder und 79% der Aussteiger) geben an, *schlank* bis *normalgewichtig* zu sein. Aus der deskriptiven Statistik (siehe unten) lässt sich eine schlankere Statur der Mitglieder ablesen; dies konnte über die Hypothese, dass Mitglieder schlanker sind, zu der Gegenhypothese, dass Aussteiger schlanker sind, bestätigt werden ($T=343$; $df=659$; $p=0,001$).

2. Allgemeine sportliche Aktivität

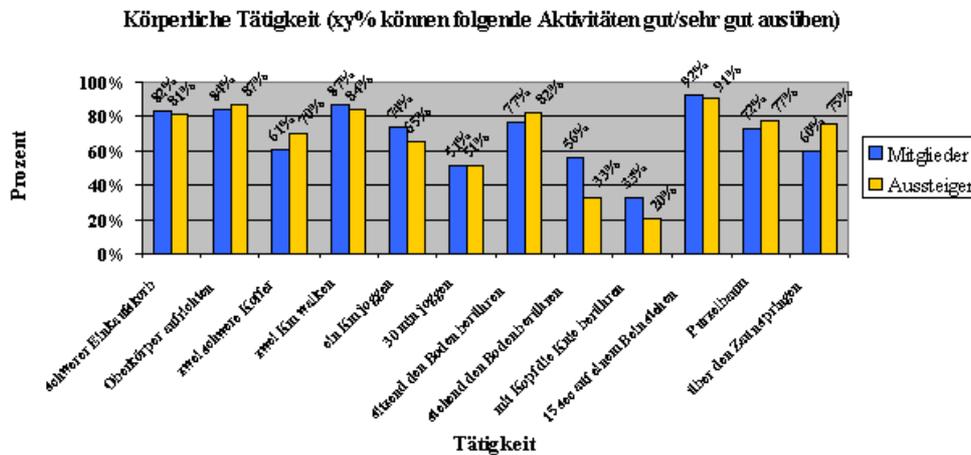
Wie aus der folgenden Tabelle ersichtlich ist, gehen 76% der befragten Mitglieder seit mehr als sechs Monaten regelmäßig einer sportlichen intensiven Tätigkeit regelmäßig nach. Die Aussteiger erreichten mit 55% eine relativ hohe Zahl. Insgesamt liegt der Durchschnitt der Befragten mit 70% weit über dem Durchschnitt der deutschen Bevölkerung. Dennoch gibt es 15% unter den Aussteigern, die sich weder zurzeit noch innerhalb der nächsten sechs Monate regelmäßig sportlich betätigen wollen. Demgegenüber stehen 5% der Mitglieder. Nun ist die Frage, aus welchen Gründen diese Befragten, Mitglieder eines Tennisvereins sind, wenn sie angeben sich sportlich nicht intensiv betätigen zu wollen.

Tabelle 50 Verteilung in Bezug auf die Regelmäßigkeit der sportlichen Aktivität.



In Bezug auf einzelne körperliche Aktivitäten lassen sich die Mitglieder von den Aussteigern nicht differenzieren. Beide Populationen sind in den meisten abgefragten Bereichen fit. Relativ deutliche Defizite zeigten im Bereich der Gelenkfähigkeit sowohl die Mitglieder - 33% können *sehr gut/gut* die Knie mit dem Kopf berühren - als auch die Aussteiger, von denen es nur 20% *sehr gut/gut* gelingt.

Tabelle 51 Verteilung in Bezug auf gute/sehr gute Durchführbarkeit von körperlichen Aktivitäten.

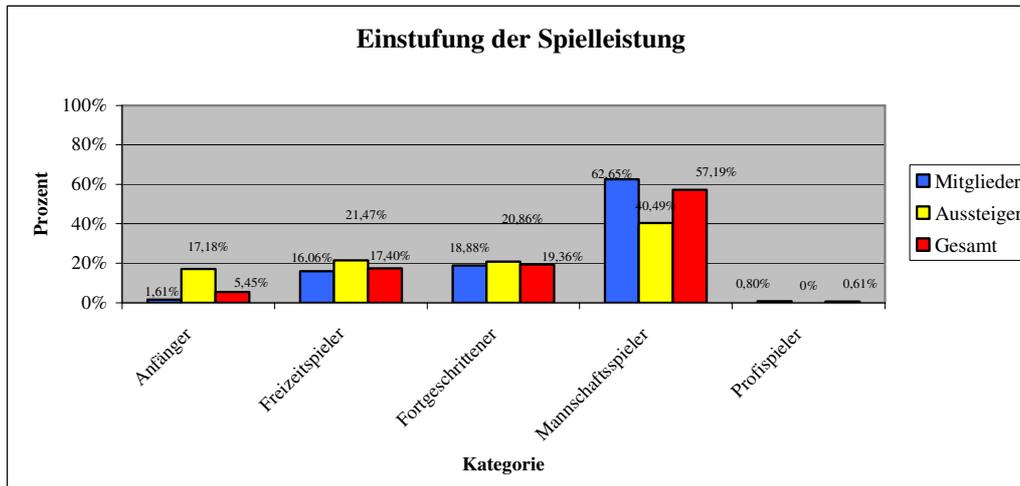


3. Einschätzung der tennisspezifischen Leistungsfähigkeit

Bei deskriptiv-statistischer Betrachtung der Datengrundlage zur tennisspezifischen Leistungsfähigkeit fällt sofort auf, dass mit 17% weitaus mehr Aussteiger zu der Kategorie der Anfänger zählen, als Mitglieder (2%). Auch im Bereich der Freizeitspieler überwiegen die Aussteiger mit ca. 5%. Während die Gruppe der Fortgeschrittenen ausgeglichen ist, beherrscht die Mehrheit der Mitglieder die Kategorie der Mannschaftsspieler (63%), während sich nur 41% der Aussteiger als Mannschaftsspieler bezeichnen. Diese Diskrepanz deutet daraufhin, dass

Mitglieder mehr Spielpartner haben und durch ihre Aktivitäten in der Mannschaft besser im Verein integriert sind. Dieser Frage wurde ebenfalls parallel in einem Hypothesentest nachgegangen und fand seine signifikante Bestätigung: Die subjektive tennisspezifische Leistungsfähigkeit fällt unter Mitgliedern signifikant höher aus als unter den Aussteigern ($T=6,26$; $df=220,760$; $p=0,000$).

Tabelle 52 Verteilung in Bezug die Einstufung der Spielleistung der Befragten.



5.4.2 Psychische Faktoren

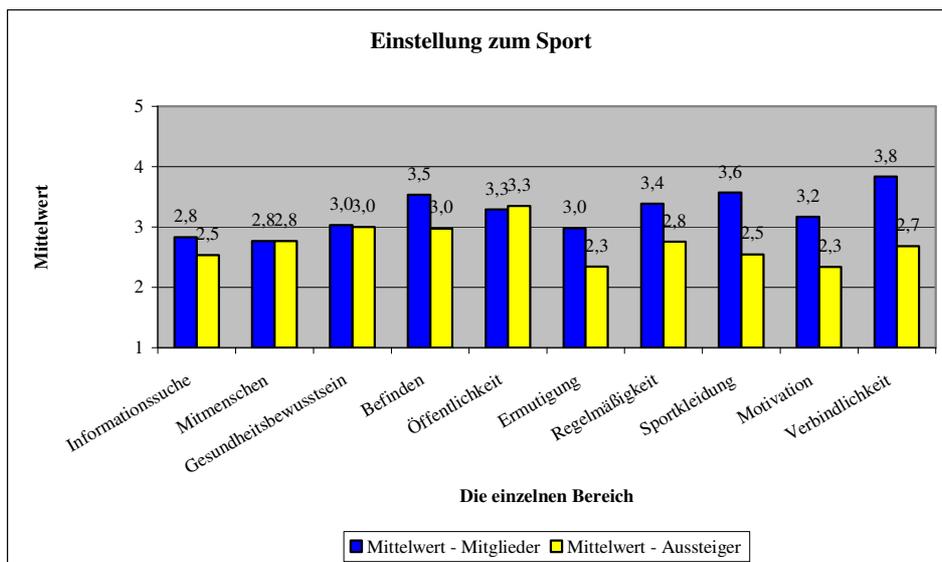
5.4.2.1 Motivations -und Zielvereinbarungen beim Sport

1. Einstellung zum Sport

Die Mitglieder zeigen sich gegenüber den Aussteigern deutlicher motivierter regelmäßig sportlich aktiv zu sein. Sie empfinden das sich daraus resultierende körperliche und geistige Wohlfühl als Grund genug, um sich sportlich zu betätigen. Es zeigt sich, dass die Mitglieder zudem deutlich mehr Ermutigung von Freunden und Bekannten erfahren als dies bei den Aussteigern der Fall ist.

Wie aus der Tabelle hervorgeht, liegt die Motivation, sich sportlich zu betätigen, bei den Mitgliedern mit einem Mittelwert von 3,2 im Gegensatz zu den Aussteigern mit einem Mittelwert von nur 2,3, deutlich höher. Ebenso verhält es sich in Bezug auf die Regelmäßigkeit und die Verbindlichkeit. Mit einem Mittelwert von 3,2 zeigen sich die Mitglieder deutlich motivierter als die Aussteiger mit nur 2,3. Im Bereich der Verbindlichkeit liegen die Mitglieder sogar mit einem Schnitt von 1,1 über dem Wert der Aussteiger.

Tabelle 53 Einstellung zum Sport.

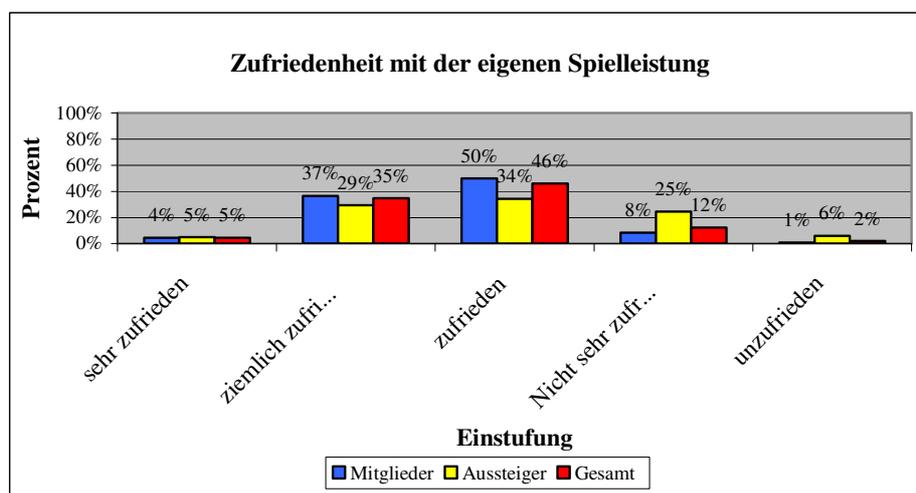


Ein deutlicher Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern liegt zudem in der Bereithaltung der Sportkleidung (Mittelwert der Mitglieder: 3,6; Mittelwert der Aussteiger: 2,5). Die Mitglieder haben auch bei der Informationssuche mit 2,8 einen höheren Mittelwert als die Aussteiger mit 2,5. Außerdem finden die Mitglieder eine größere Unterstützung im Umfeld (Mitglieder: 3,0; Aussteiger: 2,3) und fühlen sich durch den Sport wohler (Mitglieder: 3,5; Aussteiger: 3,0).

2. Zufriedenheit mit Spielleistung/Trainingszielen

Außerdem scheint die Zufriedenheit mit der eigenen Spielleistung in Beziehung hierzu zu stehen, was dadurch bestätigt wird, dass die 91% der Mitglieder mit ihrer Spielleistung *zufrieden bis sehr zufrieden* sind, während diese Zahl bei den Aussteigern mit 69% deutlich niedriger ist. Diese deskriptiv – statistische Aussage wird auch durch den Hypothesentest gestützt.

Tabelle 54 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Zufriedenheit mit der eigenen Spielleistung.

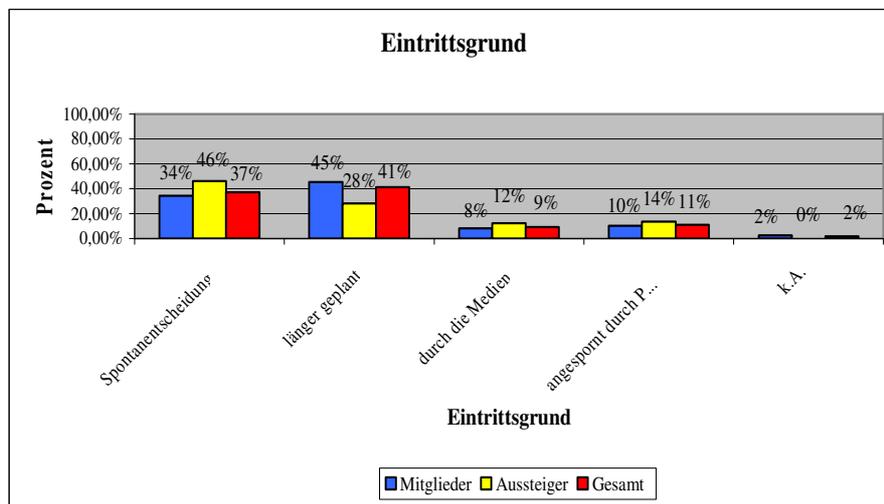


Die Mitgliederzufriedenheit ist hinsichtlich der eigenen Spielleistung signifikant höher als bei den Aussteigern ($T=3,619$; $df=218,644$; $p=0,000$).

3. Grund für den Eintritt

Die Zahlen der Befragung zeigen klare Unterscheide zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern in Bezug auf den Eintrittsgrund in den Tennisverein. So haben sich deutlich mehr Mitglieder aus einer länger überdachten Entscheidung für den Eintritt in ihren Tennisclub entschieden (45%) als Aussteiger (28%). Im Gegensatz dazu gab es 46% spontane Eintritte von Aussteigern und nur 34% unter den Mitgliedern. Zudem ließen sich 26% der Aussteiger durch die Medien bzw. Profitennisspieler zu einem Eintritt in einen Tennisverein verleiten, während dies nur bei 13% der Mitglieder der Fall war. Es lässt sich, insbesondere bei den Aussteigern, eine *Boomnuance* feststellen, die zum Eintritt in einen Tennisverein führte. Zählt man nun die Eintrittsgründe *durch Medien bewirkt* und *angespornt durch Profis* zu den Spontanentscheidungswerten hinzu, ergibt der Hypothesentest ($T=0,062$; $df=248,260$; $p=0,951$), dass den Mitgliedern eine längerfristige Entscheidung zu billigen ist als den Aussteigern, die sich kurz entschlossen und spontaner für einen Eintritt in den Tennisverein entschieden. Welche Bedeutung eine längerfristige Planung für eine Verhaltensänderung hat, zeigen bereits vorliegende Studien.

Tabelle 55 Verteilung der Befragten in Bezug auf den Eintrittsgrund.

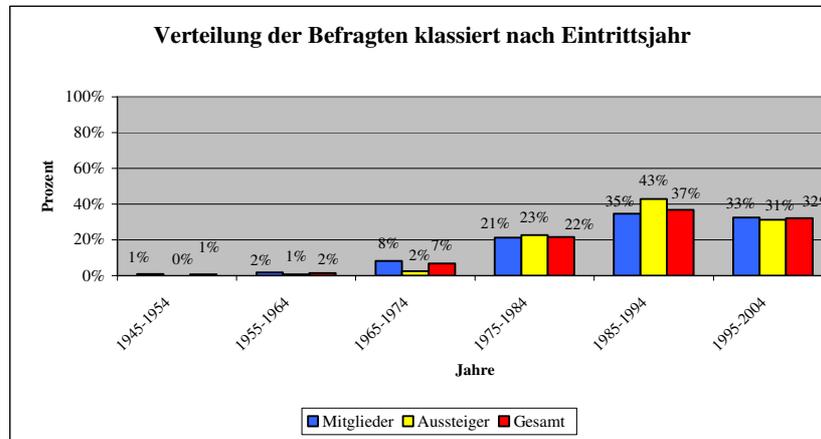


4. Eintritts- bzw. Austrittsjahr

Wie aus der folgenden Tabelle hervorgeht, gab es in dieser Studie mit durchschnittlich 22% sowohl bei den ehemaligen als auch bei den aktuellen Mitgliedern, insbesondere zwischen 1975 und 1984 einen ersten signifikanten Anstieg der Vereinseintritte. Zwischen den Jahren 1985 und 1994 stieg die Zahl der Eintritte sogar noch einmal an und erreichte eine Zahl von 37%. Zwischen 1995 und 2004 traten immerhin noch 32% der Befragten in einen Tennisver-

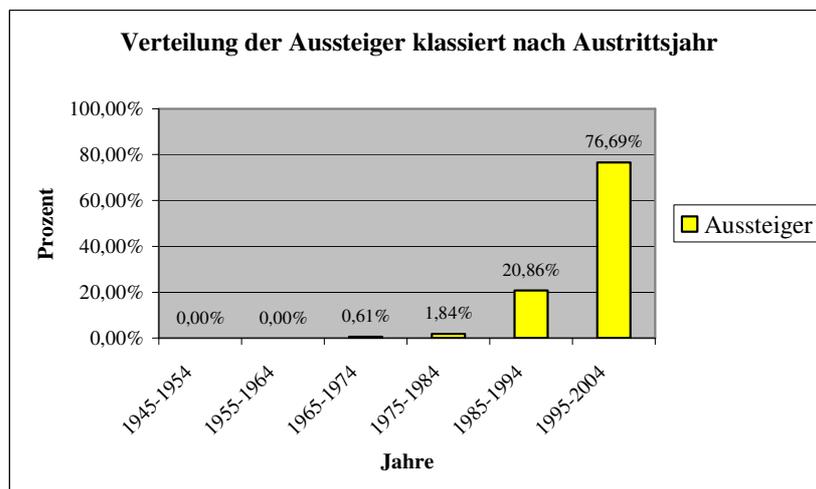
ein ein. Diese Zahlen spiegeln die Mitgliedszahlen des DTB während der sogenannten Boomzeit wider, in welcher Tennis sowohl in der Medienwelt als auch auf den Tennisplätzen von enormer Präsenz war.

Tabelle 56 Verteilung der Befragten klassiert nach dem Eintrittsjahr.



Die große Popularität des Tennissports zog die unterschiedlichsten Menschen in den Bann und so traten zwischen 1985 und 1994 43% der Aussteiger in einen Tennisclub ein. Mit einer sehr hohen Ausstiegsquote von 77% in den Jahren zwischen 1995 und 2004, wird der Attraktivitätsverlust der Tennisvereine deutlich sichtbar. Ob dieser Mitgliederschwund mit der Vermarktung des weißen Sports, mit dessen Idolen oder anderen Faktoren in Verbindung steht, wird im Anschluss diskutiert.

Tabelle 57 Verteilung der Aussteiger klassiert nach Austrittsjahr.



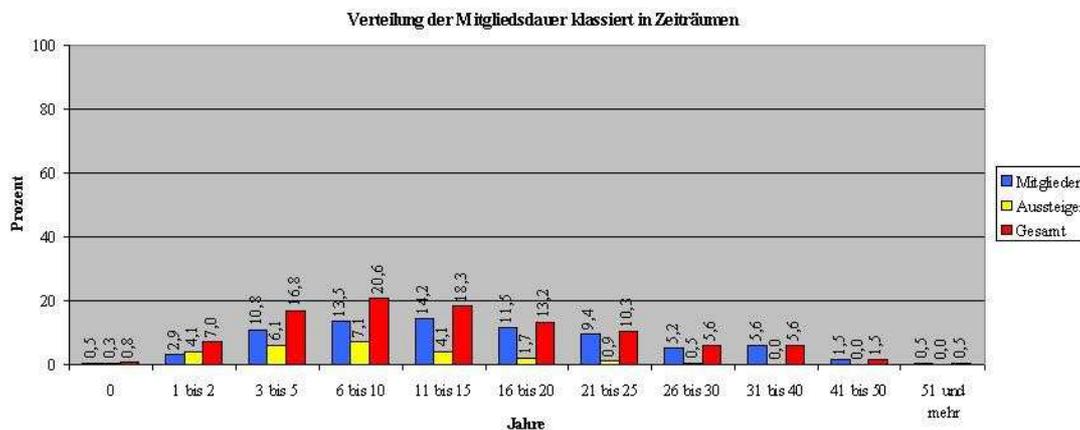
5.4.2.2 Verbindlichkeit

1. Dauer der Mitgliedschaft

Die folgende Darstellung zeigt, dass sich der Hauptteil der befragten Mitglieder zwischen drei und 40 Jahre an ihren Tennisverein gebunden haben. Immerhin knapp 2% aller befragten Mitglieder sind sogar schon 41 Jahre und länger Mitglied in ihrem Verein. Demgegenüber

beträgt die Dauer der Mitgliedschaft der Aussteiger zwischen 1 Jahr und 15 Jahre. Lediglich 1% der Aussteiger waren 21 bis 30 Jahre Mitglied in ihrem Verein. Aufgrund der breit gestreuten Datenlage wurde zur Absicherung der deskriptiven Statistik der Hypothesentest so angesetzt, dass die Untersuchung als Resultat eine Aussage über die Mitgliedschaftsdauer liefern sollte. Nullhypothese: Mitglieder haben eine längere Zugehörigkeitsdauer zu einem Tennisverein als Aussteiger; Gegenhypothese: Die Aussteiger haben eine höhere Zugehörigkeitsdauer als die Mitglieder. Die Gegenhypothese musste verworfen werden, statistisch signifikant ist die höhere Mitgliedschaftsdauer von Mitgliedern. Führt man noch eine Kreuzkorrelationsanalyse zu der Spontaneität des Tennissportausübens durch, findet sich eine positive Korrelation. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Mitglieder sich nicht nur länger mit dem Gedanken, Tennis zu spielen, auseinandersetzen, sondern dies auch für einen längeren Zeitraum tun als Spontan- und Kurzentschlossene.

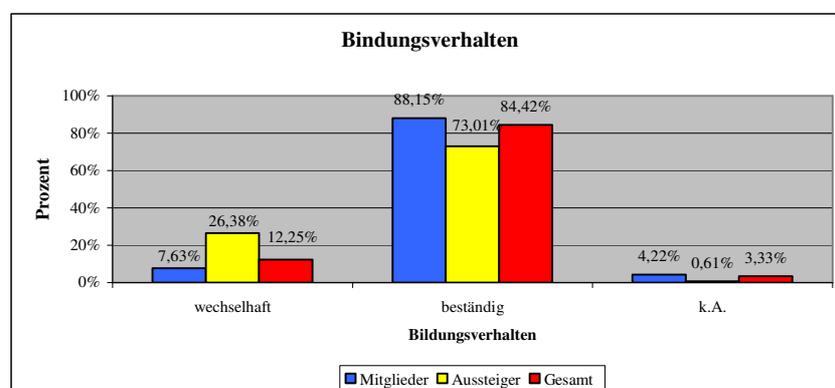
Tabelle 58 Verteilung der Mitgliedschaftsdauer klassiert in Zeiträumen.



2. Bindungsverhalten im Allgemeinen

Dass die Menschen heutzutage grundsätzlich nicht mehr bereit sind, sich langfristig an einen Verein zu binden, konnte in dieser Studie nicht bestätigt werden.

Tabelle 59 Verteilung der Befragten in Bezug auf das Bindungsverhalten.



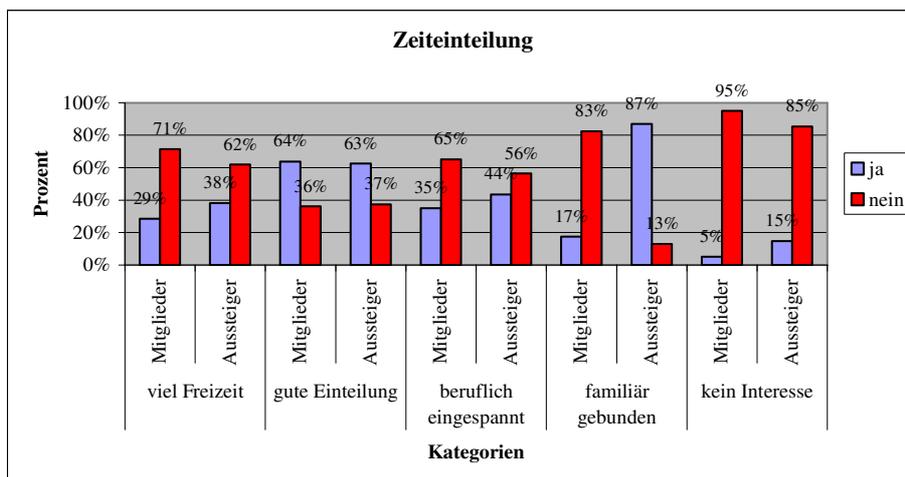
Dennoch ist ein signifikanter Unterschied zwischen dem Bindungsverhalten von Mitgliedern und Aussteigern auffällig. So geben 26% der Aussteiger an, eine große Begeisterungsfähig-

keit zu besitzen und ihre Interessen oft zu wechseln, während 88% der Mitglieder ein beständiges Durchhaltevermögen besitzen und sich gerne langfristig binden. 3% aller Befragten machten zu diesem Punkt keine Angaben. Mithilfe eines Hypothesentestes ließ sich ebenfalls zeigen, dass Mitglieder ein stabileres Bindungsverhalten aufweisen als die Population der Aussteiger. Diese Aussage stützt die Argumentation des vorangegangenen Abschnittes, der Mitgliedschaftsdauer von Mitgliedern und Aussteigern.

3. Zeiteinteilung

Aus der Abbildung geht hervor, dass sich die Aussteiger mit 44% beruflich um ca. 10% eingespannter fühlen als die Mitglieder mit 35%. Dennoch geben sie, im Gegensatz zu den Mitgliedern, an, viel Freizeit zu haben. Da mit Mitglieder mit 29% ca. 10% weniger Freizeit haben, als die Aussteiger.

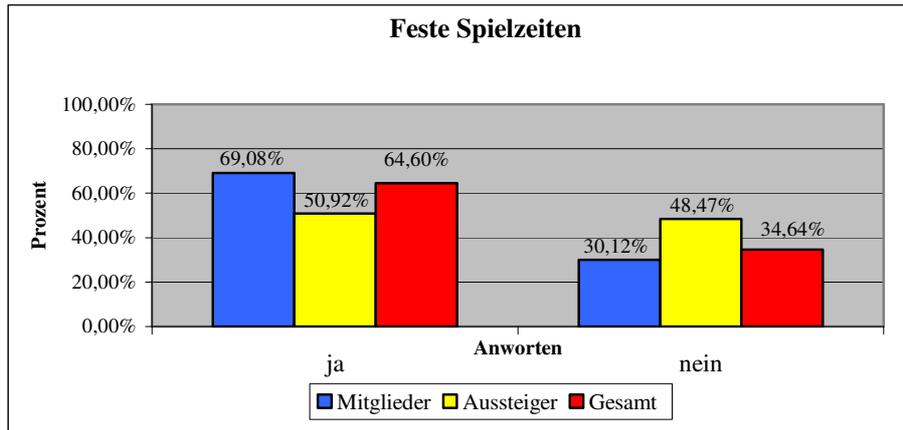
Tabelle 60 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Zeiteinteilung.



4. Feste Spielzeiten

Bei Betrachtung der nachstehenden Tabelle lässt sich statistisch – deskriptiv ablesen, dass die Aussteiger genauso wie die Mitglieder mit einem Durchschnitt von 65% eine erstaunlich hohe Prozentzahl in diesem Bereich erreichen. Dennoch ist auffällig, dass ca. 20% mehr Mitglieder feste Termine für das wöchentliche Tennisspiel einplanen als die Aussteiger.

Tabelle 61 Verteilung in Bezug auf „feste Spielzeiten“.

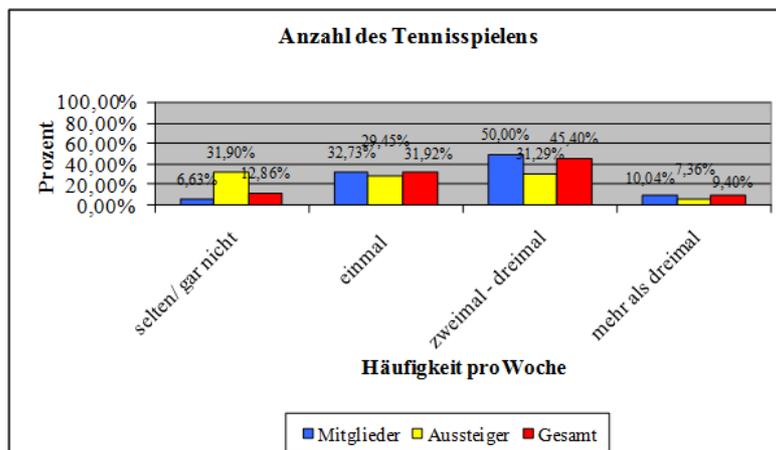


Die Hypothese: Mitglieder haben im Gegensatz zu Aussteigern feste Spielzeiten in ihrem Wochenplan, wurde angenommen ($T=4,32$; $df=654$; $p=0,000$). Der Hypothesentest stützt somit die deskriptive Statistik. Dabei lassen sich die befragten Mitglieder auch während schlechter Trainingsbedingungen nicht davon abhalten Tennis zu spielen. Während 69% der befragten Mitglieder eine feste Spielzeit in der Woche angegeben haben, waren es auch nur rund 51% bei den Aussteigern. Allerdings ist auch die Zahl der Mitglieder (30%), die keine feste Spielzeit für den Tennissport angeben, relativ hoch.

5. Die durchschnittliche Anzahl des Tennisspielens pro Jahr

Wie aus dem Datenmaterial deskriptiv statistisch ersichtlich ist, liegt die Zahl der Spieleinheiten pro Jahr bei den Mitgliedern mit 98x deutlich höher als bei den Aussteigern, die im Durchschnitt nur 67x pro Jahr Tennisspielen.

Tabelle 62 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Anzahl des Tennisspielens pro Woche.



Auch die Zahl der Aussteiger, die nur selten oder sogar nie Tennis spielen (32%), ist im Gegensatz zu den aktiven Mitgliedern (7%) signifikant höher. Die Zahl der Mitglieder, die zwei

bis dreimal pro Woche Tennis spielen (50%) ist ebenfalls deutlich höher, als die Zahl der Aussteiger (33%). Der Hypothesentest zur statistischen Absicherung dieser Aussage ergab, dass die Aussteiger deutlich seltener Tennis spiel(t)en als die Mitglieder ($T=5,83$; $df=236,438$; $p=0,000$).

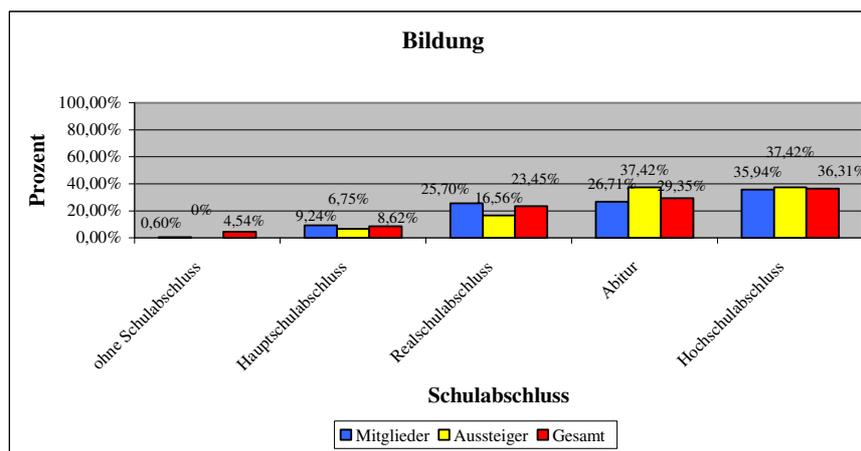
5.5 Einfluss der sozialen Faktoren auf die Bindung im Tennis unter Berücksichtigung der Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern

5.5.1 Merkmale des Lebensstils außerhalb des Tennisvereins

1. Bildung

Wie aus der folgenden Abbildung hervorgeht, gibt es in dieser Studie hinsichtlich der Bildung kaum Unterschiede zwischen Aussteigern und Dabeibleibern. Es ist allerdings auffällig, dass es unter den Aussteigern mehr Haupt- und Realschulabgänger gibt, während die Zahl der Dabeibleiber mit Abitur höher ist, als die der Aussteiger. Ohne Schulabschluss ist nur eine geringe Prozentzahl (insgesamt 0,45%). Ein Hypothesentest konnte eine ablesbare Signifikanz zu einem höheren Bildungsabschluss unter Mitgliedern im Vergleich zu Aussteigern zeigen ($T=61,87$; $df=655$; $p=0,000$). Laut Umfrage ist die Zahl der Fachhochschul- und Hochschulabgänger unter allen befragten Tennisspielern dieser Befragung mit 36% am höchsten. Auch die Anzahl derjenigen, die die Schule mit der Allgemeinen Hochschulreife beendet haben, ist mit 29% relativ hoch. Demgegenüber stehen die Tennisspieler, die entweder keinen oder nur einen Hauptschulabschluss besitzen mit 11%.

Tabelle 63 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bildung.

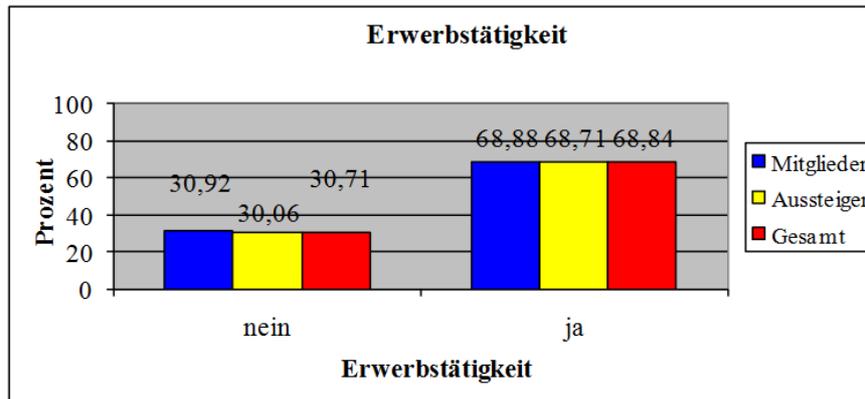


Unter den Tennisspielern gibt es bei den Mitgliedern (36%) ebenso wie bei den Aussteigern (37%), überdurchschnittlich viele Fach- und Hochschulabgänger; die Zahl der Personen ohne Schulabschluss oder mit einem Hauptschulabschluss ist bei beiden Gruppen (Mitglieder 9%, Aussteiger 7%) sehr niedrig.

2. Erwerbstätigkeit

Im Bereich der Erwerbstätigkeit gibt es zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern keine Unterschiede. Genauso wie 69% der Mitglieder, sind 69% der Aussteiger erwerbsfähig; nicht erwerbstätig sind 31% der Mitglieder und 30% der Aussteiger. Ein Hypothesentest hat auch hier einen signifikanten Unterschied feststellen können ($T=31,75$; $df=640$; $p=0,000$).

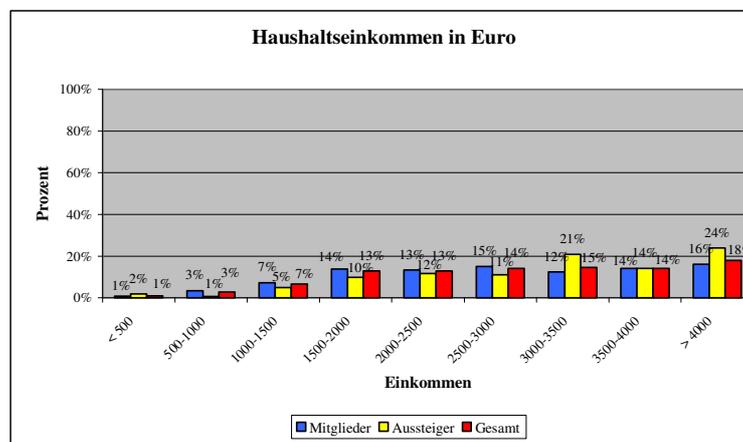
Tabelle 64 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Erwerbstätigkeit.



3. Einkommen

61% der Befragten verfügen über ein monatliches Haushaltsgeld von 2.500 Euro. Immerhin 32% haben sogar über 3.500 Euro pro Monat zur Verfügung.

Tabelle 65 Verteilung der Befragten in Bezug auf das Netto-Haushaltseinkommen in Euro.



Im Vergleich zwischen Mitgliedern und Aussteigern gibt es mehr Mitglieder als Aussteiger in den Kategorien von 500 Euro bis 3.000 Euro. Zwischen 3.000 und 3.500 Euro und über 4.000 Euro steht das Verhältnis zwischen Aussteigern und Mitgliedern 45% zu 29% und bezüglich des Haushaltseinkommens von 3.500 und 4.000 Euro liegen sowohl die Aussteiger als auch die Mitglieder mit 14% bzw. 14% auf einer Ebene. Der Hypothesentest konnte keinen signifikanten Unterschied zwischen dem Haushaltseinkommen der Mitglieder und den Aussteigern feststellen ($T=9,78$; $df=658$; $p=0,059$).

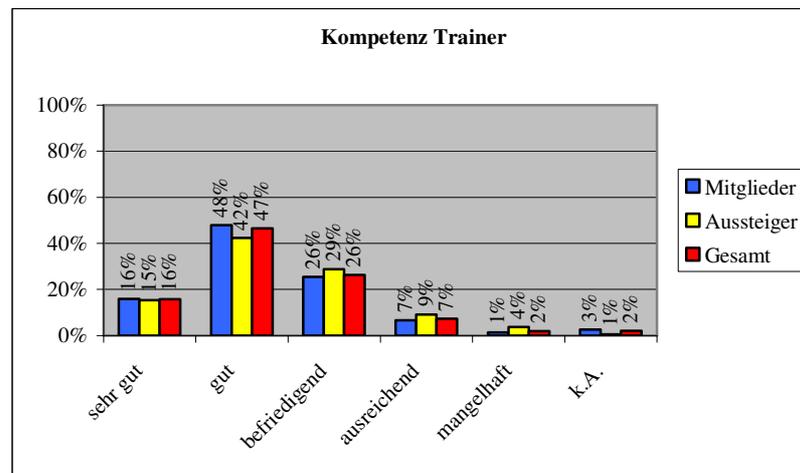
5.5.2 Bewertung der sozialen Strukturen im Tennisverein

5.5.2.1 Bewertung des Trainers

1. Kompetenz des Trainers

Einigkeit herrscht bei den Befragten bei der Einschätzung der Kompetenz der Trainer und so gibt es hier keine nennenswerten Unterschiede. Mit 47% schätzt die Mehrheit der Befragten ihren Trainer als kompetent ein. Bestätigt wird diese deskriptive Erkenntnis wiederum durch einen Hypothesentest, der keinen signifikanten Unterschied in der Tennistrainerkompetenzbeurteilung zwischen Mitgliedern und Aussteigern zutage fördert ($T=1,88$; $df=645$; $p=0,059$).

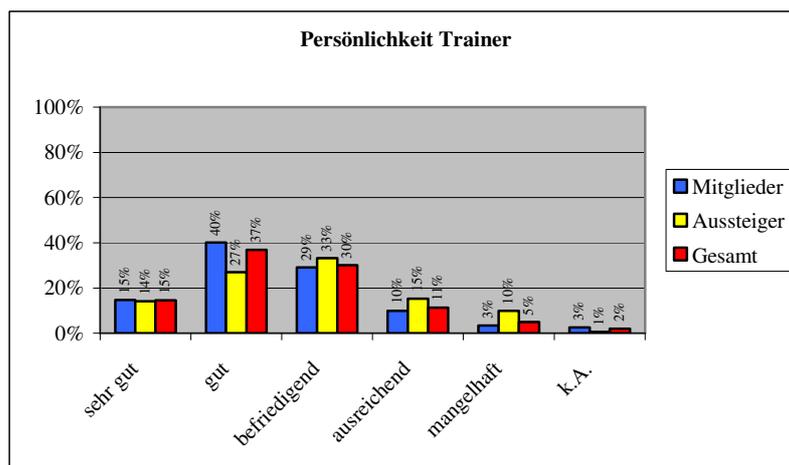
Tabelle 66 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Kompetenz des Trainers.



2. Persönlichkeit des Trainers

Die Persönlichkeit der Trainer wird von den Mitgliedern mit 55% mit *sehr gut* und *gut* beurteilt. Mit 41% liegen die Aussteiger signifikant darunter und haben dementsprechend im Bereich *befriedigend* bis *mangelhaft* höhere Prozentzahlen (58% sind mit der Persönlichkeit des Trainers nicht wirklich zufrieden). Im Vergleich hierzu beurteilen 42% der befragten Mitglieder die Persönlichkeit ihres Trainers mit *befriedigend* bis *mangelhaft*. Der Hypothesentest zeigt eine deutlich positivere Trainerpersönlichkeitsbeurteilung seitens der Mitglieder gegenüber den Aussteigern ($T=3,31$; $df=242,356$; $p=0,001$).

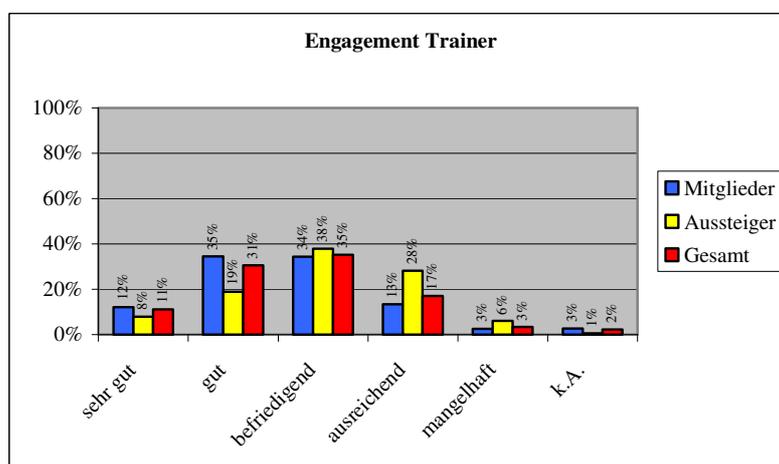
Tabelle 67 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Persönlichkeit des Trainers.



3. Engagement des Trainers

Die Meinungen über das Engagement der Trainer gehen stark auseinander. Tendenziell fällt die Bewertung der Mitglieder in diesem Punkt positiver aus, als bei den Aussteigern. So bewerten 81% der Mitglieder das Engagement ihres Trainers mit *sehr gut* bis *befriedigend* und 72% der Aussteiger mit *befriedigend* bis *mangelhaft*. Der Hypothesentest fand ebenso einen signifikanten Unterschied in der Engagementbeurteilung des Trainers zwischen Mitgliedern und Aussteigern ($T=5,29$; $df=644$; $p=0,000$).

Tabelle 68 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Engagement des Trainers.



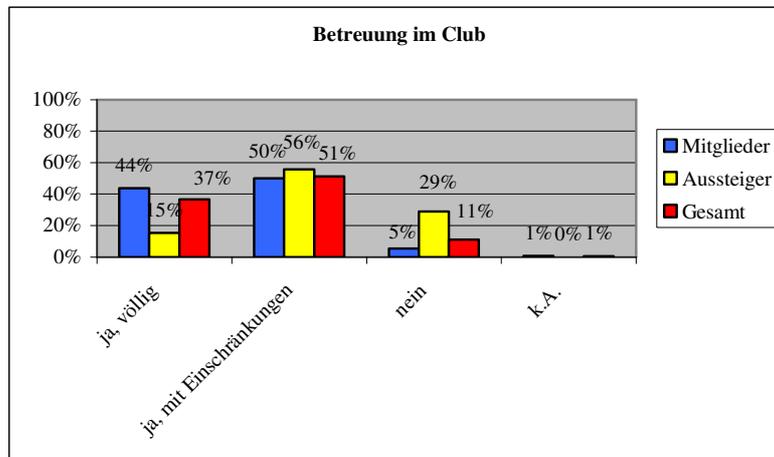
5.5.2.2 Bewertung der sozialen Einbettung im Verein

1. Betreuung im Club

Die Frage nach der Wahrnehmung in Bezug auf die Betreuung im Verein zielte auf die Zufriedenheit mit der sozialen Einbettung im Verein ab. Es konnte festgestellt werden, dass sich nur 15% der Aussteiger in ihrem Tennisverein genügend integriert fühlen. Demgegenüber

stehen 44% der Mitglieder, die mit der Betreuung in ihrem Tennisverein völlig zufrieden sind. 51% aller Befragten empfinden die Betreuung in ihrem Club mit Einschränkungen als positiv.

Tabelle 69 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Betreuung im Club.

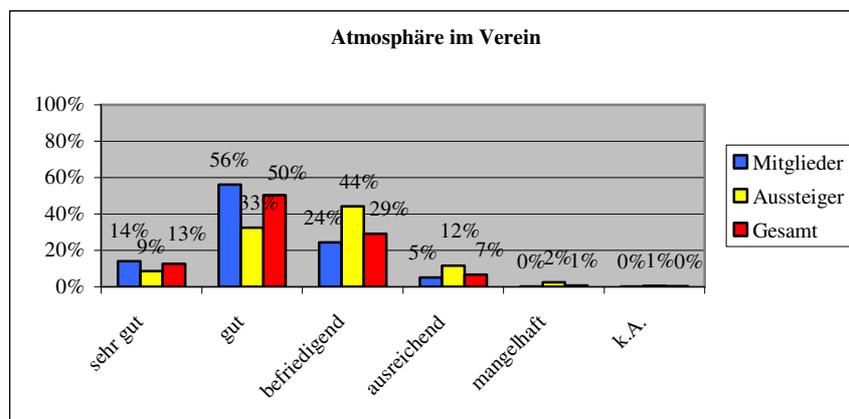


Der Hypothesentest zeigte einen hochsignifikanten Unterschied zwischen der Bewertung der Mitglieder und der Aussteiger in Bezug auf die empfundene Betreuung der Mitglieder im Tennisclub ($T=9,536$; $df=655$; $p=0,000$).

2. Atmosphäre im Verein

Die Atmosphäre im Verein empfinden deutlich mehr Mitglieder (70%) als Aussteiger (41%) als *gut* oder sogar *sehr gut*. 24% der Mitglieder bewerten die Atmosphäre in ihrem Tennisverein als *befriedigend* und lediglich 5% als *ausreichend* bzw. *mangelhaft*. Im Gegensatz dazu fiel die Bewertung der Aussteiger mit 44%, welche die Atmosphäre im Verein als *befriedigend*, mit 12% als *ausreichend* und mit 1% als *mangelhaft* signifikant schlechter aus.

Tabelle 70 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Atmosphäre im Verein.

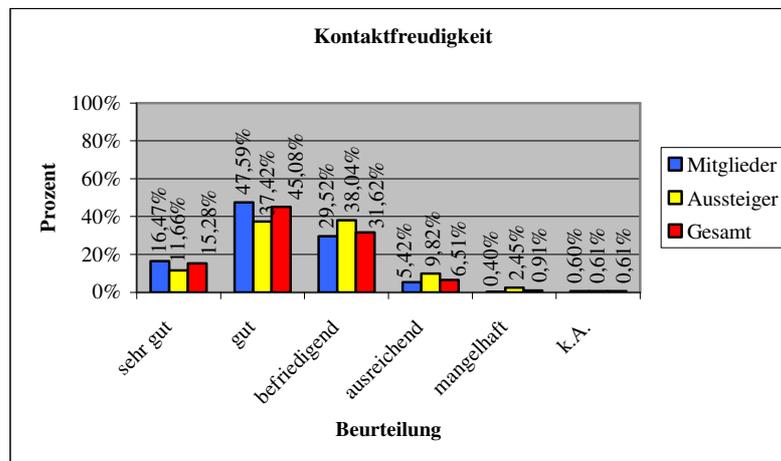


Dieser deutliche Unterschied wurde auch wieder mit dem Hypothesentest abgesichert. Es wurde sehr deutlich, dass sich die Mitglieder im Verein wohler fühlen als die Aussteiger ($T=5,925$; $df=240,755$; $p=0,000$).

3. Kontaktfreudigkeit der Mitglieder

Ebenfalls positivere Beurteilungen gab es von den Mitgliedern bezüglich der Kontaktfreudigkeit. So empfinden 64% der Mitglieder die Kontaktfreudigkeit in ihrem Tennisverein als *gut* bis *sehr gut* und immerhin noch 29,52% als *befriedigend*. Dagegen stehen die Aussteiger mit 49% im *guten* bis *sehr guten* Bereich und mit 38% im *befriedigenden*. 12% sind mit der Kontaktfreudigkeit *nicht zufrieden*. Der Hypothesentest konnte einen hochsignifikanten Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern hinsichtlich ihrer Bewertung der Kontaktfreudigkeit der Mitglieder im Verein erkennen ($T=3,54$; $df=248,997$; $p=0,000$).

Tabelle 71 Verteilung der Befragten in Bezug auf die Bewertung der Kontaktfreudigkeit im Club.



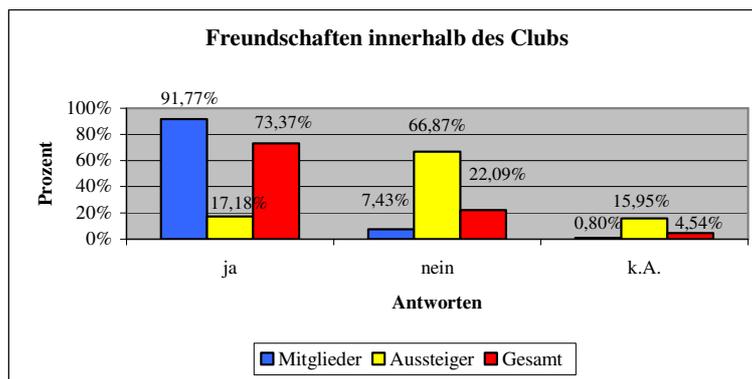
4. Anzahl von Spielpartnern

Die Mitgliederstruktur wurde von insgesamt 8% aller Befragten für den Attraktivitätsverlust des Tennissports benannt. Während 5% der Mitglieder den Mangel an Spielpartnern bemängelten, taten dies sogar 18% der Aussteiger. Das bedeutet, dass fast jeder 5. Aussteiger mit der Anzahl der Spielpartner unzufrieden ist. Auch der T-Test kommt zu dem Ergebnis, dass es in der Bewertung der Anzahl von Spielpartnern einen signifikanten Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern gibt ($T=8,42$; $df=642$; $p=0,000$).

5. Freundschaften innerhalb des Vereins

Wenn man in einen Verein eintritt, hat das meistens auch soziale Gründe, da dort mitunter Freundschaften geknüpft werden können. Dies ist auch das Stichwort für diese Übersicht. Bei den Mitgliedern, die noch aktiv im Verein sind, ist mit 92% zu erkennen, dass diese deutlich mehr soziale Kontakte und Freundschaften im Club haben, als die Aussteiger mit nur 17%. Lediglich 7% der Mitglieder haben diese Frage mit nein beantwortet. Der Hypothesentest bringt einen relativ deutlichen Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern zutage ($T=1,87$; $df=184,756$; $p=0,064$).

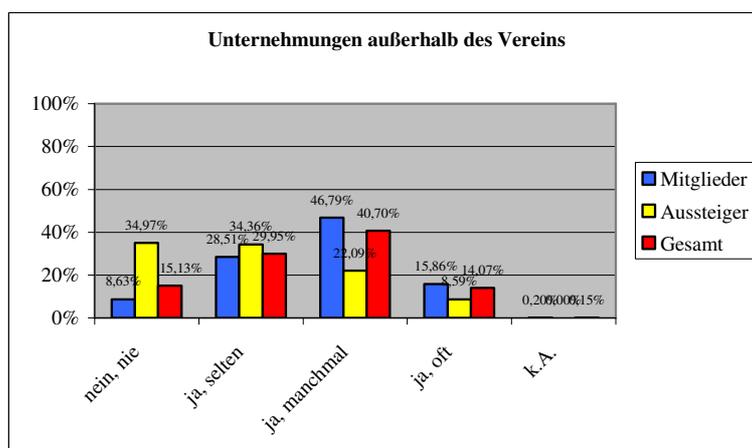
Tabelle 72 Die Bewertung von Freundschaften innerhalb des Clubs.



6. Unternehmungen mit Tennisfreunden außerhalb des Vereins

Bei der Auswertung dieser Frage, zeigt sich ein Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern. 91% der Mitglieder treffen Bekannte aus dem Verein auch außerhalb von diesem, während dies nur 65% der Aussteiger tun. Gestützt wird diese deskriptive statistische Aussage durch den Hypothesentest, der hochsignifikant ausfällt ($T=8,07$; $df=658$; $p=0,000$).

Tabelle 73 Die Bewertung der Unternehmungen außerhalb des Vereins.



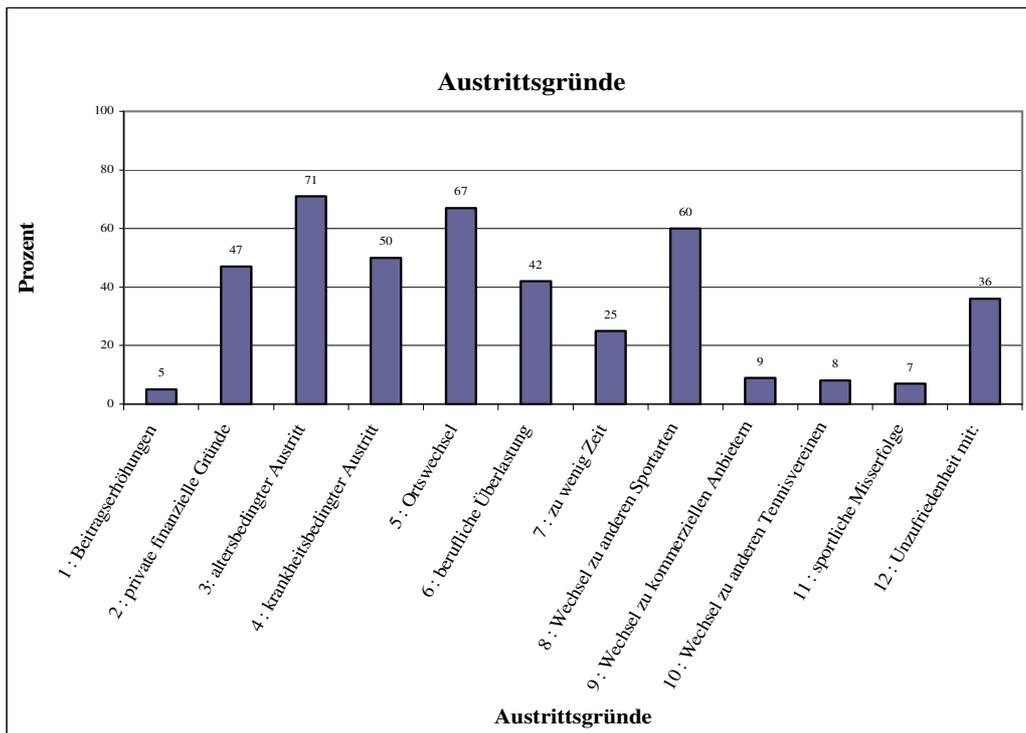
5.6 Einschätzung der Austrittsgründe: Tennisspieler vs. Sportfunktionäre

1. Austrittsgründe aus Sicht der Vereinsvorstände

Die Tabelle zeigt, dass die Vorstandsmitglieder der Tennisvereine folgende Gründe für die Top 5 Austrittsgründe ihrer Mitglieder halten:

1. altersbedingte Gründe (71%)
2. aufgrund von Ortswechsel (67%)
3. Wechsel zu anderen Sportarten (60%)
4. krankheitsbedingte Gründe (50%)
5. private finanzielle Gründe (47%).

Tabelle 74 Austrittsgründe aus Sicht der Vorstandsmitglieder.



Beitragserhöhungen (5%), Wechsel zu anderen Tennisvereinen (9%) bzw. kommerziellen Anbietern (8%) oder sportliche Unzufriedenheit (7%) wurden nur in seltenen Fällen als Grund für den Austritt angegeben. Die Vorstandsarbeit wurde nur in 2% aller Fälle als Austrittsgrund angegeben. Es ist auffällig, dass die Vorstandsmitglieder die Gründe, die zum Austritt führen, hauptsächlich bei der Person per se und deren Umfeld sehen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass der Austritt nicht auf clubrelevanten Gründen beruht. Dass dies aus Mitgliedersicht allerdings anders gesehen wird, und es sich hierbei teilweise um geschätzte Angaben der Vorstände handelt, zeigt die folgende Graphik.

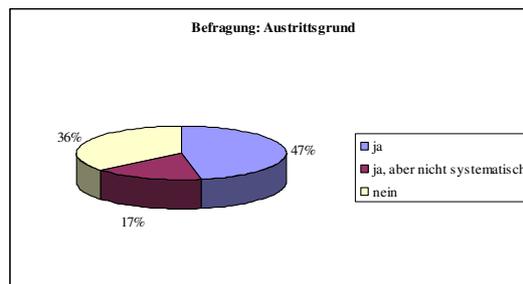


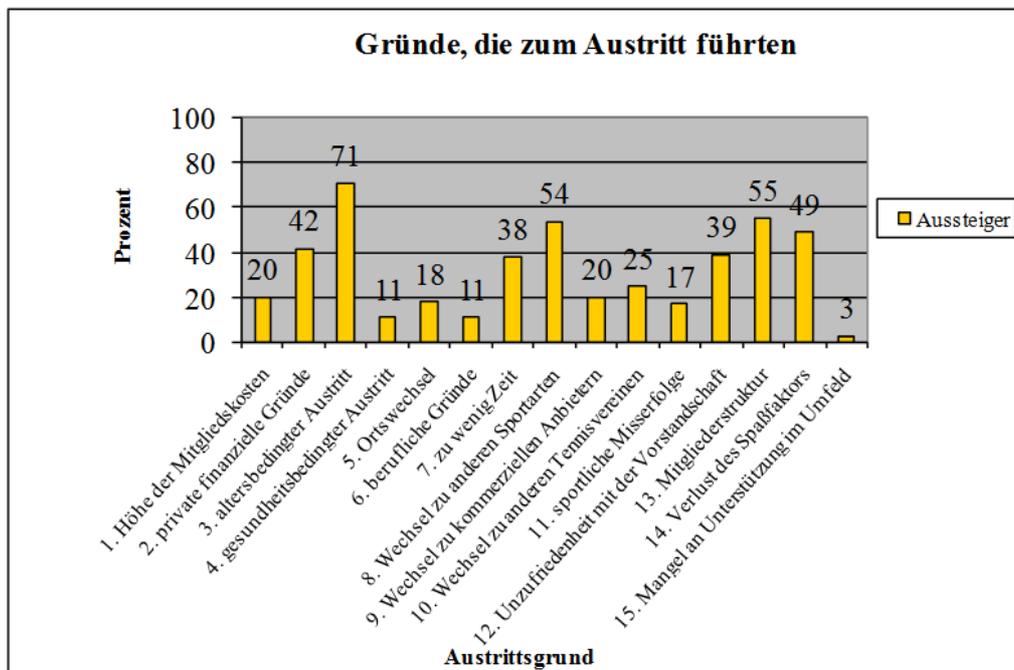
Abbildung 21 Frage nach dem Austrittsgrund.

So erkundigen sich 36% der Vereine nicht nach dem Austrittsgrund ihrer Mitglieder, 47% fragen gelegentlich nach und 17% sogar nach System.

2. Grund für den Austritt (Aussteiger)

Wie die Tabelle zeigt, beruhen die Austritte in der Regel auf Altersgründen, Wechsel zu anderen Sportarten, der Mitgliederstruktur, den Verlust des Spaßfaktors sowie der Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit.

Tabelle 75 Verteilung der befragten Aussteiger in Bezug auf den Austrittsgrund.



Ein Tennisclub kann keinen direkten Einfluss auf Faktoren wie die Eigendisziplin nehmen, aber positive Voraussetzungen durch ein günstiges Umfeld schaffen. Es zeigt sich, dass Mitgliedskosten, Alter, Kinderanzahl, externe Motivation, die Arbeit von Vorstand und Trainern, ein Gastronomieangebot, Unternehmungen auch außerhalb des Clubs sowie die Vereinsatmosphäre sich positiv auf eine Mitgliedschaft auswirken - Stellschrauben, an denen einzelne Clubs direkt arbeiten können. Eine *Eigenmotivation*, die schon bei Mitgliedern vorhanden sein muss, kann durch Turniere etc. noch gesteigert werden, so dass auch hier Ansatzpunkte für die Tennisclubs bestehen. Ein unterstützendes Umfeld, das die Eigenmotivation sowie die Disziplin durch Spaß fördert, stärkt durch positive Akzente bei clubrelevanten Faktoren letztendlich auch die mentale und physische Fitness eines jeden Mitgliedes und wirkt sich, wie diese Analyse belegt, positiv auf die Mitgliedschaft aus.

5.7 Zusammenfassung

Die Untersuchung der Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern ergab nach deskriptiver statistischer Analyse, Hypothesentests, einer anschließenden Korrelationsanalyse sowie dem Vergleich von Kreuztabellen eine Diskrepanz zwischen den befragten Gruppen. Während die ökonomischen und strukturellen Merkmale von allen Befragten äh-

lich beurteilt wurden, zeigte sich gerade in Bezug auf die Wahrnehmung interner und sozialer Faktoren ein signifikanter Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern. Die Ergebnisse zeigen, dass verschiedene Faktoren ausschlaggebend für eine langjährige, zufriedene Bindung an den Verein bzw. für einen Austritt sind. Diese werden im nächsten Kapitel diskutiert.

6 Diskussion der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studie haben bestätigt, dass ein Austritt grundsätzlich nicht nur aus einem Grund erfolgt, sondern in der Regel multikausaler Herkunft ist und aus einem großen Faktorengewebe besteht, wie bereits in Kapitel 2.6 beschrieben. Es hat sich gezeigt, dass sich soziale und personale Faktoren ebenso wie ökonomische und strukturelle Faktoren auf die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein auswirken; wobei die Determinanten, die für den Eintritt von Bedeutung waren, im Verlauf der Mitgliedschaft wechseln können. Die obengenannten Faktoren werden im Folgenden in Anlehnung an Wagner (2000) erörtert.

6.1 Ökonomische und strukturelle Faktoren

Dass sich die ökonomischen und strukturellen Faktoren: Bewertung der Tennisanlage, Höhe des Jahresbeitrages, Engagement des Vorstandes sowie Angebote für die Mitglieder auf die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein auswirken, konnte mit dieser Studie belegt werden.

6.1.1 Bewertung der Tennisanlage

Die Frage nach der Zufriedenheit mit der Gastronomie wurde von 7% der Befragten nicht beantwortet. Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass nicht jeder Tennisverein über eine Gastronomie verfügt. Dass die Aussteiger die Gastronomie tendenziell schlechter bewerten als die Mitglieder, könnte damit zusammenhängen, dass die Aussteiger nicht optimal in den Verein integriert waren und somit zum einen auf mehr Details geachtet haben als die Mitglieder und zum anderen keinen Bezug zur Gastronomie bilden konnten. Generell kommt es doch auf die Gesellschaft und die Stimmung an – dabei relativiert sich der Ort und wird zur Nebensache. Laut Veltins Sportstudie 2001 ist der *eigene PKW das Hauptverkehrsmittel, um zur Sportstätte zu gelangen*. Dabei beträgt der zurückgelegte Weg vom Wohnort zum kommerziellen Sportanbieter im Durchschnitt 12,2 km, während der Weg zum Sportverein durchschnittlich gerade einmal 6,2 km beträgt. Die Mehrheit der Vereinssportler (59%) wohnt sogar nur ca. 3 km von ihrem Verein entfernt. Dies zeigt, dass der Verein im sozialen Umfeld der Mitglieder einen besonders hohen Bezug hat (siehe Veltins Sportstudie 2001). Auch in dieser Studie beurteilten die Befragten die Lage ihres Tennisvereins sehr positiv, wobei es kaum Unterschiede zwischen den befragten Aussteigern und Mitgliedern gab. Die Lage eines Vereins ist für jedes neue Mitglied sofort einschätzbar und somit kommt es in der Regel nicht zu Überraschungen,

wie sie in anderen Bereichen des Vereins, z.B. der Vereinsatmosphäre, auftreten können. Das neue Mitglied weiß somit bereits vor Eintritt in den Verein genau, worauf es sich einlässt.

6.1.2 Höhe des Jahresbeitrages

Es ist offensichtlich, dass die Mitgliederbeiträge im Tennis höher sind als in anderen Sportarten, wie z.B. Fußball oder Turnen. Dennoch liegen die Beiträge in einem Bereich, der von einem Großteil der Bevölkerung bezahlbar ist. Zum Tragen kommt hierbei wahrscheinlich der Faktor *Wert*. Betreibe ich eine Sportart gerne, bin ich in der Regel dazu bereit mehr Geld auszugeben, wenn ich einen großen Nutzen daraus ziehen kann (u.a. Spaß, Fitness, freundschaftliche Kontakte). Im umgekehrten Fall ist mir jeder Euro zu viel, den ich für eine Sportart bezahle, bei der ich keine innere Befriedigung finde. So gesehen ist die Höhe des Jahresbeitrages in vielen Fällen womöglich eine Folgeerscheinung auf eine Grundunzufriedenheit mit dem Verein oder dem Tennissport per se. Abgesehen davon zählt ein großer Teil der Mitglieder zu den „gut situierten“. Daher ist es nicht überraschend, dass *nur 20%* der Aussteiger die Höhe der Mitgliedsbeiträge als Austrittsgrund benannten; dies deutet darauf hin, dass der Mitgliederrückgang im Tennis nicht primär auf finanzielle Bedingungen zurückzuführen ist.

6.1.3 Engagement des Vorstandes

39% der Aussteiger gaben *Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit* als Austrittsgrund an, was zeigt, welche Bedeutung der Vorstand für ein Mitglied hat. Da der Vorstand für die Organisation verantwortlich ist und den Verein in der Öffentlichkeit repräsentiert, wird der Vorstand häufig mit dem Tennisverein per se gleich gesetzt. Früher mussten Tennisspieler sich bei begehrten Vereinen auf *Wartelisten* setzen lassen und waren bereit *Bausteine* zu bezahlen, um aufgenommen zu werden. Heute muss man sich um jedes Mitglied bemühen. Es haben sich noch nicht alle Vereine auf die neue Situation eingestellt, in welcher sie für ihren Verein werben müssen und so ist es nicht verwunderlich, dass 10% aller Befragten mangelnde bzw. veraltete Vorstandsarbeit sogar für einen der Gründe halten, weshalb Tennis an Attraktivität verloren hat.

6.1.4 Angebote für die Mitglieder

Sowohl die Mitglieder als auch die Aussteiger bewerteten die Angebote, die ihnen von ihren Vereinen tennisspezifisch oder aber auch tennisunspezifisch gemacht werden nur mit gut bis befriedigend. Tendenziell scheinen die Mitglieder hierbei etwas zufriedener mit diesen Angeboten zu sein als die Aussteiger. In Bezug dazu beklagen sich die Tennisvorstände darüber,

dass Angebote nur selten wahrgenommen werden. Dabei wird sehr deutlich, dass es eine Diskrepanz zwischen den Wünschen der Mitglieder und den Angeboten der Vereine gibt und ein hoher Kommunikationsbedarf besteht.

6.2 Personale Faktoren

Prinzipiell ist abzuleiten, dass es einen Zusammenhang zwischen den psychischen personalen Faktoren: Selbstwirksamkeitserwartung, Konsequenzerwartungen, Stresswahrnehmung und Intention zur regelmäßigen sportlichen Aktivität gibt. Außerdem beeinflussen auch die physischen personalen Faktoren das Bindungsverhalten in einem Tennisverein. Die Qualität des Einflusses auf die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein ist allerdings unterschiedlich. So sind die Faktoren zu verschiedenen Zeitpunkten und Strukturen von unterschiedlicher Bedeutung. Aus dem Bereich der personalen Faktoren zeigte sich lediglich die Selbstwirksamkeitserwartung als stabiles Merkmal für die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein; sie trug durchweg zur Varianzaufklärung der Aufrechterhaltung der regelmäßigen sportlichen Aktivität/Mitgliedschaft bei, während die anderen Variablen (Konsequenzerwartungen, Stresswahrnehmung und Intention sowie die physischen Faktoren) nur zu bestimmten Zeitpunkten oder nur zu einem bestimmten Grad ins Gewicht fielen.

6.2.1 Physische Faktoren

6.2.1.1 Alter

Dass die Tennisvereine *veralten*, beweisen nicht nur die hohen Zahlen der Mannschaften im Seniorenbereich im Gegensatz zu den immer weniger werdenden Mannschaften im aktiven Bereich zwischen 16 und 40 Jahren. Auch Breuer (2003) kommt in seiner Studie „Entwicklung und Stabilität sportlicher Aktivität im Lebensverlauf“ zu dem Ergebnis, dass die Stabilität regelmäßigen Sportengagements im Zeitvergleich von 1985 bis 1994 generell deutlich zugenommen hat. So waren von den 1985 sportlich Aktiven gut ein Viertel auch die folgenden sieben Jahre sportlich aktiv. Breuer wies nach, dass insbesondere Frauen in Deutschland im Alter intensiver und regelmäßiger Sport treiben und darüber hinaus die Zahl derjenigen zunimmt, die über einen Zeitraum von mehreren Jahren kontinuierlich sportlich aktiv sind. Durch seine Ergebnisse widerlegt er die klassische sportwissenschaftliche These, dass die Menschen mit zunehmendem Alter weniger Sport treiben. Dennoch ist auffällig, dass im Be-

reich der 20 bis 35 jährigen⁸⁴ sowie im Kinder- und Jugendbereich⁸⁵ im DTB eine enorme Lücke besteht, die mit den folgenden Punkten in Beziehung stehen könnten:

- 20% der befragten Aussteiger nannten die geforderte Flexibilität im Berufsleben als Ausstiegsgrund – im Gegensatz zu den ortsgebundenen älteren Mitgliedern, die jahrelang für einen Arbeitgeber tätig waren, sich ein Haus und eine Familie angeeignet haben, leben junge Leute ein sehr schnelles Leben, in welchem sie gefordert sind, sich ständig auf neue Situationen einzustellen. Dass diese Tendenz nicht unbedingt förderlich ist, zeigt sich u.a. an den hohen Zahlen der Alleinlebenden und Kinderlosen. Das Bundesamt für Statistik zählte im Jahr 2002 33 568,5 Singles, 2004 waren es bereits 33 847,4; Tendenz steigend (Statistisches Bundesamt Deutschland 2006). Laut Focus (06/05) gab es im Jahr 2003 in Berlin ca. 944.800 Einpersonenhaushalte, in Frankfurt ca. 188.000 und in Stuttgart zumindest ca. 145.000. Im Jahr 2005 ist die 40% Hürde der Singles erreicht – dadurch ergeben sich zwei Problematiken (06/05):

- 1) Die Menschen sind familiär nicht gebunden und nutzen dadurch Freiheiten u.a. Reisen, teure Kleidung, Partys und Wohnortwechsel aus, die sie als Familienvater-/mutter nicht genießen könnten. Zudem scheinen die Menschen immer kompromissloser zu werden, was sich u.a. in den hohen Scheidungsraten widerspiegelt (2004 wurden 35% aller Ehen in Deutschland geschieden). Im Vergleich dazu gaben 36% der Befragten dieser Studie an, ledig zu sein, wobei die Zahl der ledigen Aussteiger mit 44% durchaus höher ist, als die der Mitglieder (33%). Da im Zuge dazu die Quote der verheirateten Mitglieder mit 57% weit aus höher liegt, als bei den Aussteigern mit 42%, könnte dies ein Indiz dafür sein, dass sich Mitglieder eher binden als Aussteiger, die womöglich ständig neue Reize brauchen. Diese Vermutung soll nun anhand einer mathematischen Kreuzkorelationsanalyse nochmals untermauert werden; es findet sich die Bestätigung aus den Faktoren *Bindungsverhalten zum Tennissport, verbindliche Einstellung zum Sport, Eigenmotivation und Mitgliedsdauer*, in allen permutatorischen Kombinationen. Diese fallen für Mitglieder stets höher aus als für Aussteiger.
- 2) 44% aller Singles geben an, bewusst auf Kinder zu verzichten, da sie den richtigen Partner/die richtige Partnerin noch nicht gefunden haben. Daraus ergibt sich die Konsequenz, dass ein demographisches Loch entsteht. Im letzten Jahr

⁸⁴ Genaue Zahlen gibt es hierzu leider nicht. Allerdings zeigt sich die Lücke an den gemeldeten Mannschaften zu den alljährlichen Medenspielen; siehe Seite 167 (HTV 2006; BTV 2006).

⁸⁵ Detaillierte Übersicht über die Zahlen im Kinder- und Jugendbereich siehe Anhang.

wurden pro Frau (Ausländerinnen eingeschlossen) lediglich 1,39 Kinder geboren; damit steht Deutschland auf Platz 23 der Geburtenraten der gesamten OECD (Die Zeit 2004). Eine erstaunlich hohe Zahl von Kinderlosen, findet man bei den Akademikerinnen (ca. 40%). Gründe hierfür, liegen nicht etwa darin, dass bei ihnen kein Wunsch nach Kindern besteht, sondern darin, dass sie z.B. erst mit Mitte 20 ins Berufsleben einsteigen und sich zwischen 25 und 35 Jahren in diesem etablieren. Steigen sie in dieser Zeit aus, ist es für sie gerade bei der momentanen Arbeitsmarktsituation trotz gewisser Regelungen fast unmöglich, im Anschluss an die Elternzeit eine gleichwertige oder höhere Position zu erlangen. Obwohl es einige Unternehmen gibt, die ihren Arbeitnehmerinnen, auch nach der Elternzeit eine Position im Unternehmen zusichern, besteht das Problem, dass man keine Karriere garantieren kann. D.h. in der Realität oft, dass eine Frau, die das Unternehmen für eine gewisse Zeit verlässt, nach ihrer Rückkehr unter Umständen nicht in wichtige Projekte integriert wird, da man davon ausgeht, dass sie sich z.B. im Krankheitsfall um ihr Kind kümmern muss. Zudem wird den Frauen die Babypause oft nachteilig ausgelegt, obwohl sie in dieser Zeit wertvolle Fähigkeiten, wie Organisationsvermögen, Kreativitätsfähigkeit, Zeitmanagement und kommunikative Fähigkeiten festigen und weiterentwickeln. Experten, wie die Familienwissenschaftlerin Prof. Dr. Uta Meier (2005) beklagen „die strukturelle Rücksichtslosigkeit gegenüber dem Leben mit Kindern“ in Deutschland als mitverantwortlich. Dadurch verzichtet ein wachsender Teil der jungen Generation völlig auf Kinder, der u.a. die häufig unzureichenden Betreuungsangebote für Kinder bemängelt. Der Mangel an Kindern hat zur Folge, dass der Nachwuchs in den Vereinen ausbleibt. Auch in dieser Studie liegt die Anzahl der Kinderlosen mit insgesamt 46% sehr hoch. Bedenkt man nun, dass der Kindermangel insbesondere unter Bürgern der höheren Schichten verbreitet ist, kann diese Untersuchung als repräsentativ gewertet werden. Betrachtet man die Zahl der kinderlosen Aussteiger stellt man mit Erschrecken fest, dass die Zahl sogar bei 57% (im Gegensatz zu den Mitgliedern mit 43%) liegt. Dadurch sind die Aussteiger häufig ungebunden und flexibel.

- 68% der Befragten gaben an die Fülle der Freizeitangebote nutzen und ausprobieren zu wollen. Über die Definition von *Freizeit* ist man sich bisher noch nicht einig geworden, wohl aber darüber, dass es im Verlauf der Entwicklung der Industriegesellschaften im 20. Jahr-

hundert ein enormes Anwachsen an Freizeit für nahezu alle Bevölkerungsschichten gegeben hat. Dabei variiert die Freizeitgestaltung von Entspannung, bis hin zu einer aktiven und erfolgsorientierten Lebensgestaltung. Laut Focus (03/04) ist das Freizeitverhalten in Deutschland durch ein hohes Aktivitätsniveau⁸⁶ geprägt. Hobbys gelten als Ausdruck einer aktiven und sozial engagierten Einstellung und nicht selten fällt in diesem Zusammenhang das Wort *Freizeitstress*. 8% der Befragten nannten das *Überangebot von Freizeitbeschäftigungen* als Grund dafür, dass Tennis an Attraktivität verloren habe. Während man sich früher für eine Aktivität entschied und dieser dann konsequent nachging, sie vielleicht sogar bis zu einem gewissen Maße perfektionierte, beginnen heute viele Menschen, insbesondere Kinder viele verschiedene Angebote aus, und ersetzen sie dann mit einer anderen. Dies könnte einer der Gründe sein, weshalb Tennisvereine in Deutschland einen Mitgliederschwund erleben und momentan keine Top-Ten-Spieler aus Deutschland kommen.

- Diesbezüglich könnte auch der Wandel des Leistungsanspruchs eine Rolle spielen. Vor ca. 15 Jahren war es für einen aktiven Tennisspieler kaum denkbar, einen Sommer lang keine Medenspiele zu spielen. Es gab mannschaftsinterne Forderungsspiele, um das beste Team aufzustellen und Streitigkeiten über die Einsätze zu vermeiden. Nachdem einige Tennisvereine in den vergangenen Jahren weniger Mannschaften für die Medenspiele melden konnten, als zuvor, steigt die Zahl der Meldungen in Hessen von 5966 (2005) auf 6060 (2007) und auch in Baden sind die Zahlen der Mannschaften relativ konstant: 2006 gab es 5078 Mannschaften, 2007 5017. Dabei bestehen einige Mannschaften aus Spielervereinigungen, d.h., dass sich zwei Vereine zusammenschließen, um eine Mannschaft melden zu können.

Bedenkt man, dass viele Tennisspieler sich anderen Aktivitäten zugewandt haben, stellt sich die Frage, ob den Menschen der ständige Leistungsdruck im Berufsleben, im Alltag und in der Freizeit zuwider geworden ist. Obwohl oder gerade weil der Trend auf dem Berufsmarkt hin zum *perfekten Arbeitnehmer* geht, der jung, studiert, berufserfahren, sportlich, flexibel und außerberuflich sozial engagiert ist, ist auffällig, dass die Top-Ten-Tennisspieler zur Zeit nicht aus Deutschland stammen. Sieht man sich Tennisspieler wie Nicolas Massu aus Chile oder Martina Navratilova aus der ehemaligen CSSR an, könnte man annehmen, dass Tennisspieler aus ärmeren Ländern oder Verhältnissen, Leistung als einen Ausweg in ein besseres Leben sehen und ihre Motivation, der Weltelite im Tennis anzugehören, unermesslich hoch ist. Tatsächlich wurde festgestellt, dass die meisten Spitzentennisspieler aus den höhe-

⁸⁶ Während sich die einen Menschen durch soziales Engagement (z.B. im Tennisverein) Befriedigung holen, suchen andere durch Erfolge nach Anerkennung. Zudem ist die Freizeit zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden, welcher zu einem der bedeutendsten Bestimmungsfaktoren von Konsumentenscheidungen zählt.

ren Schichten stammen, die sich einen Tennistrainer, die Sportausrüstung und die Teilnahme an Turnieren leisten können. Dies bestätigt eine Studie aus Amerika, die für den Bereich des Hochleistungssports nachgewiesen hat, dass die Akteure eine hohe soziale und regionale Mobilität aufweisen und überdies über einen entsprechend höheren Bildungsgrad verfügen. Pfetsch charakterisierte das Sozialprofil des durchschnittlichen Spitzensportlers 1975 folgendermaßen: „Er entstammt zunehmend aus höherer Schicht, besucht höhere Bildungsanstalten und ist geographisch hoch mobil. Spitzensport ist ein Privileg und weist Parallelen zur Eliterekrutierung im Allgemeinen auf“ und traf damit auch die Meinung vieler Sportwissenschaftler. Dennoch gibt es Tennisspieler, die häufig unter schlechteren Bedingungen als deutsche Tennisspieler trainieren und trotzdem erfolgreicher sind. Dies kann natürlich wirtschaftliche oder politische Gründe haben, aber auch auf unterschiedlichen Motivatoren, die einen Tennisspieler dazu antreiben, kontinuierlich zu trainieren und das Spiel individuell zu perfektionieren oder abubrechen und gegen eine andere Tätigkeit auszutauschen, beruhen. Neben dem gesellschaftlichen Wandel ist mit Sicherheit auch der pädagogisch/didaktische Wandel hinsichtlich der Kontinuität und Disziplin von Bedeutung. Während die Kinder noch vor 25 Jahren nach den traditionelleren Methoden in den Schulen unterrichtet wurden und aufnehmen mussten, was sie vorgelegt bekamen, wird heute in den Schulen Eigeninitiative, Selbstständigkeit und Individualismus gefördert.

6.2.1.2 Geschlecht

Die erreichte Quote von 60% männlicher und 40% weiblicher Beteiligung spiegelt auch die weltweite Verteilung des Geschlechterverhältnisses im Tennissport wider. Dass die Mehrheit der Tennisspieler männlich ist, könnte darauf zurückzuführen sein, dass der Tennissport zu Beginn ein reiner Männersport war, der damals nur von Königen und dem adligen Geschlecht betrieben wurde. Auch später wurde dieser Sport hauptsächlich von Männern ausgeübt, welche die Tennisplätze als Ort für ihr geschäftliches Netzwerk nutzten und somit als prestigeträchtig galten. 7% der Befragten sind der Meinung, dass dieser Ort sich heute auf den Golfplatz verlegt hat. Weitere Studien zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit, dass Individuen Sport treiben, durch das Geschlecht, das Alter, die Höhe des Einkommens und den Bildungsstatus bestimmt wird. Dabei fällt auf, dass Frauen seltener Sport treiben als Männer; wobei sich der Abstand zwischen den Geschlechtern im Zeitablauf verringert. Auffällig ist allerdings, dass westdeutsche Frauen mit mehr als 25% eine generell höhere Aktivitätsrate als ostdeutsche Männer (ca. 19%) aufweisen. Auch in dieser Studie konnte bezüglich der Faktoren Alter und Geschlecht ein Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern gefunden werden. Die

hohe Zahl der Seniorinnen wird durch die Studie von Breuer (2003) untermauert. Diese besagt, dass die regelmäßige sportliche Aktivität bei Männern im Alter von 35 bis 44 und über 65 Jahren im Allgemeinen abnimmt, während Frauen sie in jedem Alter bis zum 64. Lebensjahr kontinuierlich erhöhen. Ab diesem Alter sinkt die sportliche Aktivität bei den Frauen. Die zunehmende sportliche Aktivität bis zu diesem Zeitpunkt führt er vor allem darauf zurück, dass bei Frauen das Gesundheitsbewusstsein stärker ausgeprägt ist. Aber auch Generationeneffekte und gesellschaftliche Veränderungen, wie die neuen Schlankheits- und Jugendlichkeitsideale und bessere infrastrukturelle Möglichkeiten für lebenslanges Sporttreiben, spielen eine Rolle. Ein Beispiel hierfür ist Nordic Walking, das insbesondere bei den 50- bis 60-Jährigen sehr beliebt ist (Breuer 2003).

Dass man im Tennissport, trotz des deutlichen Anstiegs der letzten Jahrzehnte, weniger Frauen als Männer findet, liegt u.a. auch daran, dass Frauen grundsätzlich Sportarten ausüben, bei welchen sie ihre Kreativitätsfähigkeit einbringen und den Körper *fit halten* können. Sie können dabei oft den Wettkampfcharakter vernachlässigen, was beim Tennis kaum möglich ist, da es immer einen Gewinner und einen Verlierer gibt. Auch wenn der Anteil männlicher Tennisspieler überwiegt, zählt Tennis neben Sportarten wie Walken und diversen Fitnesskursen, die zum einen die Fitness und zum anderen die Entspannung fördern, dennoch zu den beliebtesten Sportarten der Frauen (z.B. Kuhn 1992). In Bezug auf das Geschlecht sind die Daten in dieser Studie ausgeglichen. Dies beweist, dass die Rückläufigkeit im Tennis kein geschlechtsspezifisches Phänomen ist.

6.2.1.3 Körperliche Verfassung

In dieser Studie gaben 86% der Mitglieder und 79% der Aussteiger an, schlank bis normalgewichtig zu sein. Das heißt, dass sich Mitglieder und Aussteiger in diesem Punkt nicht signifikant voneinander unterscheiden. Vergleicht man diese Zahlen mit einer Studie der Weltgesundheitsorganisation WHO⁸⁷, durch welche festgestellt wurde, dass rund 300 Millionen Menschen einen BMI über 30 haben und somit adipös sind, kann man sagen, dass sich sowohl die Mitglieder als auch die Aussteiger in einem normalgewichtigen Bereich befinden. Dennoch fällt auf, dass die Zahl der Übergewichtigen innerhalb der Gruppe der Aussteiger mit 22%, im Gegensatz zur Gruppe der Mitglieder mit 14% signifikant höher ist. Diese Tatsache könnte darauf zurückzuführen sein, dass vor allem ältere Tennisspieler mit dem Sport aufhören und dadurch an Gewicht gewinnen. Spielt man eine Stunde Tennis, verliert man laut NovaFeel ca. 460 Kalorien pro Stunde. Ein Tennisspieler, der regelmäßig 2-3 Mal pro Woche

⁸⁷ World Health Report 2002.

Tennis spielt und sein Verhalten ändert, in dem er keinen Sport mehr betreibt oder zu einem überwechselt, bei dem man eine geringere Menge an Kalorien verbraucht, sein Essverhalten aber beibehält, wird in der Regel an Gewicht gewinnen. Im Gegensatz dazu kann ein Tennisspieler, der zu einer anderen Sportart, wie Schwimmen oder Rad fahren wechselt, seine körperliche Statur sogar noch verbessern.

Ein überdurchschnittlich gut trainierter Körper und eine große Lauffähigkeit sind beim Tennis in den unteren Ligen nicht zwingend notwendig, weil ein erfahrener Spieler seinen Gegner auch durch taktisch klug gesetzte Bälle bezwingen kann. Wird im Anschluss daran noch das allseits begehrte Weizenbier getrunken, sind die soeben verbrauchten Kalorien schnell wieder eingeholt und man nimmt unter Umständen sogar noch zu.

6.2.1.4 Körperliche Leistungsfähigkeit

Anhand der Korrelationsanalyse wurde in diesem Punkt zwar ein Unterschied der verglichenen Gruppen erkennbar, allerdings nicht so signifikant, dass man davon ausgehen muss, dass die Mitglieder körperlich deutlich leistungsstärker sind als die Aussteiger. Die Vermutung, dass Aussteiger nach ihrem Austritt aus dem Verein nicht nur dem Tennissport, sondern Sport im Allgemeinen den Rücken kehren, konnte mit dieser Studie nicht bestätigt werden. So betätigen sich 26,38% auch weiterhin noch sportlich. Dabei werden von den Aussteigern hauptsächlich Einzelsportarten wie Joggen, Inline Skating oder Schwimmen, angegeben. Auffällig ist, dass diese Sportarten grundsätzlich unorganisiert und ohne die Verpflichtung einem Verein beizutreten, ausgeübt werden können.

6.2.1.5 Tennisspezifische Leistungsfähigkeit

Mit 17 % zählen weitaus mehr Aussteiger zu der Kategorie der Anfänger, als Mitglieder mit lediglich 2%. Auch im Bereich der Freizeitspieler überwiegen die Aussteiger mit ca. 5%. Während die Gruppe der Fortgeschrittenen ausgeglichen ist, beherrscht die Mehrheit der Mitglieder die Kategorie der Mannschaftsspieler (63%), während sich nur 41% der Aussteiger dazu zählen. Diese Diskrepanz deutet daraufhin, dass die Mitglieder, die Teil einer Mannschaft sind, durch ihre Aktivitäten in der Mannschaft besser im Verein integriert sind und somit auch mehr Spielpartner haben als die Aussteiger. Für Anfänger ist es oft mühsam mit einem anderen Anfänger zu spielen, da nur wenige lange, interessante Ballwechsel entstehen; nicht selten verlieren Anfänger dabei den Spaß am Tennis. Spielt man als Anfänger dagegen mit einem leistungsstärkeren Spieler gelingen einige *schöne* Ballwechsel und der Anfänger verbessert seine Spielstärke. Dabei ist es wichtig, dass der Anfänger sich nicht entmutigen

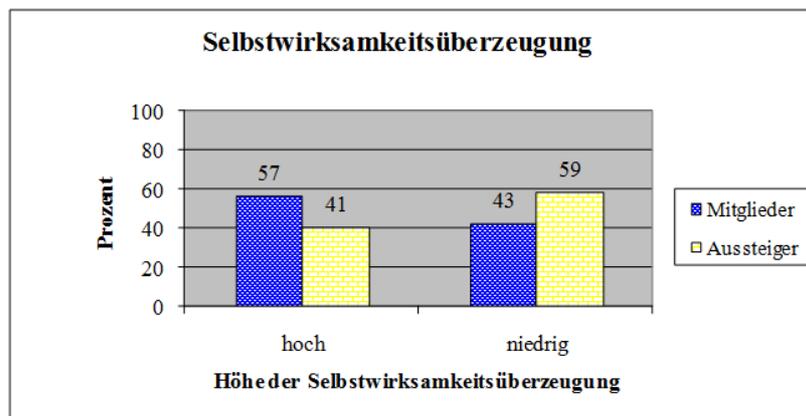
lässt, wenn er gegen seinen Spielpartner anfangs chancenlos ist. Für den leistungsstärkeren Tennisspieler kann es dabei vergleichsweise langweilig sein und so ist es für Anfänger oft schwierig, geeignete Spielpartner zu finden.

6.2.2 Psychische Faktoren

6.2.2.1 Selbstwirksamkeitserwartung

Ebenso wie in vergangenen Untersuchungen, z.B. bei Fuchs/Schwarzer 1994; Pahmeier/König 1997; Wagner 2000; Woll 2001, zeigte sich auch in dieser Studie, dass die sportbezogene Selbstwirksamkeitserwartung für die Aufrechterhaltung der aktiven Mitgliedschaft und dem sportlichen Verhalten in einem Verein von großer Bedeutung ist.

Tabelle 76 Selbstwirksamkeitsüberzeugung der Mitglieder und Aussteiger nach Woll, 2001, 129.



Während die Befragten dieser Studie insgesamt eine relativ hohe Selbstmotivation besitzen, zeigte sich, dass die Mitglieder eine höhere Selbstmotivation haben, als die Aussteiger. So erreichten die Mitglieder, ebenso wie die Aussteiger mit einem Durchschnitt von 64,60% eine erstaunlich hohe Prozentzahl in diesem Bereich. Dennoch ist auffällig, dass ca. 20% mehr Mitglieder feste Termine für das wöchentliche Tennisspiel einplanen als die Aussteiger.

Es wurde deutlich, dass sportliche Aktivitäten eher eingehalten werden, wenn sie durch feste Termine eingeplant sind, als ohne diese. Die Bedeutung von festen *Spielzeiten* im Wochenplan wird zum Beispiel auch in der Schule als höchst bedeutsam angesehen (z.B. Rahmenplan Grundschule 2000).

Ob eine Person einer sportlichen Aktivität, in diesem Falle dem Tennisspiel, regelmäßig nachgeht, hängt hauptsächlich von der Person selbst ab. Eine Person, die über eine hohe intrinsische Motivation verfügt, ohne Druck oder Unterstützung von außen zu erhalten, lässt sich von Faktoren, wie schlechtem Wetter oder einer Fernsehsendung nicht davon abhalten, der geplanten Aktivität nachzugehen.

6.2.2.2 Konsequenzerwartungen

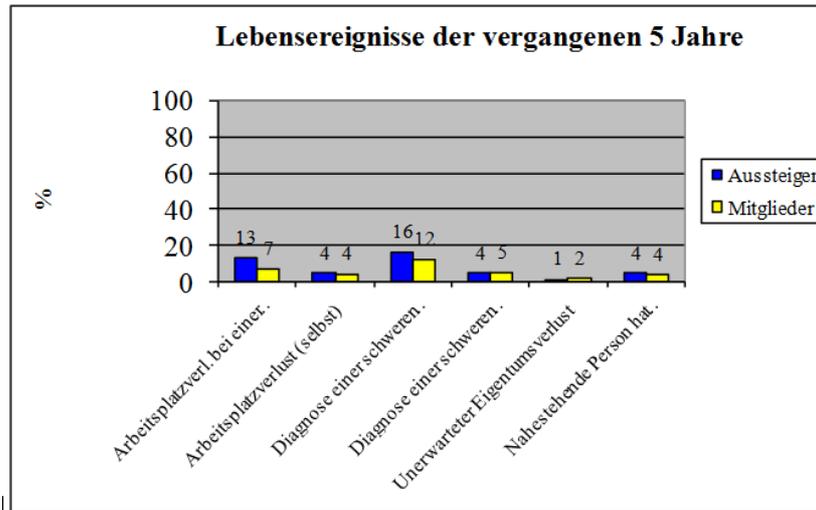
Da Tennis keine Sportart ist, die sich primär gesundheitsfördernd⁸⁸ auswirkt, ist es nicht überraschend, dass es hierbei zu keinen signifikanten Unterschieden zwischen Aussteigern und Mitgliedern gekommen ist. In Bezug auf das Gesundheitsbewusstsein erreichten beide Gruppen einen Mittelwert von 3.0, was die These unterstreicht, dass Tennis, im Gegensatz zu einem gesundheitsbezogenen Sportprogramm oder einer Ausdauersportart, in erster Linie aus anderen Gründen betrieben wird. Somit sind die Konsequenzerwartungen diesbezüglich relativ gering. Bezüglich der Erweiterung des sozialen Netzwerkes im Tennisverein können durchaus Erwartungen eines (neuen) Mitgliedes vorliegen. Werden diese Erwartungen durch eine soziale Einbettung in den Verein und freundschaftliche Kontakte erfüllt, besteht die Chance auf eine langjährige Bindung an den Verein, die in der Regel sogar gefestigt wird, je länger eine Person diese Verbundenheit im Verein spürt. Das unterstützen auch die Ergebnisse dieser Studie, in welcher die Mitglieder deutlich mehr soziale Kontakte im Verein aufgebaut haben, als die Aussteiger. Andere Studien, wie z.B. Bonadt/Bös et al. 1996, unterstützen diese Aussage.

6.2.2.3 Stresswahrnehmung

Der Zusammenhang zwischen beruflichen Belastungen und dem Abbruch einer sportlichen Aktivität, welcher in vergangenen Untersuchungen festgestellt wurde, kann durch diese Studie nicht bestätigt werden, da diesbezüglich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern festgestellt werden konnten. Bezüglich des Schulabschlusses, der Erwerbstätigkeit und des Einkommens gibt es zwischen den Befragten keine signifikanten Unterschiede. Gemäß der freien Zeiteinteilung und der beruflichen Angespanntheit konnten ebenfalls kaum Differenzen gefunden werden. Demgegenüber steht ein signifikanter Unterschied zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern in Bezug auf die familiäre Gebundenheit.

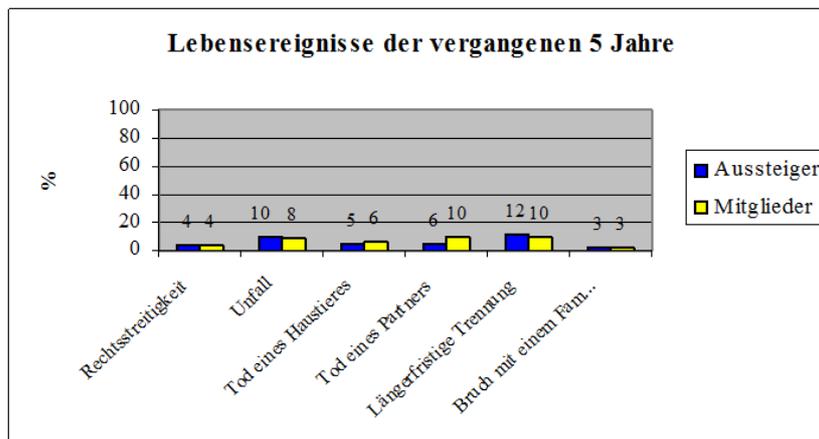
⁸⁸ Hierzu zählen auch Faktoren wie: Gewichtsreduktion und Herz-Kreislauf-Training.

Tabelle 77 Lebensereignisse innerhalb der letzten fünf Jahre Teil 1.



Auch in Bezug auf die Lebensereignisse innerhalb der vergangenen fünf Jahre konnten, wie in der Tabelle deutlich wird, keine signifikanten Unterschiede zwischen den Befragten gefunden werden.

Tabelle 78 Lebensereignisse innerhalb der letzten fünf Jahre Teil 2.



Bedenkt man nun, dass Mitglieder und Aussteiger gleichermaßen mit alltäglichen Belastungen konfrontiert werden, so erhöht sich der Verdacht, dass Aussteiger das Tennisspielen als zusätzliche Belastung empfinden (vgl. Brehm/Pahmeier 1990; Wagner 2000).

6.2.2.4 Intention zur regelmäßigen sportlichen Aktivität

Eines der Hauptmotive, welches für die Befragten zu regelmäßiger sportlicher Aktivität entscheidend ist, stellt der Spaßfaktor dar. Dies zeigt sich zum einen dadurch, dass die Mitglieder die Atmosphäre im Verein sowie die freundschaftlichen Kontakte deutlich besser bewerteten und die Aussteiger zum anderen auffällig schlechtere Bewertungen, die das Soziale an einem Verein betreffen, abgaben. „Wenn man Spaß an einer Sache hat, dann nimmt man sie auch ernst“ sagte bereits Gerhard Uhlenbruck. Dieses Zitat ist im Grunde auf alle Tätigkeiten über-

tragbar und somit auch auf das Tennisspielen. Wenn mir Tennisspielen ein Gefühl der Befriedung verschafft und ich mich daran erfreue, meine Zeit auf dem Tennisplatz zu verbringen, dann fällt es mir auch leichter, regelmäßig zu trainieren.

6.3 Soziale Faktoren

Auch im Hinblick auf die sozialen Faktoren: Soziale Unterstützung durch das Umfeld, Gruppenkohäsion, Trainerverhalten, aber auch Bildung, Erwerbstätigkeit, Einkommen und Zeiteinteilung ergaben sich Auswirkungen auf die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein. Auch in diesem Bereich dienen bestimmte Faktoren als zuverlässigere Indikatoren für die Aufrechterhaltung einer regelmäßigen sportlichen Aktivität/Mitgliedschaft als andere. Während einzelne soziale Faktoren nur zu bestimmten Zeitpunkten bzw. unter speziellen Voraussetzungen von Bedeutung für die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft relevant sind, tragen zwei Variablen aus dem Bereich der sozialen Faktoren relativ konstant zur Varianzaufklärung der Aufrechterhaltung bei. Hierbei handelt es sich zum einen um die Betreuung/ soziale Einbindung innerhalb des Tennisclubs und zum anderen um die Fähigkeit zur guten Zeiteinteilung mit dem damit verbundenen regelmäßigen Tennisspiel. Im Gegensatz dazu ist die Unterstützung durch den Partner oder durch enge Bekannte im Hinblick auf die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft nur von geringer Bedeutung. Die Variablen: Alter, Familienstand und Gesamtpersonenzahl des im Haushalt des befragten (ehemaligen) Tennisspielers zeigen zu bestimmten Zeitpunkten eine signifikante Relevanz für die Aufrechterhaltung der Mitgliedschaft in einem Tennisverein.

6.3.1 Gruppenkohäsion

Die wenigsten Aussteiger (15%) fühlten sich in ihrem Tennisverein genügend integriert; zu diesem Ergebnis kam auch Prestenbach (2001). Außerdem gaben 58% der befragten Aussteiger an, die Atmosphäre im Verein als befriedigend bis mangelhaft zu empfinden. Demgegenüber stehen 44% der Mitglieder, welche mit der Betreuung in ihrem Tennisverein völlig zufrieden sind. 51% aller Befragten empfinden die Betreuung in ihrem mit Einschränkungen als positiv. Genauso wie die Atmosphäre im Verein, zeigt auch der Punkt *Kontaktfreudigkeit*, dass sich die Mitglieder in ihrem Verein wohler fühlen als die Aussteiger. Auch diese Zahlen werden durch andere Studien, wie z.B. die von Prestenbach (2001) gestützt. Er fand heraus, dass 74% der ehemaligen Tennisspieler unzufrieden mit der Kontaktfreudigkeit der Mitglieder waren, während die Zahl der Mitglieder mit 48% deutlich darunter lag. Bei Prestenbach (2001) gaben 48% der Aussteiger an, mit der Anzahl ihrer Spielpartner unzufrieden zu sein,

während dies nur 9% der Mitglieder bemängelten. Werden jetzt für eine vergleichbare Aussage aus der Untersuchung die Faktoren *Anzahl Tennismatches pro Woche*, *Kontaktfreudigkeit zu anderen Clubmitgliedern*, *Integrationsgefühl in den Tennisclub* multiplikativ genommen, so lässt sich eine unzufriedenere Stimmung hinsichtlich Spielpartneranzahl unter den Mitgliedern in Höhe von 17% ermitteln. Bei den Aussteigern beträgt der Unzufriedenheitsprozentsatz zwar 30%, aber der Unterschied fällt damit nicht so deutlich aus wie bei Prestenbach. Dies könnte an einer anderen statistischen Grundgesamtheit liegen, sowie an der mathematischen Konstruktion dieses Merkmales, welches nicht direkt als Frage formuliert fass-, mess- und analysierbar war. Die geringe Anzahl von Spielpartnern könnte sich aus den folgenden Faktoren ergeben:

- eine durchschnittlich niedrigere Spielleistung der Aussteiger.
- freundschaftliche Kontakte vorwiegend außerhalb des Tennisvereins.
- Mitgliedsstruktur im Verein (z.B. Alter, Geschlecht).
- Mangel an Integration.

Während Studien, wie z.B. Fuchs (1997) keinen engeren Zusammenhang zwischen freundschaftlichen Kontakten und der Beibehaltung einer sportlichen Aktivität finden konnte, zeigte sich in dieser Studie, dass die Mitglieder deutlich mehr freundschaftliche Kontakte innerhalb des Vereins aufgebaut haben, als die Aussteiger. Weiterhin geben lediglich 17% der Aussteiger an, in ihrem ehemaligen Tennisverein Freundschaften geknüpft zu haben, während die Zahl der Mitglieder bei 92% liegt. Neben den 67% der Aussteiger, die keine Freundschaften schließen konnten, ist die Zahl derer, die diese Frage nicht beantwortet haben mit 16% relativ hoch und könnte Indiz dafür sein, dass auch diese Aussteiger in den Tennisclubs keine *dicken Freunde* gewonnen haben. Die soziale Unterstützung durch das Umfeld spielt laut Fuchs (1997) lediglich für die Aneignung einer sportlichen Aktivität, nicht aber für deren Beibehaltung eine entscheidende Rolle. Dabei empfinden Dabeibleiber einen größeren sozialen Rückhalt als Aussteiger. Auch in dieser Studie gab es keinen Hinweis darauf, dass sich die Unterstützung des Umfeldes positiv auf die langfristige Beibehaltung einer sportlichen Aktivität auswirkt.

6.3.2 Trainerverhalten

Nach Pahmeier (1994) wirken sich freundliche, hilfsbereite und kompetente Trainer positiv auf das Bindungsverhalten aus. Sie bilden ein wichtiges Bindeglied zwischen Verein und Mitglied und repräsentieren somit als direkte Ansprechpartner den Verein. In dieser Studie wurde der Stellenwert des Trainers deutlich, wobei die Mitglieder den Trainer in Bezug auf

Persönlichkeit, Kompetenz und Engagement minimal besser bewerteten als die Aussteiger. Wie auch Wagner (2000) in ihrer Studie feststellte, kommt es beim Trainerverhalten darauf an, dass er auf die Bedürfnisse der Trainierenden eingeht, sie individuell betreut und sie auf dem jeweiligen Leistungsstand abholt, diesen festigt und weiterentwickelt. Da der Trainer als Persönlichkeit wahrgenommen wird, ist es zudem von großer Bedeutung, dass er sich, wie Lehrer auch, vorbildlich verhält, die Interessen des Clubs vertritt und als Respektsperson auftritt. Dies ist, insbesondere für Neueinsteiger von nicht zu unterschätzendem Wert. Daher überrascht es nicht, dass die Mitglieder dieser Befragung das Trainerverhalten als Ganzes besser bewerteten als die Aussteiger.

6.3.3 Bildung

Wie bereits andere Studien belegt haben, zeigt auch diese Studie, dass die Zahl der aktiven Sportler mit der Berufsqualifikation in Verbindung steht. Laut der Umfrage ist die Zahl der Fach- und Hochschulabgänger unter allen befragten Tennisspielern dieser Befragung mit 36% am höchsten. Auch die Anzahl derjenigen, die die Schule mit der Allgemeinen Hochschulreife beendet haben, ist mit 29% relativ hoch. Demgegenüber stehen die Tennisspieler, die entweder keinen oder nur einen Hauptschulabschluss besitzen mit 11%. Dass es unter den Tennisspielern, sowohl bei den Mitgliedern (36%) als auch bei den Aussteigern (37%) überdurchschnittlich viele Fach- und Hochschulabgänger gibt, und die Zahl der Personen ohne Schulabschluss oder Hauptschulabschluss bei beiden Gruppen (Mitglieder 9%, Aussteiger 7%) sehr niedrig ist, gilt als Indiz dafür, dass sich grundsätzlich höher gebildete Menschen für den Tennissport interessieren und der Austritt aus einem Tennisverein nicht in Verbindung mit der Bildung steht.

Aufgrund der ähnlichen Verteilung von bildungsnahen Menschen, die an dieser Studie teilgenommen haben, müsste man davon ausgehen, dass die Aussteiger dennoch eine sportliche Verbindung aufweisen und sportlich aktiv sind. Wie aus der Tabelle ersichtlich ist, betrieben 65% der befragten Aussteiger zum Zeitpunkt der Befragung bereits sechs Monate lang regelmäßig Sport und immerhin 17% hatten den Vorsatz innerhalb der nächsten sechs Monate sportlich aktiv zu werden. Im Vergleich dazu sind sogar 88% der Mitglieder innerhalb der letzten sechs Monate regelmäßig einer intensiven sportlichen Aktivität nachgegangen. Die weitaus höhere Partizipation, Präsenz, Aktivität und Dominanz von Angehörigen der Ober⁸⁹-

⁸⁹ Oberschicht (u.a. Großunternehmer, Spitzenpolitiker), Obere Mittelschicht (u.a. leitende Angestellte und Beamte, Ärzte, Richter, Anwälte), Mittlere Mittelschicht (u.a. mittlere Angestellte und Beamte, Ingenieure), Untere Mittelschicht (u.a. untere Angestellte und Beamte, Werkmeister), Obere Unterschicht (u.a. unterste Angestellte und Beamte, Kellner, Fleischergesellen), Untere Unterschicht (u.a. Straßenarbeiter, Landarbeiter) (Bolte/Kappe/Neidhardt, 1974, 97).

und Mittelschicht im Sport gegenüber der Unterschicht, wurde bereits von Heinemann (1998) nachgewiesen. Da Faktoren, wie Einkommen und Bildungsstatus, nach wie vor die Sportbeteiligung beeinflussen, kommt der Sportförderung bei der gesellschaftlichen Integration von *Randgruppen* auch in Zukunft eine wichtige Rolle zu.

Auffallend ist, dass die Mitglieder mit rund 98 Spieleinheiten pro Jahr weit über dem nationalen Durchschnitt liegen und selbst die Aussteiger mit 67 Spieleinheiten pro Jahr eine beachtliche Quote darbieten. Zu beachten ist, dass Tennisspieler in Deutschland aufgrund des Wetters im Sommer häufiger auf den Tennisplätzen zu finden sind als im Winter. Dass die Spieleinheiten pro Jahr selbst bei den Aussteigern relativ hoch ist, deutet daraufhin, dass sie nicht zwangsläufig aus dem Tennisclub ausgetreten sind, weil ihnen der Sport nicht (mehr) zusagt, sondern aus diversen anderen Gründen, wie zum Beispiel der Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit oder einem Jobwechsel.

Dennoch ist die Zahl der Aussteiger, die nur selten oder sogar nie Tennis spielen (32%), im Gegensatz zu den aktiven Mitgliedern (7%) signifikant höher und die Zahl der Mitglieder, die zwei bis dreimal pro Woche Tennis spielen (50%) deutlich höher ist, als die Zahl der Aussteiger (33%). Dies ist von enormer Bedeutung, da sich in Studien gezeigt hat, dass die Partizipation ein wichtiges Indiz für das Weiterführen bzw. Beenden einer Sportart ist (Eberhardt 1998). Je seltener ein Tennisspieler Tennis spielt, desto eher besteht die Gefahr, dass er sich als aktiver Spieler vom Tennissport trennt. Hierbei spielen sowohl finanzielle Gründe eine Rolle (bei Nichtnutzung der Tennisplätze und des Trainings ist der Mitgliedsbeitrag zu hoch) als auch soziale Gründe (durch seltenes Erscheinen im Tennisclub werden keine sozialen Kontakte innerhalb des Vereins aufgebaut, Spielpartner und Identifikation mit dem Verein fehlen) und spielerische Gründe (durch seltenes Spielen kann die Spielfähigkeit nicht verbessert werden und nimmt im Laufe der Zeit in der Regel sogar noch ab, wodurch Unzufriedenheit beim Tennisspieler entsteht). Im Gegensatz dazu wachsen bei regelmäßigem Tennisspielen die Verbundenheit zum Verein und mit ihr die Akzeptanz und Bereitschaft ehrenamtlich für den Verein tätig zu sein, genauso wie Freundschaften mit Vereinsmitgliedern und mit ihnen Spielpartner sowie die Verbesserung der Spielfähigkeit, welche für einen erhöhten Zufriedenheitsgrad sorgt.

6.3.4 Erwerbstätigkeit und Einkommen

Die Beteiligung am Sport hängt zudem deutlich mit dem Einkommen zusammen: Im Westen Deutschlands sind rund 41% der *Wohlhabenden* (oberstes Quintil) wöchentlich sportlich aktiv, während lediglich zirka 22% der Mitglieder der *ärmsten* Gruppe regelmäßig Sport betrei-

ben. Dieser Zusammenhang zeigt sich auch in Ostdeutschland, wenn auch auf generell niedrigerem Aktivitätsniveau. Eine in Österreich durchgeführte Studie von Zellmann (2000) zeigt, dass die Höhe des Einkommens eng mit der Partizipation im Sport zusammenhängt. So betreiben folgende Gruppen - abweichend vom Bevölkerungsdurchschnitt - wenig (nie) Sport:

- PensionistInnen (61%),
- Nichtberufstätige (45%),
- Menschen mit einem niedrigen Familieneinkommen (44%).

Geht man nun davon aus, dass 61% der Befragten monatlich 2.500 Euro Netto Haushaltsgeld zur Verfügung haben, und 32% sogar mehr als 3.500 Euro, kann man davon ausgehen, dass Tennisspieler meist der Mittel- bzw. sogar der Oberschicht angehören.⁹⁰

6.3.5 Zeiteinteilung

Aussteiger fühlen sich mit 44% beruflich um ca. 10% eingespannter als Mitglieder mit 35%. Dennoch geben sie, im Gegensatz zu den Mitgliedern, an, viel Freizeit zu haben. Da die Mitglieder mit 29% ca. 10% weniger Freizeit haben, als die Aussteiger, steht fest, dass der Austritt der befragten Aussteiger nicht auf Freizeitmangel zurückzuführen ist. Obwohl die Mitglieder beruflich angespannt sind, bleiben sie dem Tennisverein treu; ein Indiz dafür, dass Tennis, im Gegensatz zu einer zeitaufwendigen Sportart wie Golf, eine Sportart ist, die man gut in seinen Zeitplan einbetten kann.

Zwischen den Mitgliedern und den Aussteigern gibt es bezüglich der Zeiteinteilung keine Unterschiede. Beide Gruppen geben in der Studie mit durchschnittlich 64% an, ihre Zeit gut einteilen zu können. Auch in Bezug auf die familiäre Gebundenheit gibt es zwischen Mitgliedern und Aussteigern keine signifikanten Unterschiede. Die leicht erhöhte familiäre Gebundenheit der Mitglieder (18%) im Gegensatz zu der der Aussteiger, erklärt sich unter Umständen durch die höhere Zahl an Verheirateten (58%⁹¹). Dass die Aussteiger mit 15% eine etwas höhere Zahl an Freunden und Bekannten aufweisen, die sich nicht für den Tennissport interessieren und keine Unterstützung zeigen, macht auf einen weiteren Unterschied zwischen Mitgliedern und Aussteigern aufmerksam, da viele Mitglieder ihre Spielpartner als Freunde bezeichnen.

⁹⁰ (vgl. Statistisches Bundesamt Deutschland 2006).

⁹¹ momentan verheiratet oder verwitwet.

6.4 Erwartungen der Mitglieder versus Angebote der Tennisvereine

Dass zudem eine Diskrepanz zwischen den Wünschen der Tennisspieler und dem Angebot vieler Tennisvereine besteht, zeigen die rückläufigen Mitgliederzahlen im Deutschen Tennis Bund und wird auch mit dieser Untersuchung bestätigt. Insbesondere fiel auf, dass 90% der Vorstandsmitglieder immer noch externe Gründe für den Mitgliederschwund in ihrem Tennisverein verantwortlich machen und dadurch keinen Anlass für ein neues Marketingkonzept für ihren Verein sehen. Es hat sich gezeigt, dass insbesondere neue Mitglieder, oft auch Anfänger oder Freizeitspieler, den Verein nach kurzer Zeit wieder verlassen. Wie bereits in Kapitel II (TTM) beschrieben wurde, durchläuft ein Mensch bei einer Verhaltensänderung, das heißt in diesem Falle, dass er einem neuen Tennisverein beitrifft und in der Regel auch die Intention hat, mehr oder weniger regelmäßig Tennis zu spielen, verschiedene Phasen, in denen es ihm mehr oder weniger schwer fällt, diese Verhaltensänderung beizubehalten. Durch das Umdenken im Vereinsvorstand, wäre es möglich, diesen Mitgliedern gerade in den schwierigen Phasen Unterstützung zu bieten und sie dauerhaft an den Tennisverein zu binden. Im Gegensatz zu den, von den Vorständen fünf meist genannten Austrittsgründen wie Ortswechsel, Krankheit, Alter, Wechsel zu anderen Sportarten und private finanzielle Gründe, nannten die Tennisspieler zwar auch äußere Faktoren, wie einen Berufswechsel, aber auch und vor allem innere Faktoren, zu welchen insbesondere die Mitgliederstruktur, die Anzahl der Spielpartner, sowie die Vorstands- und Trainerarbeit zählen, als Austrittsgrund. Auch der Spaßfaktor nimmt Einfluss auf einen Austritt, wobei auffällig ist, dass nur jeder zweite Aussteiger, den Spaß am Tennissport verloren hat und der Austritt lediglich bei jedem sechsten Aussteiger tatsächlich als Austrittsgrund angegeben wurde. Bei Betrachtung der Gesamtzahl aller Faktoren, die zu einem Austritt führen, könnte der Verlust der Freude am Tennis als Folge dieser Faktoren gesehen werden.

6.5 Gesellschaftliche Faktoren

Dass sich in der Gesellschaft ein Wandel bezüglich der Motivation Sport zu treiben vollzogen hat, schrieb Brettschneider bereits 1992:“ ... mittlerweile steht das Vergnügen an der Bewegung und der Spaß am sportlichen Spiel vor dem Interesse am Wettkampf im klassischen Sinne“. Die Freizeit nimmt einen zunehmend höheren Stellenwert ein, und „Sportlichkeit steht für einen Lebensstil“ (Gruppe 1991). Laut Bachleitner (1992) sind „gesellschaftliche Entwicklungen und Strukturveränderungen“ Ursache für diese Veränderungen im Sport. Die oben beschriebenen Wandlungen im Sport konnten auch durch diese Studie bestätigt werden. Dass fehlende Vorbilder wie Becker und Graf zum Rückgang der Mitgliederzahlen beitragen,

halten 18% der Befragten für einen entscheidenden Faktor. Bei Betrachtung der Mitgliederzahlen, lässt sich feststellen, dass der sogenannte Boom bereits vor den deutschen Tennisspielern Becker, Graf und Stich stattfand und diese drei Tennisspieler somit bereits ein Ergebnis der deutschen Tenniseuphorie waren. Verbunden mit der Frage nach den Tennisidolen, scheint sich auch die These, dass Tennis in den Medien nicht mehr präsent genug ist, und die Menschen aus diesem Grund die Motivation für den Tennissport verloren haben, zumindest für einen Teil der Befragten (14%) zu bewahrheiten. Dagegen konnte durch diese Studie nicht bestätigt werden, dass der Tennisboom aufgrund der wirtschaftlichen Lage zurückgegangen ist, obwohl sich Deutschland derzeit in einer wirtschaftlichen Stagnation befindet. Der Mitgliederschwund des DTB 1995 – 2000 fällt jedenfalls nicht mit der Stagnation der deutschen Wirtschaft zusammen. Zudem ergab die Studie, dass 66% der Befragten über ein mittleres bis hohes Einkommen verfügen und somit einem niedrigeren Mitgliedsbeitrag positiv gegenüberstehen würden, dieser allerdings nicht als Maßstab für oder gegen die Mitgliedschaft in einem Tennisverein zählt. Im Gegenteil, es lässt sich feststellen, dass 42% der Tennisspieler bereit sind, einen überdurchschnittlichen Mitgliedsbeitrag in einem erfolgreichen Tennisverein oder in kommerziellen Anlagen ohne Mitgliedschaft zu bezahlen. Diese Aussage wird durch die niedrige Anzahl der Aussteiger (12%) gestützt, die den Verein nur aus finanziellen Gründen verlassen haben. Demgegenüber stehen 88% der Aussteiger, die den Verein aus internen (18%) oder externen Gründen (70%) verlassen haben. Dass die Vermarktung/Angebote des Tennisclubs entscheidend für dessen Erfolg sind, hat sich durch diese Studie bewahrheitet. Was es nun aber heißt einen Tennisverein gewinnbringend zu vermarkten und welche Bedingungen man in einem erfolgreichen Tennisclub vorfindet, soll im nächsten Kapitel sowohl theoretisch als auch praktisch dargestellt werden.

6.6 Der Tennisverein: Tennisspieler vs. Sportfunktionäre

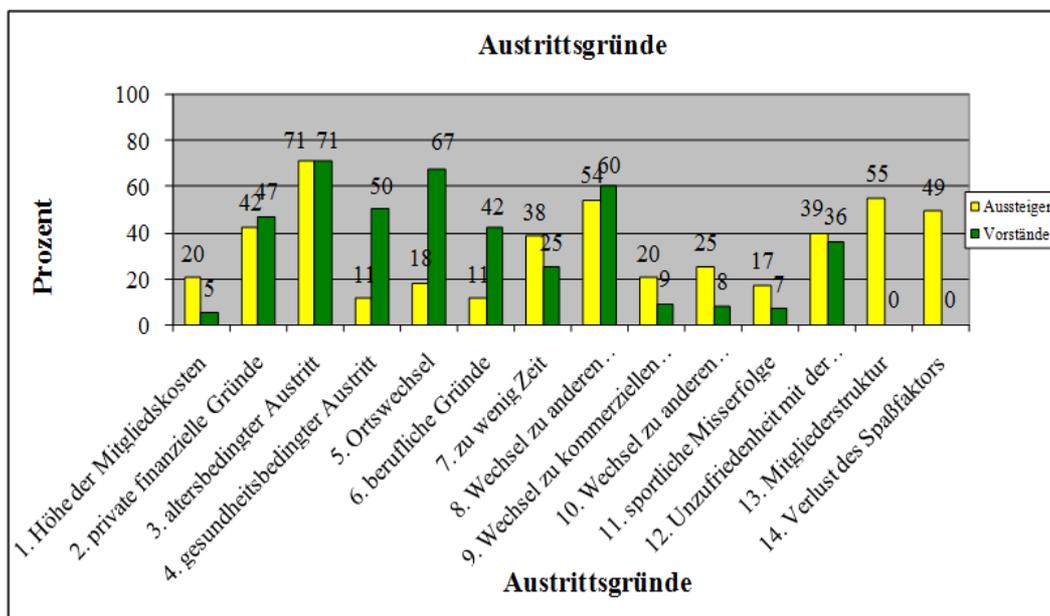
6.6.1 Aus Sicht der Funktionäre

Die Frage nach den Hauptaustrittsgründen von Tennisspielern, wurde von 71% der Tennisvorstände mit altersbedingt beantwortet. Dicht gefolgt von Ortswechsel (67%) und Wechsel zu anderen Sportarten (60%). Auch krankheitsbedingte (60%), private (47%) und berufliche (42%) Gründe scheinen laut der Vorstände verantwortlich für die sinkenden Mitgliederzahlen zu sein. Somit geben die Vorstandsmitglieder vorwiegend externale Erklärungsmuster an, welche von den vereinsinternen Problemen ablenken. Dass Vorstandsmitglieder die Ursachen des Austritts hauptsächlich bei den Mitgliedern selbst sehen, erhielt auch Rücker (1998) in ihrer Studie. Die Hauptgründe, sind laut der von ihr befragten Vorstände: Ortswechsel, Wech-

sel zu anderen Sportarten, Zeitmangel, Krankheit, finanzielle Gründe, Alter, berufliche Überbelastung. Bei der Vereinsbefragung von Rücker (2001) wurde der Ortswechsel von den Funktionären mit 65% sogar zum Topausstiegsgrund gewählt. Platz 2 erhielt der Wechsel zu anderen Sportarten mit 43%. Auch alters- und krankheitsbedingte Austritte sowie Austritte aufgrund des Zeitmangels oder private finanzielle Gründe wurden von den Vorstandsmitgliedern für die Rückläufigkeit im Tennis verantwortlich gemacht.

Basierend auf diesen Ergebnissen entziehen sich damit die Funktionäre einer kritischen Auseinandersetzung mit den Strukturen und der Organisation des eigenen Tennisvereins und somit auch der Verantwortung.

Tabelle 79 Vergleich der Austrittsgründe aus Sicht der Vorstandsmitglieder und der Aussteiger.



6.6.2 Aus Sicht der Tennisspieler

Im Gegensatz zu den Gründen, welche die Vorstandsmitglieder hauptsächlich für die Austritte ihrer Mitglieder verantwortlich machten, gaben die Aussteiger in der Befragung nicht nur Gründe an, die, unabhängig vom Tennisverein, zu einem Austritt führten, sondern auch solche, die in direkter Beziehung mit dem jeweiligen Tennisverein stehen, also zum Beispiel Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit oder Mangel an Integration. Zu ähnlichen Ergebnissen kam Rücker (1998) in ihrer Vereinsbefragung, in welcher die Aussteiger drei von fünf Austrittsgründen⁹² nannten, welche die Unzufriedenheit der Tennisspieler mit dem Verein ausdrückten. Es herrscht also offensichtlich eine Diskrepanz zwischen den Aussagen der Vor-

⁹² Austrittsgründe: zu hoher Beitrag (36%), Trainerwechsel (23%), unzureichende Spiel- und Trainingsmöglichkeiten (22%).

standsmitglieder und denen der Aussteiger. Die Aussteiger betreffend nimmt der altersbedingte Austritt mit 71% zwar die Spitzenposition der Austrittsgründe ein, doch folgen diesem Grund vier *externe* Austrittsgründe:

- Mitgliedsstruktur (55%)
- Wechsel zu anderen Sportarten (54%)
- Verlust des Spaßfaktors (49%)
- Unzufriedenheit mit der Vorstandsarbeit (39%)

die darauf hin deuten, dass der Austritt aufgrund einer gewissen Unzufriedenheit mit dem Verein oder zumindest Faktoren, auf welche der Verein Einfluss nehmen könnte, basiert. Dass Tennis aufgrund des Alters nicht mehr gespielt werden konnte, gaben 71% der Aussteiger als Austrittsgrund an. Im Gegensatz dazu ließ der Gesundheitszustand bei nur 9% der Befragten kein Tennis mehr zu. Bedenkt man nun, dass 23% der Befragten durch einen Unfall kein Tennis mehr spielen können und 69% der Befragten über 53 Jahre alt sind, bestätigt sich die allgemeine These, dass Tennis tatsächlich ein Sport für die ältere Generation ist. Da man im Tennis weder extrem muskulös, extrem schnell oder extrem ausdauernd sein muss, was sich immer wieder in Matches zeigt, bei welchen ältere, teilweise sogar verletzte Senioren, mit Erfahrung, Taktik und gezielten Schlägen gegen jüngere Spieler gewinnen, ist Tennis eine Sportart, die auch in hohem Alter immer noch betrieben werden kann. Dennoch gibt es einen natürlichen Alterungsprozess, der nicht jedem Tennisspieler ein lebenslanges Spielen ermöglicht und die hohe Austrittsquote aus Altergründen erklärt. Bezüglich des Ortswechsels erscheint die Zahl mit 18% realistisch zu sein, da ein Großteil der Befragten zwischen 20 und 45 Jahren alt ist, und in diesem Alter ein Ortswechsel wegen eines Studiums, Arbeitsbeginn/-wechsel und Familiengründung nicht außergewöhnlich ist. Hierbei zeigt sich allerdings nicht, ob der Wechsel tatsächlich nur auf den Ortswechsel zurückzuführen ist oder aber auch auf eine Unzufriedenheit mit dem Verein, die auf einen Prioritätenwechsel hinausläuft. Es wäre interessant in einer weiteren Studie zu überprüfen, ob sehr zufriedene Mitglieder die Mitgliedschaft in ihrem Tennisverein trotz Ortswechsels aufrechterhalten. Geht man davon aus, dass die Aussteiger ein mindestens gleich hohes und sogar höheres Einkommen haben, als die Mitglieder, ist es nicht verwunderlich, dass finanzielle Gründe nur bei 20% der Aussteiger zum Austritt führten. Natürlich spielt die subjektive Betrachtung bei der Einschätzung des Mitgliedsbeitrags eine enorme Rolle.

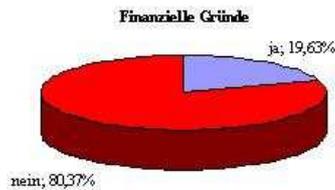


Abbildung 22 Finanzielle Gründe als Ausstiegsgrund?

Dennoch deutet die Kritik am Beitrag daraufhin, dass die Mitglieder für den gezahlten Beitrag ein besseres Angebot des Vereins erwarten, bzw. das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht (mehr) stimmt. In der Regel hält man eine Mitgliedschaft in einem Verein nicht aufrecht, wenn man dessen Vorteile nur selten oder gar nicht nutzt. So wäre selbst der Austritt aus einem sehr günstigen Verein nur eine logische Schlussfolgerung. Ähnlich, wie mit *der Höhe des Jahresbeitrags*, verhält es sich auch mit dem Faktor *zu wenig Zeit*. Zeit ist immer relativ und es kommt darauf an, wie man seine Prioritäten setzt. Wenn man keine Freude an Tennis hat, gibt es natürlich viele andere Aktivitäten/Aufgaben, welche vor einem Tennismatch kommen. Im Gegensatz dazu, findet man sicherlich Zeit für eine Stunde Tennis, wenn es einem sehr wichtig ist. Somit überrascht die hohe Zahl von 38% nicht, die angaben, zu wenig Zeit fürs Tennisspielen zu haben. Auch die beruflichen Gründe fallen bei der Entscheidung für den Austritt mit 11% ebenso wenig ins Gewicht, wie die finanziellen Gründe; was trotz der beruflichen Belastung, die von 44% der befragten Aussteiger angegeben wurde, erstaunlich niedrig ist. Dies zeigt, dass den Aussteigern eine andere Freizeitaktivität wichtiger geworden ist. 22% der Aussteiger gaben private Gründe für den Austritt aus dem Verein an. Zu wenig Unterstützung im Familien- und Freundeskreis schlugen mit 3% ebenso wenig ins Gewicht wie der gesundheitliche Aspekt mit 3%. Während die oben genannten Gründe eher äußerlich Einfluss auf die Mitgliedschaft genommen haben, sind die folgenden Austrittsgründe vereinsinterne Gründe. Laut der Studie scheinen die Aussteiger nicht grundsätzlich den Spaß am Tennis verloren zu haben. Dennoch gibt fast jeder zweite Aussteiger den niedrigen Spaßlevel als Grund für den Austritt an. Dies deutet daraufhin, dass der Austritt nicht in direkter Verbindung mit der Sportart steht. Selbst bei denjenigen, die den Spaß am Tennis per se verloren haben, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Merkmale, wie eine schlechte Mitgliederstruktur oder ausbleibender Trainingserfolg, zu einer negativen Einstellung zum Tennissport an sich geführt haben.

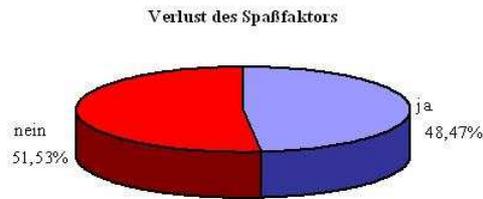


Abbildung 23 Verlust des Spaßfaktors als Austrittsgrund?

Die Mitgliederstruktur war mit 55% für einen Großteil der Aussteiger ein Grund für einen Austritt. Hierzu zählen sowohl der Mangel an Spielpartnern als auch freundschaftliche Kontakte, die eine Verbindung zum Verein herstellen und für den gesellschaftlichen Aspekt von großer Bedeutung ist.



Abbildung 24 Die Mitgliedsstruktur als Austrittsgrund?

Dass auch der Vorstand für die Mitglieder eines Vereins von extremer Wichtigkeit ist, zeigt sich daran, dass 39% ihre Unzufriedenheit an der Vorstandsarbeit mit einem Austritt quittierten. 17% der befragten Aussteiger gaben an, dass sie den Verein aus fehlenden Trainingserfolgen verlassen hätten.

Auch die Mitglieder kritisieren an ihren Vereinen hauptsächlich das Engagement des Vorstandes (Note 4 und schlechter: 17%), das Engagement der Trainer (Note 4 und schlechter: 9%) und die Vereinsatmosphäre (Note 4 und schlechter: 6%). Interessant und erfreulich ist, dass diese Faktoren die einzigen 3 Faktoren aus der Kreuzkorrelationsanalyse sind.



Abbildung 25 Die Vorstandsarbeit als Ausstiegsgrund?

6.7 Attraktivitätsverlust des Tennissports

Während der Beliebtheitsgrad von Tennis bei einer repräsentativen Studie von 267 Millionen Europäern ergab, dass 16% aller Befragten Tennis nach Fußball im Fernsehen europaweit am

liebsten sehen würden und Tennis bei der Veltins-Studie⁹³ von 2001 auf der Beliebtheitsskala sogar den ersten Platz erreichte, fiel die Frage, ob Tennis an Attraktivität eingebüßt hat (74% aller Befragten antworteten mit *Ja*), in dieser Studie äußerst negativ aus. Dabei schätzten 86% der Aussteiger die Attraktivität von Tennis sogar noch erheblich schlechter ein, als die Mitglieder.

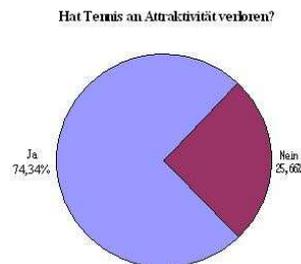


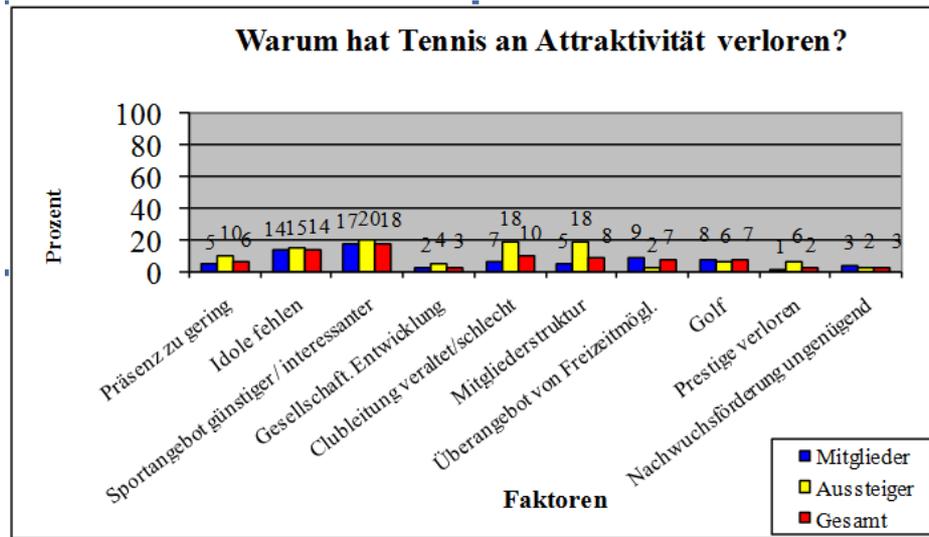
Abbildung 26 Hat Tennis an Attraktivität verloren?

Während die Mitglieder den Mangel an Idolen im Tennis (14%), andere sportliche Angebote, die günstiger und interessanter sind (17%) sowie das Überangebot von Freizeitmöglichkeiten (9%) als die drei Hauptmerkmale für den Verlust der Attraktivität des Tennissports angeben, sehen die Aussteiger neben anderen günstigeren und interessanteren Sportangeboten (20%), die veraltete bzw. schlechte Clubleitung (18%), die Mitgliederstruktur (18%) sowie das Fehlen mitreißender Idole (15%) als die „Schuldigen“ an. Gegensätzlich zu der allgemeinen Meinung der Öffentlichkeit, der Golfsport würde die prestigeträchtigen Tennisspieler abwerben, wird in dieser Studie nicht bestätigt.

Lediglich 7% aller Befragten machen Golf für den Attraktivitätsverlust des Tennissports verantwortlich. Auch die gesellschaftliche Entwicklung, der angebliche Prestigeverlust von Tennis und die Nachwuchsförderung zählen für die Befragten mit durchschnittlich 3% nicht zu den entscheidenden Punkten, die für einen Attraktivitätsverlust sorgen. Die Daten der Tennis-Beyond-Studie ergaben, dass in Entwicklungsländern lebende Tennisspieler Tennis zum Großteil zu ihrer Lieblingssportart wählten, während der Tennissport in den Tennisnationen wie Frankreich, Spanien, GB und USA recht schwach abschnitt. Nur ein Viertel dieser Tennisspieler gaben an, dass Tennis ihr Lieblingssport sei.

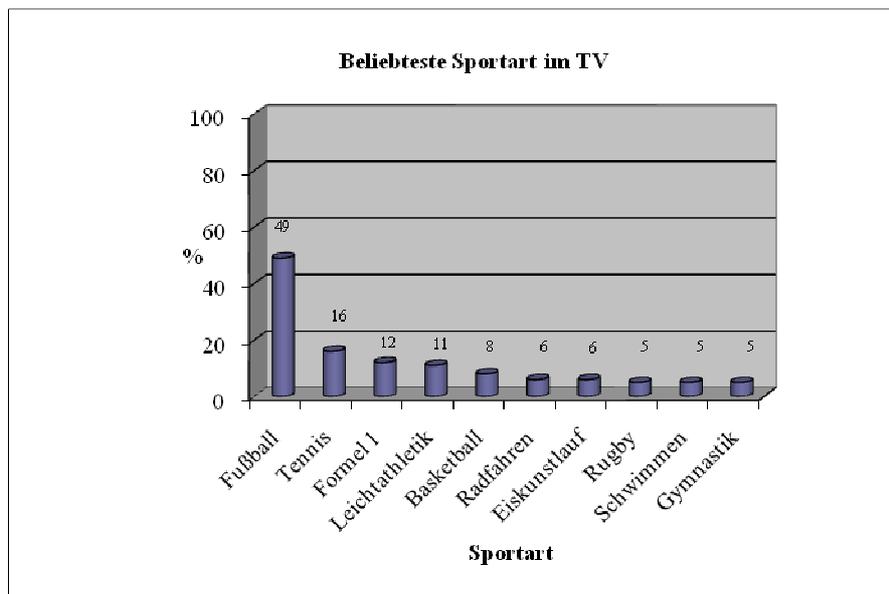
⁹³ Im Auftrag des Deutschen Sportbundes.

Tabelle 80 Warum hat Tennis an Attraktivität verloren?



In Deutschland schnitt die Zahl der Tennisspieler, die Tennis am liebsten hatten, mit 50% (im Jahr 2000⁹⁴) erstaunlich hoch ab. Auch als Fernsehunterhaltung stand Tennis im Jahr 2000 hinter Fußball an zweiter Stelle (siehe Tabelle 81). Betrachtet man sich allerdings die Anzahl der im Fernsehen übertragenen Tennismatches der vergangenen zwei Jahre, fällt auf, dass selbst die großen Turniere wie die French Open oder Wimbledon⁹⁵ nur von den privaten Sendern übertragen werden. Stellt sich hier die Frage, ob die in Deutschland ausgetragene Fußballweltmeisterschaft 2006 einen ähnlichen Hype ausgelöst hätte, wenn die Spiele lediglich bei den Pay-TV-Anbietern angeboten worden wären und die Masse der Bevölkerung die Ergebnisse der Spiele am nächsten Tag aus der Zeitung erfahren hätte.

Tabelle 81 Die beliebteste Sportart im TV.



⁹⁴ Tennis Beyond 2000.

⁹⁵ Das Turnier in Wimbledon hat am Montag, den 26.06.2006 begonnen und wird von der deutschen Bevölkerung neben der Fußball euphorie selbst von Tennisspielern kaum wahrgenommen.

Obwohl die verbreitete Meinung besteht, dass Tennis an Attraktivität verloren hat, scheint die Situation des Tennissports weltweit nicht so schlecht zu sein, wie man beim ersten Betrachten meinen könnte. Dafür sprechen insbesondere die Mitgliederzahlen, die trotz Rückläufigkeit immer noch höher sind als in anderen Sportarten. Einige Merkmale, die in dieser Studie untersucht wurden, könnten wichtige, nützliche Indikatoren für die zukünftige Entwicklung des Tennissports sein. So sollte man unter anderem die Tatsache näher betrachten, dass es in den schwächeren als auch in den stärkeren Ligen einiger Länder wie Brasilien, Chile, Italien und Südafrika eine hohe Beteiligung gibt, während andere Länder wie GB, Kanada, Schweden und Tschechien gerade in den niedrigeren Klassen relativ wenige Tennisspieler haben. Offensichtlich ist, dass Tennis im Rahmen der Freizeitgestaltung mit einer Vielzahl von Aktivitäten, wie z.B. Inline Skating, Schwimmen und Rad fahren, aber auch Restaurantbesuchen und Musikevents konkurriert und die Integration der Mitglieder im Verein zu einem der bedeutendsten Faktoren bezüglich der Aufrechterhaltung einer Mitgliedschaft zählt. Merkmale, die sich günstig auf eine langjährige Mitgliedschaft auswirken, sind u.a. clubspezifische Faktoren, wie die Atmosphäre im Verein, das Engagement von Trainer und Vorstand, aber auch die mentale und physische Fitness, die Eigenmotivation sowie die Selbstdisziplin.

6.8 Zusammenfassung

Wie bereits oben beschrieben, ist das Faktorengeflecht, welches die Partizipation von Tennis beeinflusst, sehr vielschichtig. Ob sich eine Person für den Tennissport entscheidet, hängt nicht nur von der Beliebtheit des Sports in der Bevölkerung ab, sondern insbesondere bei Kindern auch von der Schichtenzugehörigkeit der Eltern und Freunde. Sind diese bildungsnah, gesundheitsbewusst und sportlich engagiert, besteht eine gute Chance, dass man selbst zu einem solchen Menschen heranwächst. Wird man von klein auf in einen Tennisverein integriert, knüpft man dort im besten Falle Kontakte und eine Beziehung zum Tennissport, die ein Leben lang anhält. Inwiefern die Zahl der Sporttreibenden mit wachsendem Bildungs- und Berufsstatus ansteigt, zeigte Opaschowski (1987): „Für sie ist der Zusammenhang von Fitness und Gesundheit fundamental, auch wenn zu seiner Realisierung innere Überwindung erforderlich ist („Ich muss noch zum Tennis“). Nicht nur der Beruf, auch Alter, Bildung und Wohnsituation beeinflussen die Einstellung zum Sporttreiben nachhaltig. Die Vorreiter des Wertewandels – die Großstädter, die Höhergebildeten und die jungen Leute – zeigen zugleich das größte Fitnessbewußtsein“. Stützende empirische Untersuchungen gibt es z.B. von Baur/Brettschneider (1994) und von Kurz/Sack/Brinkhoff (1996), welche die soziale Ungleichheit in Sportvereinen anhand von Kindern und Jugendlichen darstellten; auch hier zeigte sich, dass

die Quote der sportlich Aktiven mit der Höhe der Schichtzugehörigkeit zunimmt. Auch Wilson (2002) kam zu dem Ergebnis, dass die allgemeine Sportpartizipation mit steigender Schichtzugehörigkeit steigt. Zudem fand er heraus, dass: "The findings presented in this study showing that sports tastes are linked not only to economic capital but particularly to class-based differences in cultural capital strongly imply that ... sports tastes do in fact function to accommodate and reinforce the existing structure of social inequality" (Wilson 2002, 14). Generell kann man davon ausgehen, dass die soziale Lage der Sportler, insbesondere der Tennisspieler, nicht mit der sozialen Schichtung der Bevölkerung übereinstimmt. Tennisspieler im Erwachsenenalter gehören so generell höheren Gesellschaftsschichten an, als der Durchschnitt der Bevölkerung. Diese Erscheinung verstärkt sich mit zunehmendem Alter. Indiz dafür, dass Sportvereine, und Tennisvereine insbesondere, als gesellschaftliche Kontaktbörse genutzt werden, zeigt die Tatsache, dass die Zahl der passiven Mitglieder mit der Exklusivität des Vereins steigt. Während die Bereitschaft zum Sporttreiben mit dem Bildungsniveau wächst und sich die Vielfalt der Sportaktivitäten zugleich erhöht, verliert ein bewusst als Gesundheitsförderung und zur Steigerung der ganzheitlichen psychisch-physischen Leistungsfähigkeit betriebener Sport mit sinkender Soziallage an Bedeutung. Auffällig ist, dass die sportive Gesundheits- und Fitnessmoral in den Mittel- und Oberschichten auch im Alter erhalten bleibt, während sie mit sinkender Soziallage kaum noch Achtung findet. Aufgrund der sportbezogenen Bedürfnisse, Werte, Leit- und Körperbilder, Einstellungen, Verhaltensmuster, Interessen, Leistungsmotive und –anreize der Menschen werden Sportarten häufig schichtenspezifisch ausgewählt. So wählen bildungsferne Menschen körperbetonte Sportarten wie Boxen aus, während sich bildungsnahe Menschen eher für taktische Sportarten wie z.B. Tennis entscheiden. Tennis gehört neben Golf, Polo, Fechten, Segelfliegen, Reitsport, Ballett, Basketball, Schwimmen, Rudern und Alpinski zu den hoch angesehen Sportarten (Opaschowski 1987; Weiss/Russo 1987). „Je höher die Anforderungen an die (feinmotorischen) Bewegungsabläufe und je schwieriger die Regeln einer Sportart, desto höher ist die soziale Lage der Sporttreibenden und der rezeptiv daran teilnehmenden Personen“ (Voigt 1992). Besonderen Anklang finden bei diesen Sportarten Charakteristika wie: die Harmonie von Körper und Geist, die allseitige athletische Ausbildung, Fitness, Gewandtheit, Schönheit der Bewegung, strategisches Denken und Handeln, die Kreativität oder die Fairness. Ganz eindeutig steht die Wahrnehmung dieser Sportarten mit typischen Werten der Mittelschichten in enger Verbindung (Schwier 2002). Bei der Veltinsstudie (2001) wurde Tennis zur Wunschsportart Nummer eins gewählt, wobei Aspekte wie *keine Zeit* oder *zu kostspielig* außer Acht gelassen wurden. Dies zeigt, dass Tennis auch nach dem sogenannten Tennisboom unter der Bevölkerung

einen besonderen Stellenwert genießt. Da die Erfolge im Tennis manchmal erst nach Jahren einsetzen und sich Menschen der unteren sozialen Schichten prinzipiell eher von kurzfristigen Erfolgen und Zielen angesprochen fühlen, ist es nicht verwunderlich, dass sich Tennis eher bei Höhergestellten an Beliebtheit erfreut. „Das Planen in weiten Zeiträumen, der rationelle Umgang mit Zeit, Disziplin, Investitionsdenken, Verzicht auf kurzfristige Belohnungen, Durchhaltevermögen, Selbstverantwortlichkeit oder intrinsische Motivation sind eben nicht nur sportive Tugenden, sondern auch Schlüsselbegriffe der Arbeitswelt und Symbole des sozialen Aufstiegs“ (Schwier 2002). Aus welchen Gründen das Alter in den verschiedenen Sozialschichten das Sporttreiben in unterschiedlicher Weise beeinflusst, kann mit den unterschiedlichen Karriereerwartungen der Menschen in Verbindung stehen. Während Angehörige höherer Sozialschichten im Alter zwischen 30 und 40 stark um beruflichen Aufstieg bemüht sind und im Sportverein ein Instrument sehen, dieses Ziel zu fördern, konzentrieren sich Angehörige der unteren Schichten auf den Erhalt der Familie und den Erwerb materieller Güter und sehen eine aktive Mitgliedschaft in einem Verein eher als ein Hindernis an. Aktivitätsbeeinträchtigende Auswirkungen von Eheschließung und Familiengründung sind für Angehörige unterer Sozialschichten nach Schwier (2002) empirisch gut belegt. Es hat sich gezeigt, dass es in Bezug auf die Lebensereignisse nur geringe Unterschiede zwischen Mitgliedern und Aussteigern gibt. Dies deutet daraufhin, dass sich die folgenden Lebensereignisse nicht vordergründig auf die Mitgliedschaft in einem Tennisverein auswirken. Dass sich geringfügig mehr Mitglieder mit familiären Problemen auseinandersetzen müssen, könnte damit zusammenhängen, dass ein größerer Teil der Mitglieder, im Gegensatz zu den Aussteigern, heiratet und eine Familie gründet. Obwohl es bei der Partizipation der Frauen im Sport eine deutliche Aufholtenz gibt, durch welche es besonders in den oberen Schichten angleichende Proportionen gibt, sind Frauen im Sport immer noch unterrepräsentiert, siehe Beispiel Tennis, wo die Quote 60:40 beträgt. In diesem Zusammenhang spielt laut Voigt (1992) auch die Größe des Vereins eine Rolle für die Geschlechterverteilung. So gilt: Je größer der Sportverein, desto mehr Frauen sind unter den Mitgliedern und umso geringer ist die Dominanz der oberen Schichten. Gründe für die unterschiedlichen Zusammensetzungen sind unter anderem Mitgliedsbeiträge, Sozial- und Infrastruktur der näheren Umgebung, Alters- und Geschlechterverteilung, Tradition und Prestige des Vereins und die Hauptsportarten des jeweiligen Vereins. Dennoch ist festzustellen, dass durch Idole wie Boris Becker ganze Nationen in den Tennisbann gezogen werden können, die sich zu dem Sport hingezogen fühlen und diesen nach Möglichkeit dann auch betreiben. Dies zeigt, dass auch im Sport die aktuellen körperbezogenen Werte und Le-

bensstile der dominierenden Milieus vorherrschen, die dann zeitversetzt von den anderen Milieus zumeist übernommen werden.

7 Zusammenfassung und Ausblick

7.1 Zusammenfassung

Körperliche Aktivität und Bewegung spielen schon seit Jahrtausenden in allen wichtigen Kulturen im Rahmen von Wiederherstellung, Erhaltung und Förderung der Gesundheit eine herausragende Rolle (Bös/Brehm 1998). Daneben spielten in der traditionellen Vorstellung von Sport die Grundprinzipien, wie Leistung, Konkurrenz und Rekorde in der Vergangenheit eine herausragende Rolle. Mit der Ausweitung der Sportbewegung - vor allem des Freizeitsports - hat sich das Verständnis von Sport verändert, d.h. es orientiert sich stärker an den Werten der Freizeit (Spaß, Selbstverwirklichung, Mitbestimmung etc.). Nach Woll (1996) will man durch eine sportliche Aktivität bestimmte Effekte, wie z.B. Fitness, soziale Erfahrung, Erfolg und Gesundheit erreichen.

Der Tennissport zählt nach wie vor zu einem der drei beliebtesten Sportarten Deutschlands und er genießt auch immer noch an Ansehen in der Gesellschaft. Dennoch kämpfen viele Tennisvereine in Deutschland mit sinkenden Mitgliederzahlen. Es hat sich gezeigt, dass es nicht nur eine Herausforderung ist, Menschen für einen bestimmten Tennisverein zu begeistern, sondern auch sie langfristig an den Verein zu binden. So hat bereits Henry Ford gesagt, dass das *„Zusammenkommen ein Anfang, das Zusammenarbeiten ein Fortschritt und das Zusammenbleiben ein Erfolg.“* ist.

Während die Studie ergab, dass ehemalige und aktive Tennisspieler neben den gesellschaftlichen Veränderungen auch direkte Kritikpunkte an ihrem Verein anmerken, zeigte sich, dass viele Vorstandsmitglieder, die die Vereine repräsentieren, den Mitgliederrückgang in externen Faktoren suchen. So bemängeln sie z.B. dass es in dieser schnelllebigen Gesellschaft für viele Menschen schwierig ist, eine regelmäßige sportliche Aktivität langfristig aufrechtzuerhalten und sich langfristig an einen Verein zu binden. Während Untersuchungen im Rehabilitationsbereich und bei verschiedenen Sportprogrammen von Drop-out-Quoten von bis zu 50% berichten, ergaben die Ergebnisse dieser Studie, dass die Tennisvereine im Durchschnitt nur ca. 1,9% der Mitglieder zwischen 2003 und 2004 verloren haben. Deutschlandweit entspricht diese Zahl in etwa 51730 Mitglieder (2,4%) im gesamten Deutschen Tennis Bund. Obwohl diese Zahl im Gegensatz zum Gesamtrückgang zwischen der Blütezeit 1994 und 2001 von 8,6% eine positivere Bilanz aufweist, besteht immer noch die Frage nach den Ursachen für fehlende Bindung an und Austritte aus Tennisvereinen in Deutschland.

Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit war es, die Unterschiede zwischen den 661 Mitgliedern und Aussteigern von Tennisvereinen bezüglich der Faktoren, die sich auf das Bindungsverhalten auswirken, zu untersuchen. Um die Faktoren, die Einfluss auf die Aufrechter-

haltung einer sportlichen Aktivität bzw. eine Mitgliedschaft in einem Tennisclub haben, ermitteln zu können, wurde auf personale und soziale sowie ökonomische und strukturelle Faktoren zurückgegriffen, da sie sich in früheren Studien bereits als relativ zuverlässige Indikatoren erwiesen haben (vgl. Wagner 2000).

Im Bereich der **personalen Faktoren** zählen dabei die Selbstwirksamkeitserwartung, die Konsequenzerwartungen, die Stresswahrnehmung sowie die Intention zur sportlichen Aktivität. Zu den **ökonomischen** und **strukturellen Faktoren** zählen die Höhe des Jahresbeitrages, die Bewertung der Tennisanlage, das Engagement des Vorstands sowie die Angebote mit und ohne Tennis. Unter die **sozialen Faktoren** fallen die soziale Unterstützung durch das Umfeld, die Gruppenkohäsion und das Trainerverhalten.

In der Studie galten Tennisspieler, die zum Zeitpunkt der Befragung einem Tennisverein angehörten, als Mitglieder/Dabeibleiber und Tennisspieler, die aus einem Tennisverein ausgetreten sind, als Aussteiger. Mittels inferenzstatistischer Analyse konnte mit den erhobenen Daten nachgewiesen werden, dass sich Dabeibleiber und Aussteiger in einer Reihe von personalen, ökonomischen und strukturellen sowie sozialen Faktoren signifikant voneinander unterscheiden. Faktoren, welche die Mitgliedschaft günstig beeinflussen können, sind:

Tabelle 82 Faktoren, die die Mitgliedschaft positiv beeinflussen.

Mangelnde ökonomische und strukturelle Faktoren	
<ul style="list-style-type: none"> -Gastronomieangebot -Jahresbeitragshöhe -Trainerengagement -Vorstandsengagement -Betreuung im Club -Aussteiger spielt trotzdem weiter Tennis -Geschlecht -Familienstand 	<ul style="list-style-type: none"> -Mitgliedskosten -Mangel an Tennispartnern -Fehlende Integration im Tennisverein -Unbefriedigende Vorstandsarbeit -Alter⁹⁶ -Kinderanzahl -Anzahl Personen im Haushalt
Fehlende personale Faktoren (Physische Faktoren)	
<ul style="list-style-type: none"> -Tragen eines Einkaufskorbes über mehrere Etagen -Oberkörper aus Rückenlage aufrichten -Koffer über mehrere Etagen tragen 	<ul style="list-style-type: none"> -2 km walken können -1 km joggen können ohne Pause -Spielsport -Tennisspezifische Leistungsfähigkeit
Mangelnde personale Faktoren (Psychische Faktoren)	
<ul style="list-style-type: none"> -Zuordnung zu einer Spielkategorie -Tennis als Energiequelle -Tennis befreit Körper, hält Körper gesund -<i>sich besser fühlen</i> mit Tennis -Tennis als Methode zum <i>Ausspannen</i> -Spielfrequenz pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> -Fähigkeit, Zeit gut einteilen zu können -Beruflich eingespannt -Eigenmotivation trotz Müdigkeit -Fähigkeit, Zeit gut einteilen zu können -Beruflich eingespannt -Bereithaltung von Sportkleidung -Tennis spielen trotz primärem

⁹⁶ Auch Faktoren, wie Alter, Geschlecht, Familienstand, Kinderanzahl und die Anzahl der im Haushalt lebenden Personen können in Beziehung zu den ökonomischen und strukturellen Faktoren stehen.

- | | |
|--|---------------------------|
| -Tennis wird zu einer verbindlichen Zeit
gespielt | -Schlafwunsch |
| -Tennis hat feste Zeit im Wochenplan | -Saubere Tennisbekleidung |
| -Regelmäßiges Tennisspielen | -Viel Freizeit |

Fehlende soziale Faktoren

- | | |
|---|---|
| -Unternehmungen mit Tennisclubkollegen
außerhalb des Clubs | -Freunde ermutigen zum Tennisspielen |
| -Ermunterung/Unterstützung eines Dritten
zum Tennisspielen | -Interesse für Tennis auch aus dem Umfeld |
| | -Vereinsatmosphäre |

Dabei ist zu beachten, dass nicht alle Determinanten zu jedem Zeitpunkt signifikante und konsistente Indikatoren der Aufrechterhaltung einer regelmäßigen sportlichen Aktivität bzw. Mitgliedschaft in einem Tennisverein sind. Differenzierte Analysen zeigten zudem, dass die Determinanten, die für den Eintritt in einen Tennisverein wichtig waren, sich im Verlauf der Mitgliedschaft zum Teil erheblich veränderten.

Im nächsten Schritt wurde untersucht, ob sich Erwartungen der Mitglieder an den Tennisverein mit dessen Angebot decken. Hierfür wurden die Vorstandsmitglieder von insgesamt 128 Tennisvereinen Badens und Hessens befragt und deren Antworten mit denen der Mitglieder und Aussteiger verglichen. Die Hypothese, dass eine Diskrepanz zwischen den Wünschen der Tennisspieler und dem Angebot der Vereine herrscht, wurde in dieser Untersuchung bestätigt. Hierbei fiel auf, dass viele Vorstände personale und soziale Faktoren im privaten Bereich für die Unzufriedenheit der Mitglieder verantwortlich machen, während die Mehrheit der befragten Aussteiger, aber auch ein nicht zu unterschätzender Teil der Mitglieder, die Problematik im ökonomischen sowie strukturellen Bereich sehen. Es hat sich gezeigt, dass die Tennisvereine folgenden grundlegenden Veränderungen gegenüberstehen:

Gesellschaftlicher Wandel und dessen Folgen auf das Freizeitverhalten

Bachleitner sah bereits 1992, dass „für die Wandlungen des Sports gesellschaftliche Entwicklungen und gesellschaftliche Strukturveränderungen grundlegend sind“. So steht seit den 80er Jahren vor allem das Freizeitverhalten im Mittelpunkt (Opaschowski 1993). Das heißt allerdings nicht, dass sich niemand mehr an einen Tennisverein binden möchte. 84% der Befragten der Veltins-Sportstudie stehen den Sportvereinen positiv gegenüber und halten diese auch für „eine wichtige soziale Funktion in unserer Gesellschaft“ (Veltins Sportstudie 2001). Außerdem sind 79% der Befragten der Veltins-Sportstudie der Meinung, dass es ohne Sportvereine keinen Spitzensport in Deutschland geben würde. Es ist allerdings festzustellen, dass ein gesellschaftlicher Wandel stattgefunden hat: Wellness, Reisen, kulturelles Programm und Sport spielen in der heutigen Gesellschaft eine große Rolle. Im Bereich des Sports setzen die Menschen nach Brettschneider (1992) ihre Priorität auf den Spaßfaktor und rücken damit das Interesse am *Wettkampf im klassischen Sinne* in den Hintergrund. Durch diese veränderte Motivation, in der Freizeit Sport zu treiben, um Spaß zu haben und um gesund und fit zu bleiben, er-

geben sich für den Tennisverein neue Anforderungen, die erkannt und umgesetzt werden müssen, um Mitglieder zu binden und erfolgreich zu bleiben.

Einstellung zum Sport

Durch das breit gefächerte und vielfältige Angebot im Sportbereich haben die Menschen die Möglichkeit verschiedene Sportarten auszuprobieren und ohne sich an Zeit und Raum zu binden, auszuüben. „Nicht das treue Festhalten an dem einen Sport und dem einen Verein, sondern der Wechsel ist Zeichen der neuen Sportlichkeit“ (Gruppe 1993). So stehen dem Zeitgeist entsprechend die Vereine hoch im Kurs, die ihren Mitgliedern eine Vielfalt von Angeboten darbieten können.

Veränderung der Mitgliederstruktur

Aufgrund der demographischen Veränderungen, aber auch aufgrund des Wertewandels in der Gesellschaft, hat sich die Struktur der Mitglieder in den Tennisvereinen verändert. So gibt es momentan sehr viele Mitglieder über 50 Jahre, gefolgt von den Kindern bis 12 Jahre. Im Alter zwischen 30 und 50 sind bereits nicht mehr so viele vertreten und zwischen 20 und 30 herrscht ein regelrechtes Loch. Um einen Tennisverein erfolgreich zu leiten, ist es wichtig, sich auf diese Veränderung einzustellen.

Vielfältige und veränderte Motive zum Sporttreiben

Fast alle Befragten gaben an, dass ein Hauptmotiv ihrer regelmäßig sportlichen Aktivität der Faktor *Spaß* ist. Dies untermauern auch andere Studien, wie z.B. die Veltins Sportstudie von 2001, in welcher *Spaß* von 84% aller Befragten als Hauptgrund zum Sporttreiben genannt wurde. Gleichgültig, welche Gründe im Anschluss kommen, im Grunde genommen gilt für alles, was der Mensch macht, dass er es aus freien Stücken nicht lange ausüben wird, wenn es ihm keinen Spaß macht. So natürlich auch im Tennis. Wieso jemand Spaß am Tennissport hat, kann verschiedene Ursachen haben: Momentan teilen sich die Mitglieder der Tennisvereine in drei verschiedene Gruppen auf. Zum einen Teil zählen die Mitglieder, die bereits seit mehreren Jahren Mitglieder in einem bzw. ihrem Tennisverein sind. Sie spielten damals, schon vor dem *Beckerboom*, Tennis und spielen es auch heute noch, mittlerweile meist in den Seniorenklassen. Der zweite Teil besteht aus den 30 bis 45jährigen, die Sport als Selbstverständlichkeit, als Ausgleich zum Berufsalltag sehen, und sich fit halten wollen. Den dritten Teil bilden die Kinder bis ca. 14 Jahre, die sich zum Teil an ihren Eltern orientieren und somit einfach nur *Spaß haben wollen*, aber auch an Idolen, die sie im Fernsehen oder auf den Tennisplätzen bei Turnieren sehen und diesen nacheifern wollen. Um die Interessen der Mitglieder zu wahren, den Spaß am Tennis zu fördern und Diskrepanzen zu vermeiden, ist es notwendig, dass sich die Vorstände auf die Heterogenität ihrer Mitglieder einstellen. Denn *Spaß* ist nicht nur ein Hauptmotiv zum Sporttreiben, sondern auch Mitglied in einem Sportverein zu werden und zu bleiben (Veltins Sportstudie 2000). Die körperliche Fitness und die Förderung der Gesundheit zählen ebenso zu wichtigen Motiven, die einen Menschen dazu bewegen, Tennis zu spielen.

Mangel an ehrenamtlichen Mitarbeitern

Welche große Bedeutung die ehrenamtliche Arbeit im Tennisverein hat, wird erst so richtig deutlich, wenn diese ausbleibt. Während es in den 80er Jahren nach relativ viele freiwillige Helfer gab, lässt die Einsatzbereitschaft immer mehr nach. Nach Gabler (1993) hat das „Ehrenamt an Attraktivität verloren, das Image der Funktionäre hat sich im Laufe der Jahre in negativer Hinsicht verändert“ und zum anderen werden die Anforderungen an die Ehrenamtlichen immer komplexer, so dass sie teilweise nur von *Professionals* ausgeführt werden können. Ein weiterer wichtiger Faktor ist, dass sich die geringere Bindung an den Verein sowie das veränderte Freizeitverhalten negativ auf die Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter in Tennisvereinen auswirkt. Da sich nur wenige Vereine einen hauptamtlichen Mitarbeiter leisten können, ist es essentiell, dass das Ehrenamt wieder an Attraktivität gewinnt.

Anstieg der kommerziellen Konkurrenz

Als in den 90er Jahren die Nachfrage im Breitensport anstieg, konnten die Vereine dieser kaum nachkommen, da sie damals hauptsächlich auf den Wettkampfsport ausgerichtet waren. Kommerzielle Sportanbieter fingen diese Tennisinteressierten auf und gaben ihnen die Möglichkeit Tennis zu spielen, ohne sich fest an einen Verein zu binden. Nach Opaschowski (1993) handelt es sich hierbei um Menschen, die sich als „jung, urban, gebildet und gut verdienend“ bezeichnen und Tennis spielen wollen, um sich fit und gesund zu halten und der „Qualität des Sportangebots größere Bedeutung beimisst als dem Preis“ (Heinemann/Schubert 1994). Bedenkt man nun, dass diese Gruppe zwischen 20 und 35 Jahre alt ist, fällt auf, dass es sich genau um die Gruppe handelt, die in den Vereinen nur sehr schwach besetzt ist. Des Weiteren nehmen die Breitensportler im Verhältnis zu den Wettkampfsportlern im Verein 85% ein (Rücker 2000) und bedürfen dementsprechend viel Aufmerksamkeit.

Finanzielle Probleme

In der Regel finanzieren sich Tennisvereine durch Mitgliederbeiträge, Aufnahmegebühren und Spenden. Große Vereine haben zudem noch die Möglichkeit Gelder durch Zuschauertickets bei Turnieren oder durch Sponsorenverträge einzunehmen. Im Gegensatz dazu haben Vereine mit einem geringen Anteil von Erwachsenen und einem hohen Anteil an Kindern und Jugendlichen einen sehr schwierigen Stand, da sie nicht nur niedrigere Einnahmen haben, sondern durch die Kinderförderung zudem auch noch höhere Ausgaben und auch einen höheren Organisationsaufwand, der durch das Training und die Turnierbetreuung entsteht. Um den Mitgliedern eine außergewöhnliche Leistung bieten zu können, ist es nicht unerheblich, zusätzliche Einnahmequellen zu haben.

Es ist anzumerken, dass sich die Aussagen der befragten Teilnehmer zwar auf jeweils einen der 128 teilnehmenden Vereine bezieht, diese allerdings nicht vereinspezifisch ausgewertet wurden. Das heißt, dass die Kritikpunkte nicht einen bestimmten Verein betreffen, sondern

Hinweise und Anregungen sind, die sich jeder Verein für sich als Anhaltspunkte nehmen kann, um seinen Tennisverein erfolgreich zu gestalten.

Mit der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, die relevanten Einflussfaktoren im Bindungsverhalten bezüglich der Aufrechterhaltung einer sportlichen Aktivität bzw. der Mitgliedschaft in einem Tennisverein aufzuzeigen und diese Erkenntnisse mit praktischen Hinweisen für Tennisvereine zu erweitern. Dabei ist diese Arbeit nur als ein Baustein für eine methodische Grundlage zur Aufklärung der Aufrechterhaltung einer sportlichen Aktivität bzw. der Mitgliedschaft in einem Tennisverein zu betrachten.

7.2 Ausblick

7.2.1 Erweiterung des Forschungsstands

Zur Weiterentwicklung des gegenwärtigen Forschungsstandes sollten in zukünftigen Forschungsarbeiten in diesem Sektor zunächst eindeutige Definitionen von Begriffen und Konstrukten bestimmt werden. Außerdem wäre es wünschenswert, wenn einheitlichere Meßmethoden bezüglich der Determinanten der Aufrechterhaltung der sportlichen Aktivität angewandt werden würden, da dadurch der Vergleich der erhaltenen Ergebnisse erleichtert werden würde. Um noch genauere Daten zu erhalten, scheinen zudem vereinsinterne Untersuchungen sowie Tiefeninterviews sinnvoll, die dem Verein eine direkte Rückmeldung geben und dadurch die Möglichkeit bieten, durch fundierte Kenntnisse über die Schwachstellen, gezielte Interventionsmaßnahmen einzusetzen.

7.2.2 Umsetzung der Social Marketingmaßnahmen im Tennis

Wie bereits beschrieben, gibt es schon verschiedene Ansätze, um der Rückläufigkeit im Tennis entgegenzuwirken. Die Problematik besteht darin, dass einige Vereine sich der Entwicklung anscheinend noch nicht bewusst sind. Andere Vereine wiederum verfügen vielleicht nicht über einen Zugang zum Internet und können somit das Konzept des DTB zur Modernisierung und Professionalisierung der Tennisvereine z.B. nicht anwenden. Wieder andere Vereine besitzen keine Lösungsstrategien, um die aufgezeigten Problemfelder zu beseitigen. Wichtig ist, dass man sich die theoretischen Grundlagen zu Nutze macht und so, in Bezug auf das TTM, je nach Phase, auf das *potentielle* Mitglied eingeht und neue Mitglieder, besonders in den ersten Monaten, durch individuelle Behandlung bei der Aufrechterhaltung der Freude am Tennis und damit an der Mitgliedschaft im Tennisverein unterstützt. Weiterhin ist es für eine erfolgreiche Planung unbedingt notwendig die Rahmenbedingungen des Vereins zu ken-

nen und sie zum Vorteil des Vereins zu vermarkten. Konkrete Lösungsvorschläge werden nun im Folgenden dargestellt:

7.2.2.1 Lösungsvorschlag

Basierend auf den Grundlagen der Social Marketing Methoden und den Ergebnissen dieser Studie, soll nun an zwei konkreten Beispielen „TC Wimbledon“ und „TC Fun“ dargestellt werden, wie die Attraktivität eines Vereins gesteigert werden kann.

1. Rahmenbedingungen

Zunächst müssen natürlich die Rahmenbedingungen der Tennisvereine untersucht werden; dies geschieht durch eine Situationsanalyse. Es wird notiert wie viele Mitglieder der Verein in welcher Kategorie hat:

Tabelle 83 Situationsanalyse für einen professionellen- und einen Breitensportorientierten Club.

Kategorie	TC Wimbledon	TC Fun
- Mädchen bis 8 Jahre	12	18
- Jungen bis 8 Jahre	13	27
- Mädchen von 8-14 Jahre	18	32
- Jungen von 8-14 Jahre	17	44
- Weibliche Jugend 14-18 Jahre	12	24
- Männliche Jugend 14-18 Jahre	15	42
- Damen	236	51
- Herren	310	289
- Seniorinnen	263	266
- Senioren	262	272

Nun ist es wichtig die Mitglieder in Breitensportorientiert und Wettkampforientiert zu unterteilen⁹⁷. Dies findet man am besten im direkten Kontakt mit den Mitgliedern heraus. Da man dabei allerdings meist nur die *bekannt*en und *aktiven* Mitglieder erreicht, ist es sinnvoll eine Umfrage im Verein durchzuführen. Bei der Umfrage hat sich nun also herausgestellt, dass die Mehrheit der Mitglieder im TC Wimbledon wettkampforientiert und im TC Fun eher Breitensportorientiert sind; der TC Wimbledon hat ein Problem mit dem Nachwuchs, der TC Fun hat ein großes Defizit im Bereich der Damen. In einem nächsten Schritt sollten kurzfristige, mittelfristige sowie langfristige Ziele gesteckt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass diese möglichst konkret formuliert werden, um den Erfolg oder Misserfolg genau analysieren zu können. z.B.

⁹⁷ Hat ein Tennisverein sowohl Breitensport- als auch wettkampforientierte Mitglieder, kann er sich entweder für eine Zielgruppe entscheiden, oder er *teilt den Verein in zwei Teile auf*, indem er gleichberechtigt für den einen Teil *Breitensportliche* und für den anderen Teil *wettkampforientierte* Angebote bereithält, welche aber natürlich von allen Mitgliedern genutzt werden können. Dies beinhaltet allerdings einen relativ großen finanziellen und organisatorischen Aufwand, insbesondere dann, wenn der Verein nicht wie die üblichen *Mischformvereine* geführt werden soll.

- Am 01.10.2010 soll der Verein 20 neue jugendliche Mitglieder haben.
- Am 01.10.2012 soll der Verein 100 neue jugendliche Mitglieder haben.
- Am 01.10.2015 soll der Verein 200 neue jugendliche Mitglieder haben.

2. Entwicklung von Social-Marketing-Konzepten

Um die gesteckten Ziele zu erreichen, sollen nun Marketingideen zusammengestellt werden. Die hier dargestellten Vorschläge sollen nur Beispiele für eine Kategorie der jeweiligen Vereinsform sein:

Tabelle 84 Marketingideen für einen professionellen- und einen Breitensportorientierten Club.

Ideen	TC Wimbledon	TC Fun
Marketingideen für die Damen		<ul style="list-style-type: none"> - Städtereisen/Abenteuerurlaub. - Walkingangebote. - Fitnesskurse (Yoga, BBP⁹⁸ etc.). - Regelmäßige Feste (z.B. Sommerfest mit Krönung der Tenniskönigin und des -königs). - Fahrradtouren und andere sportliche Aktivitäten.
Marketingideen für die Kinder/Jugendlichen	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Prominente</i> Tennisspieler für Showmatches/Trainingstag einladen. - Freundschaftsspiele mit den umliegenden Vereinen organisieren. - Mannschaftsspieler aus der ersten Mannschaft übernehmen <i>Patenschaft</i> für ein Kind/Jugendlichen, mit dem sie im Sommer mindestens 2x trainieren. - Fitnesstraining anbieten. 	
Marketingideen für beide Vereine	<ul style="list-style-type: none"> - Internetauftritt mit vielen Fotos, Beschreibung von Aktionen des Vereins, Infos für weitere, Termine der Trainingseinheiten etc. - freies Spiel, zum z.B. 2x im Monat - Erarbeitung von Sponsoring-Konzepten (ortsansässige Geschäftsleute für Sport begeistern, Leistung und Gegenleistung definieren sowie Unterstützung bei Umsetzung) - Zeitgemäße Vereinsstrukturen (Strukturen entwickeln die den Verein wieder interessant machen) - Entwicklung von Marketingkonzepten (Bedürfnisse der Mitglieder berücksichtigen und den Verein nach außen darstellen) 	

3. Durchführung von Social-Marketing-Maßnahmen

Als nächstes werden die Durchführung der Social-Market-Maßnahmen besprochen und die Aufgaben verteilt. Wichtig ist, dass darauf geachtet wird, dass diese Aufgaben konkret verteilt werden und somit jeder seinen Aufgabenbereich genau kennt. Von besonderer Bedeutung ist es außerdem, gerade auf Mitglieder einzugehen, die sich laut TTM in Phasen befinden, in welchen sie spezielle Aufmerksamkeit und Unterstützung benötigen (siehe 2.2.2).

⁹⁸ Bauch, Beine, Po.

4. Kontrolle der Social-Marketing-Maßnahmen

Am Stichtag werden eine erneute Situationsanalyse erstellt und die gesteckten Ziele mit den erreichten verglichen. Nun kann man feststellen, welche Maßnahmen erfolgreich waren, welche erneut und vertieft werden sollten, um den Erfolg zu erhöhen und natürlich auch zu überprüfen, welche Maßnahmen fruchtlos blieben. Basierend auf diesen Ergebnissen können dann neue Ziele gesteckt und weitere Maßnahmen erörtert werden. Auf diese Weise bleibt man ständig auf dem aktuellsten Stand und kann sich relativ schnell auf neue Trendwendungen einstellen.

7.2.2.2 Umsetzung der Social Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Attraktivität von Tennis in Deutschland

Nachdem nun reichlich viele Ideen für die Attraktivitätssteigerung einzelner Vereine beschrieben wurden, folgen nun noch eigene Ideen für die Vermarktung des Tennissports in Deutschland allgemein:

1. Tennis als Computerspiel⁹⁹

Selbstverständlich gibt es schon viele Computerspiele, in denen man Tennis spielen kann, in welchen man Tennisprofis coachen kann und deren Turnierplanung übernimmt, solche, in denen man den Tennisverein als Manager verwalten muss, oder die altbekannten Actionspiele, in denen man den Ball mit einem Balken, der als Tennisschläger dient, übers Netz zum Gegner zu schlagen.

Viele Kinder sitzen heutzutage erst stundenlang in der Schule und verbringen dann den restlichen Tag am Schreibtisch, vor dem Fernseher oder dem PC. Wenn ein Kind nicht dazu zu bewegen ist, mit Freunden draußen im Freien zu spielen oder sich an einen Sportverein anzuschließen, könnte man es vielleicht übers Computerspielen dazu zu animieren, sich zu bewegen und vielleicht auch noch so viel Spaß daran zu finden, dass es dem Sport, in diesem Falle, Tennis, dann auch im *wahren Leben* nachgeht.

Um die Menschen wieder für den Tennissport zu motivieren, könnte man ein Computerspiel erstellen, in welchem die Kinder/Jugendlichen gegen bekannte Tennisspieler spielen können, wobei sie vor dem Fernseher mit einem Tennisschläger¹⁰⁰ auf einer stabilen Unterlage körperlich gegen diese antreten. D.h. sie müssen die Bewegung des Aufschlags machen, um den

⁹⁹ Mittlerweile gibt es Spiele, die dem beschriebenen stark ähneln, bereits zu kaufen.

¹⁰⁰ Die Spieler spielen mit einem Tennisschläger, der mit einem Sensor ausgestattet ist, welcher die Bewegungen über Eye-Toy auf den Bildschirm überträgt. Dabei sendet und erhält der Schläger Signale über die Spielkonsole. Für den Spieler entsteht ein reales Spielgefühl, da er seine ganze Motorik, Koordination und das Geschick einbringen muss, um erfolgreich gegen sein Gegenüber zu bestehen.

Ball ins Spiel zu bringen, sie müssen, nach dem Ball laufen¹⁰¹, sie müssen im Grunde alles tun, was ein Tennisspieler auf dem Tennisplatz macht. Die Bewegungen des Spielers werden dabei von einem Eye-Toy, der bereits bei vielen Spielen, wie z.B. „Eye-Toy-Play 1“ angewandt wird, eingefangen und direkt auf den Bildschirm übertragen. Ausgeschmückt wird das Spiel mit einem begeisterten Publikum, welches gewonnene Punkte lauthals feiert, mit Eigenarten der Tennisspieler (z.B. John McEnroe schmeißt seinen Schläger bei einer knappen Entscheidung auf den Boden) sowie einer pompösen Siegerehrung am Schluss des Turniers.

Bevor das Spiel beginnt, kann sich der Spieler seinen Sponsor und das Outfit aussuchen. Ein Kommentator verfolgt das Spiel und kommentiert es, während Balljungen die Spieler mit Tennisbällen versorgen. Ein abschließendes Interview mit den Tennisspielern schließt das Spiel ab. Im Anschluss an das Match wird der Spieler interviewt und bei einem Gesamtsieg im Turnier dementsprechend gekürt. Um nicht immer von vorne beginnen zu müssen, sollte der momentane Spielstand selbstverständlich speicherbar sein. Der Aufmachung und den Extras sind keine Grenzen gesetzt.

Die Spieler haben dabei die Möglichkeit zwischen den vier Grand Slam Turnieren auszuwählen und dadurch Hintergrundinformationen über das Turnier sowie die teilnehmenden Tennisspieler, z.B. Boris Becker hat dreimal Wimbledon gewonnen, erhalten. Der Schwierigkeitsgrad erhöht sich mit Dauer des Turniers. Vor allen Dingen sollte es aber auch einen Trainingsmodus¹⁰² geben, in dem der Spieler sich mit der Spielform und dem Ablauf vertraut machen kann. Der Trainingsmodus könnte mit motivierender Musik unterstrichen werden. Durch dieses Spiel würden sowohl die Motorik, als auch Kondition und die Motivation Tennis zu spielen gefördert werden. Bei den Möglichkeiten, welche die Technik uns heute bietet und dem Interesse der Menschen an interaktiven Computerspielen, findet dieses Spiel mit Sicherheit Begeisterung bei Groß und Klein. Pro Spiel könnten fünf Euro für die Nachwuchsförderung im Tennis verwendet werden, hauptsächlich für Kinder, die sich Tennis sonst nicht leisten könnten. Somit hätte das Spiel sogar noch einen positiven Nebenaspekt.

2. Tennis Camp als Reality Show

Man könnte ein Tennisturnier organisieren, welches in jedem Bundesland Deutschlands durchgeführt wird. Die besten zehn Teilnehmer jedes Landes könnten dann an einem *Supercasting* teilnehmen, welches von einer Jury, die aus Fachleuten, wie Trainer des Deutschen Tennis Bundes zusammengestellt wird, besteht, und die dann die 40 talentiertesten Tennis-

¹⁰¹ Dies geschieht vor dem Fernseher selbstverständlich auf der Stelle.

¹⁰² Konditionstraining, Aufschlagtraining, Volleytraining etc., aber auch Matchtraining mit einem Sparringspartner.

spieler für das Tennis Camp auswählen. Bereits seit über fünf Jahren ist das Interesse an Reality Shows im Fernsehen sehr hoch. Ob Big Brother und Shows wie *Ich bin ein Star – holt mich hier raus*, welche Zuschauerzahlen von ca. 8,33 Mio.¹⁰³ erreichen oder Talentshows, wie *Deutschland sucht den Superstar*, bei welchen ca. 7,1 Mio.¹⁰⁴ Zuschauer mitfiebern – Reality Shows sind „in“.

Nachdem das Interesse an solchen Sendungen so enorm ist, könnte man das Interesse der Menschen in Deutschland durch eine solche Show auch für das Tennis begeistern und den einen oder anderen dauerhaften Fan bekommen. Eine solche Show könnte folgendermaßen aufgebaut sein: *King of the Court*- 24 Jugendliche zwischen 14 und 18 Jahren ziehen in eine Wohngemeinschaft ein, die in vier Häuser unterteilt ist. Das Alter und Geschlecht dieser Bewohner ist gleichmäßig verteilt. Die Jugendlichen wohnen dort während der gesamten Sommerferien und müssen täglich miteinander trainieren und hauptsächlich sportliche, aber auch gesellige Aufgaben bewältigen. Die Zuschauer können jede Woche vier Teilnehmer hinauswählen. Der Sieger erhält ein Sponsorship und Stipendium. Die anderen Teilnehmer, Sachpreise rund ums Tennis. Um dieses Projekt finanzieren zu können, müssten sich natürlich einige Sponsoren dafür begeistern, die das Projekt unterstützen.

Da die Teilnehmer nicht nur während der sportlichen Aktivitäten gefilmt werden, sondern auch bei alltäglichen Dingen, wie z.B. beim Kochen, kann man dadurch sogar noch einen positiven Beitrag dazu leisten, dass die Zuschauer lernen, wie man sich gesund ernährt und wie viel Sport man treiben muss, um die aufgenommene Energie wieder zu verwerten. Die Jugendlichen lernen in der Zeit während des Camps sich in ein Team einzufügen, Einzel- und Mannschaftspunkte zu sammeln, ihre Technik im Tennis genauso wie die körperliche und mentale Fitness zu verbessern, dem Druck in der Öffentlichkeit auszuhalten etc. Die Zuschauer lernen die Teilnehmer näher kennen und können sich mit ihnen identifizieren. Dadurch wird ein Bezug geschaffen, den es in besonderer Weise zu Beckers Zeiten gab. Tennis ist wieder in den Medien und wer weiß – vielleicht wird wirklich der nächste *King of the Centre Court* geboren.

3. Attraktivitätssteigerung der ehrenamtlichen Mitarbeit in Tennisclubs

Um das Ehrenamt wieder attraktiver zu machen, könnte der Deutsche Tennis Bund *Belohnungen* für die Vorstandsmitglieder vergeben. So zum Beispiel für jahrelanges Engagement im Jugendbereich, für außergewöhnliche Ideen im Marketingbereich, für besondere Erfolge etc. Außerdem könnte man jedes Jahr die 20 besten Vorstandsmitglieder eines jeden Bundeslan-

¹⁰³ <http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=4383>.

¹⁰⁴ http://de.fc.yahoo.com/t/talente_castings_superstars.html.

des wählen, die dann auf einer bundesweiten Veranstaltung gekürt werden. Des Weiteren wäre es nützlich, wenn Firmen sich dafür stark machen würden, ehrenamtliche Bewerber, bei gleicher Leistung, denjenigen vorzuziehen, die sich nirgends engagieren. Somit würde man auch den Skills, die ehrenamtliche Mitarbeiter in Sportvereinen erlernen, honorieren.

4. Akquisition von Ballsportrentnern

Ballspieler, wie Handballer oder Fußballer, sind oft gezwungen ihre aktive Laufbahn in ihrem Sport zwischen 30 und 35 Jahren aufzugeben. Dies liegt zum einen daran, dass diese Mannschaftssportarten einen hohen Körperkontakt erfordern und dadurch verhältnismäßig viele Verletzungen entstehen, zum anderen wird in diesen Sportarten ein hohes Fitnesslevel benötigt, um erfolgreich zu sein. In der Regel hat man somit mit zunehmendem Alter weniger Chancen sich gegen jüngere durchzusetzen. Normalerweise haben Ballspieler exzellente koordinative Fähigkeiten und Erfahrungen im Umgang mit dem Ball. Mit 35 Jahren ist man noch viel zu jung, um die sportlichen Tätigkeiten völlig aufzugeben und so sind diese *Ball-sportrentner* quasi prädestiniert, um eine zweite aktive *Sportlerkarriere* - mit der kleinen gelben Filzkugel - zu beginnen. Aufgrund ihrer Erfahrungen und Fähigkeiten müssten sie nicht als reine Anfänger beginnen, der Erfolg würde sich normalerweise relativ schnell einstellen, da sie die technischen Defizite mit ihren konditionellen Fähigkeiten ausmerzen könnten und könnten sich bis ins hohe Alter im Wettkampf mit anderen Tennisspielern messen.

7.3 Schlussfolgerung

Es gibt zahlreiche vielversprechende Marketingkonzepte, aber aufgrund der Vielfalt der Vereine kein Patenrezept. Wichtig ist, dass man sich auf die Voraussetzungen und Anforderungen des eigenen Vereins einstellt und eine individuelle, auf den Tennisverein zugeschnittene Beratung und Konzeption erstellt, um erfolgreich zu sein. Auch wenn die Marketingmethoden nicht sofort greifen, ist es wichtig, überhaupt tätig zu werden, denn wie schon Berthold Brecht formulierte: „Wer kämpft, kann verlieren. Aber wer nicht kämpft, hat schon verloren.“

8 Literaturverzeichnis

- Abele, A./Brehm, W.: (1986). *Befindlichkeitsveränderungen im Sport*. Sportwissenschaft, 16, 288- 302.
- Ajzen, I.: (1991). *The theory of planned behavior*. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179-211.
- Andrew, G.M./Oldridge, N.B./Parker, J.O./Cunningham, D.A./Rechnitzer, P.A./Jones, N.L./ Buck, C./Kavanagh, T./Shephard, R.J./Sutton, J.R.: (1981). *Reasons for Dropout from Exercise Programs in Post – Coronary Patients*. In: Medicine and Science in Sports and Exercise 13, 164-168.
- Andrew, G.M./Oldridge, N.B./Parker, J.O./Cunningham, D.A./Rechnitzer, P.A./Jones, N.L./ Buck, C./Kavanagh, T./Shephard, R.J./Sutton, J.R./Mc-Donald, W.: (1984). *Reasons for Dropout from Exercise Programs in Post – Coronary Patients*. In: Medicine and Science in Sports and Exercise 16, 115.
- Bachleitner, R.: (1989). *Sport, nein danke. Überlegungen zum Phänomen der Sportverweigerung*. In: Sportpädagogik 13, 2, 7-12.
- Bachleitner, R.: (1992). *Zur Problematik der gesellschaftlichen Veränderung des Sports*. In: Bässler, R.: Gesellschaftliche Veränderungen und ihre Auswirkungen auf den Sport. Wien, 69–82.
- Badtke, G.: (1999). *Lehrbuch der Sportmedizin*. Barth, Leipzig.
- Bässler, R.: (1990). *Sport und Gesellschaft: Eine Analyse kausaler Zusammenhänge zwischen Sport und Gesellschaft*. In: Amesberger, G. (Hrsg.) Sportwissenschaften im Lichte moderner Forschung. Wien.
- Bandura, A.: (1977) *Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. In: Psychological Review 84, 2, 191 – 215.
- Bandura, A.: (1979). *Sozial-kognitive Lerntheorie*. Stuttgart.
- Bandura, A.: (1982). *Self-efficacy mechanism in human agency*. American Psychologist, 37, 122-147.
- Bandura, A.: (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs: New York.
- Baur, J.: (1991). *Nachwuchsarbeit im Sportverein. Zwischen Traditionalismus und Modernitätsgläubigkeit*. In S. Redl, R. Sobotka & A. Russ (Hrsg.), Sport an der Wende (293-302). Wien: Österreichischer Bundesverlag.
- Baur J./Brettschneider, W.-D.: (1994). *Der Sportverein und seine Jugendlichen* (Bd. 19 der Edition Sport und Wissenschaft), Aachen.
- Benko (geb. Bernwick) U., Hörl S., Müller E.: (2001). *Ansteigende Mitgliederzahlen im Tennisclub - Wirklichkeit oder Utopie? Ein Pilotprojekt: Tennisclub 2000+*. In: Woll A., En-

- gelbert S., Engelhardt A., Klein V., "Miteinander lernen, forschen, spielen - Zukunftsperspektiven im Tennis. Jahrestagung der dvs Kommission Tennis, Karlsruhe 2001, Abstractband.
- Biddle, S.J.H.: (1992). *Sport and exercise motivation: A short review of antecedent factors and psychological outcomes of participation*. Physical Education Review, 15, 98-110.
- Biddle, S. J. H.: (1992). *Exercise psychology*. Sport Science Review, 1, 79–92.
- Blumenthal, J.A./Williams, R.S./Wallace, A.G./Williams, R.B./Needles, T.L.: (1982). *Physiological and Psychological Variables Predict Compliance to Prescribed Exercise Therapy in Patients from Myocardial Infarction*. In: Psychosomatic Medicine 26 (1982), 519 – 527.
- Bös, K.: (1985). *Statistikkurs I*. Schorndorf: Hofmann.
- Bös, K./Woll, A.: (1989). *Kommunale Sportentwicklung*. Erlensee: SFT-Verlag.
- Bös, K.: (1999). Kinder und Jugendliche brauchen Sport! In: K. Bös & N. Schott (Hrsg.), *Kinder brauchen Bewegung – leben mit Turnen, Sport, Spiel* (29-47). Hamburg: Czwalina.
- Bös, K./Brehm, W.: (1998). *Gesundheitssport*. Schorndorf.
- Bös, K./Schott, N.: (1999). *Kinder brauchen Bewegung - leben mit Turnen, Sport, Spiel*. Verlag: Czwalina
- Bös, K./Abel, T./Woll, A./Niemann, S./Tittlbach, S./Schott, N.: (2002). *Der Fragebogen zur Erfassung des motorischen Funktionsstatus*. (FFB-Mot). Diagnostica, 48 (2), 101-111.
- Boltanski, L.: (1976). *Die soziale Verwendung des Körpers*. in: Kamper, Dietmar/ Ritter, Volker (Hg.): *Zur Geschichte des Körpers*, München, Wien, 138-177
- Bolte, K. M., Kappe, D., Neidhardt, F.: (1974). *Soziale Ungleichheit. Struktur und Wandel der Gesellschaft., Reihe B der Beiträge zur Sozialkunde* . 3. Aufl. Opladen, Darmstadt.
- Bortz, J.: (1995). *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Bourdieu, P.: (1987). *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Suhrkamp, Frankfurt a. M. Schorndorf: Hofmann.
- Brehm, W./Eberhardt, J.: (1995). *Drop – out und Bindung im Fitneß-Studio*. In: Sportwissenschaft 25.
- Brehm, W./Pahmeier, I.: (1990). *Aussteigen oder Dableiben? Bruchstellen einer Breitensportkarriere und Bedingungen eines Ausstiegs*. In: Spectrum der Sportwissenschaft 2, 2, 33 – 56.
- Brehm, W./Pahmeier, I.: (1992). *Gesundheitsförderung. Gesundheitsförderung durch sportliche Aktivierung als gemeinsame Aufgabe von Ärzten, Krankenkassen und Sportvereinen*. Bielefeld.

- Brehm, W./Sygusch, R.: (2003). *Prävention im Sportverein*. In: M. Jerusalem und H. Weber (Hrsg.), *Psychologische Gesundheitsförderung. Diagnostik und Prävention*. (S. 479-497). Göttingen: Hogrefe.
- Brettschneider, R.: (1992). *Lebensstil und Sportverhaltensweisen*. In: Bässler, R.: *Gesellschaftliche Veränderungen und ihre Auswirkungen auf den Sport*. Wien, 31 – 42.
- Brettschneider, W.-D./Bräutigam, M.: (1989). *Sport im Alltag von Jugendlichen. Projektabschlussbericht*. Paderborn.
- Breuer, C.: (2003). *Entwicklung und Stabilität sportlicher Aktivität im Lebenslauf*. *Sportwissenschaft* 33 (3), 263-279.
- F.A. Brockhaus GMBH: (2000). *Brockhaus-Enzyklopädie in 24 Bänden*. Mannheim.
- F.A. Brockhaus GMBH: (2002). *Brockhaus-Enzyklopädie in 24 Bänden*. Mannheim.
- Bruhn, M.: (1994). *Markenpolitik und Sponsoring in: Bruhn, Manfred (1994): Handbuch Markenartikel*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel; S.1127-1160
- Bruhn, M.: (2002). *Integrierte Kundenorientierung – Implementierung einer kundenorientierten Unternehmensführung*. Wiesbaden.
- Bruhn, M./Homburg, C.: (1999). *Kundenbindungsmanagement – Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen*. In: *Handbuch Kundenbindungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Erfahrungen*, hrsg. Von Manfred Bruhn und Christian Homburg, Wiesbaden, S. 3-38.
- Brunner, B.C.: (1969). *Personality and Motivation Factors Influencing Adults Participation in Vigorous Physical Activity*. In: *Research Quarterly*, 464 – 469.
- Buonamano, R., Cei, A., & Mussino, A.: (1995). *Participation motivation in Italian youth sport*. *The Sport Psychologist*, 9, 265-281.
- Bunton, R., Baldwin, S., Flynn, D. & Whitelaw, S.: (2000). *The "stages of change" model in health promotion: Science and Ideology*. *Critical Public Health*, 10, 55-70.
- Canada Fitness Survey: (1983). *Fitness and lifestyle in Canada*. Ottawa, ON: Directorate of Fitness and Amateur Sport.
- Cardinal, B.J.: (1997). *Construct Validity of Stages of Change for Exercise Behavior*. *American Journal of Health Promotion*, 12, 68-74.
- Conzelmann, A.: (2001). *Sport und Persönlichkeitsentwicklung. Möglichkeiten und Grenzen von Lebenslaufanalysen*. Reihe Sportwissenschaft, Band 29. Schorndorf: Hofmann.
- Conzelmann, A.: (1991). *Seniorenleistungssport unter dem Gesichtspunkt der Entwicklung der sportlichen Leistungsfähigkeit im Alter*. In G. Schoder, H. J. Gros & A. Rütten, *Anwendungsfelder der Sportwissenschaft. Beiträge zum 3. Landessymposium der sportwissenschaftlichen Institute Baden-Württembergs* (S. 49-65). Stuttgart: Nagelschmid.

- Courneya, K. S.: (1995) *Understanding readiness for regular physical activity in older individuals: an application of the Theory of Planned Behavior*. *Health Psychology*, 14, 80–87.
- D´Alquen, Klaus: (1997): *Kundenzufriedenheitsanalyse, Kundenzufriedenheit ist kein Zufall-Mehr Erfolg durch mehr zufriedene Kunden!* o.O. Rationalisierungskuratorium der Dt. Wirtschaft e.V.
- Darlison, E.: (2000). *Geschlechterrolle und Sport*. In: *Der Orthopäde*. Springer Berlin / Heidelberg.
- Deci, E.L./Ryan, R.M.: (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*. New York: Plenum.
- Deutscher Sportbund (Hrsg.) (2000). *Darstellung des Sports im Fernsehen*. Dokumentation der Veranstaltung am 31. März 2000 in Mainz.
- Deutscher Sportbund (Hrsg.) (2000). *Der Sport - ein Kulturgut unserer Zeit. 50 Jahre Deutscher Sportbund*. Frankfurt/Main.
- DiClemente, C. C., Prochaska, J. O., Fairhurst, S. K., Velicer, W. F., Velasquez, M. M, & Rossi, J. S.: (1991). *The process of smoking cessation: An analysis of precontemplation, contemplation, and preparation stages of change*. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 59, 295-304.
- Diller, H.: (1995). *Kundenbindung als Zielvorgabe im Beziehungs-Marketing*, Erlangen, Nürnberg.
- Dishman, R.K.: (1982). *Compliance/Adherence in health – related Exercise*. In: *Health Psychology*, 1, 237 – 267.
- Dishman, R.K.: (1984). *Motivation and Exercise Adherence*. In: Silva, J.M./ Weinberg, R.S. (eds.): *Psychological Foundations of Sport*. Champaign, IL, 420 – 435.
- Dishman, R.K./Ickes, W./Morgan, W.P.: (1980). *Self – Motivation and Adherence to Habitual Physical Activity*. In: *Journal of Applied Social Psychology* 10, 2, 115 – 132
- Dishman, R.K.: (1981a). *Prediction of Adherence to Habitual Physical Activity*. In: Nagele, F.J./ Montoye, H.J. (eds.): *Exercise in Health and Disease*. Springfield, 259 – 276.
- Dishman, R.K.: (1981b). *Biological Influences on Exercise Adherence*. In: *Research Quarterly for Exercise and Sport* 52, 2, 143-159.
- Dishman, R.K.: (1988). *Excercise Adherence*. Champaign, IL.
- Dishman, R.K.: (1991). *Increasing and maintainig exercise and physical activity*. In: *Behavior Therapy* 22, 345 – 378.
- Dishman, R.K./Gettman, L.R.: (1980). *Psychobiologic Influences on Exercise Adherence*. In: *Journal of Sport Psychology*, 2, 295 – 310.

- Dishman, R. K./Sallis, J. F.: (1994). *Determinants and interventions of physical activity and exercise*. In Bouchard, C., Shepard, R. J. and Stephens, T. (eds), *Physical Activity, Fitness, and Health. International Proceedings and Consensus Statement*. Human Kinetics, Champaign, IL, pp. 214–238.
- Desharnais, R./Bouillon, J./Godin, G.: (1987). *Participants' early impressions of a supervised exercise program as a determinant of their subsequent adherence*. In: *Perceptual and Motor Skills* 64, 847-850.
- Duden (1997). *Fremdwörterbuch* (6., überarbeitete und erweiterte Aufl.). Mannheim: Brockhaus.
- Duden Oxford (1991). *Standardwörterbuch Englisch*. Mannheim: Brockhaus.
- Dzewaltowski, D.A.: (1989). *Toward a Model of exercise motivation*. In: *Journal of Sport and Exercise Psychology* 11, 251 – 269.
- Dzewaltowski, D. A./Noble, J. M./Shaw, J. M.: (1990). *Physical activity participation: Social cognitive versus the theories of reasoned action and planned behavior*. In: *Journal of Sport and Exercise Psychology* 12, 388-405.
- Eggert, A.: (2000). *Konzeptionalisierung und Operationalisierung der Kundenbindung aus Kundensicht*. In: *Marketing ZFP*, Heft 2, 119-131.
- Epstein, L.H./Koeske, R./Wing, R.R.: (1984). *Adherence to Exercise in Obese Children*. In: *Journal of Rehabilitation* 4, 185 – 195.
- Eberspächer, H.: (1993). *Sportpsychologie. Grundlagen, Methoden, Analysen*. Reinbek: Rowohlt.
- Ferchhoff, W.: (1995). *Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz*. Weinheim.
- Föhrenbach, J.: (1995). *Kundenzufriedenheit und Kundenbindung als Bestandteil der Unternehmenskommunikation*. München.
- Franklin, B.A.: (1988). *Program Factors that influence Exercise Adherence. Practical Adherence Skills for Clinical Staff*. In: Dishman, R.K. (ed.): *Exercise Adherence*. Champaign, IL, 237 – 258.
- Freyer, W.: (2003). *Handbuch des Sport-Marketing*. 3. Aufl., Dresden: FIT.
- Fuchs, R.: (1992). *Konsequenzerwartungen als Determinante des Sport- und Bewegungsverhaltens*. In: *Zeitschrift für Gesundheitspsychologie* 2,4, 269-291.
- Fuchs, R.: (1994). *Selbstwirksamkeit zur sportlichen Aktivität: Reliabilität und Validität eines neuen Messinstruments*. In: *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie* 15, 141-154.
- Fuchs, R.: (1996). *Causal models of physical exercise participation: Testing the predictive power of the construct „pressure to change“*. *Journal of Applied Social Psychology*, 26, 1931-1960.

- Fuchs, R.: (1997). *Psychologie und körperliche Bewegung: Grundlagen für theoriegeleitete Interventionen*, Göttingen.
- Gabler, H.: (1986). *Kognitive Aspekte sportlicher Handlungen*. In: Gabler, H., Nitsch, J.R., Singer, S. (Hrsg.), *Einführung in die Sportpsychologie. Teil 1: Grundthemen (Sport und Sportunterricht: Grundlagen für Studium)*, S. 34-63. Schorndorf: Karl Hoffmann.
- Gabler, H.: (1993). *Dynamik der Motive im Sport*. In: *Sportpsychologie* 7, 2, 5-10.
- Gabler, H.: (1998). *Zuschauen im Sport - Sportzuschauer*. In Strauß, B. (Hrsg.), *Zuschauer* (S. 113-138). Göttingen.
- Gabler, H./Timm, W.: (1993). *Die Vereine des Deutschen Tennis Bundes*. Hamburg: Czwalina.
- Gale, J.B./Eckhoff, W.T./Mogel, S.F./Rodnick, J.E.: (1984). *Factors Related to Adherence to an Exercise Program for Healthy Adults*. In: *Medicine and Science in Sports and Exercise* 16, 6, 544-549.
- Gieß-Stüber, P./Rücker, V.: (1998). *Zum Nachwuchsproblem bei Mädchen- und Juniorinnenteams im Tennis - Vom Problem zu einer veränderten Praxis*. In: BEHM, K./PETZSCHE, K. (Hrsg.), *Mädchen und Frauen im Sport*. Hamburg: Czwalina, 151-157.
- Gieß-Stüber, P.: (1999). *Sportlerinnen zwischen Anschluß- und Leistungsmotivation. Eine qualitative Studie zu Dropout und Bindung im Tennis*. In: Alfermann, D./Stoll, O. (Hrsg.), *Motivation und Volition im Sport. Vom Planen zum Handeln*. Köln: bps, 147-152.
- Gieß-Stüber, P./Rücker, V.: (2000). *Gleichberechtigte Partizipation im Sport? Ein Beitrag zur geschlechtsbezogenen Sportpädagogik* 1. Aufl. Butzbach-Griedel: Afra.
- Gieß-Stüber, P./Rücker, V.: (2003). *Drop-Out analysieren, verstehen und vermeiden – Die Zukunft liegt in Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung*. In A. Woll (Hrsg.), *Miteinander lernen, forschen, spielen. Zukunftsperspektiven für Tennis* (72-83). Hamburg: Czwalina.
- Gillett, P.A.: (1988). *Self – Reported Factors Influencing Exercise Adherence in Overweight Women*. In: *Nursing Research* 37, 1, 25 – 29.
- Gillmeister, H.: (1990). *Kulturgeschichte des Tennis*. München: Fink.
- Gleser, J./Mendelberg, H.: (1990). *Exercise and sport in mental health: A review of the literature*. *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 27, 99–112.
- Godin, G.: (1994). *Social – Cognitive Models*. In: Dishman, R.K. (ed): *Exercise Adherence*. Champaign, IL, 113 – 136.
- Godin, G./Shephard, R.: (1985). *A simple method to assess exercise behavior in the community*. *Canadian Journal of Applied Sports Science*, 10, 141–146.
- Gorely, T./Gorely, S.: (1995). *An examination of the transtheoretical model and exercise behavior in older adults*. *Journal of Sport and Exercise Psychology*.

- Graf, S./Schmidt, K.: (2000). *Mein mentales Fitness-Programm: So kommen Sie in Topform*. Goldmann, München.
- Grantham, W. et al.: (1998). *Health fitness management: A Comprehensive resource for managing and operating programs and facilities*. Human Kinetics: Champaign, Illinois. Marcus BH, Selby VC, Niaura RS, et al: Self-efficacy and the stages of exercise behavior change. *Res Q Exerc Sport* 1992;63(1):60-66
- Grimley, D., Prochaska, J. O., Velicer, W. F., Blais, L. M., und DiClemente, C. C.: (1994). The transtheoretical model of change. In T. M. Brinthaup & R. P. Lipka (Hrsg.), *Changing the self: Philosophies, techniques, and experiences. SUNY series, studying the self* (S. 201-227). Albany, NY: State University of New York Press.
- Großes Wörterbuch Psychologie. (2004). Compact Verlag, München, 143.
- Größing, S.: (1993). *Bewegungskultur und Bewegungserziehung*. Schorndorf.
- Gruppe, O.: (1991). *Sportlichkeit als Lebensstil*. In: *Psychologie Heute* 10, 27-29.
- Hänsel, F.: (2005). *Kundenzufriedenheit*. In A. Thiel & C. Breuer (Hrsg.), *Handbuch Sportmanagement* (S.307-324). Schorndorf: Hofmann.
- Harris, S.S., Caspersen, C.J., DeFriese, G.H., & Estes. E.H.: (1989). *Physical activity counseling for healthy adults as a primary prevention intervention in the clinical setting*. A report for the U.S. Preventive Services Task Force. *Journal of the American Medical Association*, 261(24), 3590-3598.
- Hasse, Sonja: (1995). *Einstellung zum Alkoholkonsum und Motivation zur Veränderung des Trinkverhaltens bei Schwangeren- Eine Validierung des Transtheoretischen Modells der Verhaltensänderung*. Marburg (med. Dissertation).
- Heiby, E.M./Onorato, V.A./Sato, R.A.: (1987). *Cross – Validation of the Self – Motivation inventory*. In: *Journal of Sport Psychology*, 9, 394 – 399
- Heinemann, K.: (1998). *Einführung in die Soziologie des Sports*. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- Heinemann, K.: (2004). *Sport and Welfare Policy in Germany*. In: Heinemann, K. (Ed.): *Sport and Welfare Policy – Six European Case Studies*. Schorndorf 2004. (gemeinsam mit E. Engelhardt).
- Heinemann, K./Horch, H.-D.: (1988). *Strukturbesonderheiten des Sportvereins*. In: H. Digel (Hrsg.), *Organisation und Verwaltung im Sport*: S. 108 - 122.
- Heinemann, K./Horch, H.-D.: (1998). *Strukturbesonderheiten des Sportvereins*. In: Digel, H. (Hrsg.): *Sport im Verein und im Verband*. Schorndorf 1988.
- Heinemann, K./Schubert, M.: (1994). *Der Sportverein. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung*. Schorndorf.

- Heinzelmann, F./Bagley, R.W.: (1970). *Response to Physical Activity Programs and their Effects on Health Behavior*. In Public Health Reports 85, 905 – 911.
- Homburg, C./Bruhn, M.: (1999). *Kundenbindungsmanagement. Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen*. In: Handbuch Kundenbindungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Erfahrungen, (Hrsg.) von Manfred Bruhn und Christian Homburg, Wiesbaden, 3-38.
- Horn, D.: (1976). *A model for the study of personal choice health behavior*. International Journal of Health Education, 19, 89-98.
- Keller, S.: (1998). *Motivation zur Verhaltensänderung: Das Transtheoretische Modell in Forschung und Praxis*. Freiburg: Lambertus.
- Kotler, P./Bliemel, F.: (1993). *Marketing-Management α Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung*. 7. vollst. neu bearb. u. erw. Aufl., Stuttgart.
- Knapp, D./Gutmann, M. /Foster, C. /Pollock, M.: (1984). *Self – Motivation Among 1984 Olympic Speedskating Hopefuls and Emotional Response and Adherence to Training*. In: Medicine and Science in Sports and Exercise 16, 114.
- Kneyer, W.: (1980). *Spitzensport und soziale Mobilität*. 1. Aufl. - Ahrensburg bei Hamburg : Czwalina.
- Kruse, M.S./Calden, M.E.: (1986). *Compliance to a Clinically Prescribed Exercise Program*. In: Fitness in Business 1, 57 – 61.
- Kuhl, J.: (1987). *Motivation und Handlungskontrolle: Ohne guten Willen geht es nicht*. In: Heckhausen, H./ Gollwitzer, P. M./ Weinert, F. E. (Hrsg.): jenseits des Rubikon: Der Wille in den Humanwissenschaften. Berlin, 101-120.
- Kurz, D./Sack, H.-D./Brinkhoff, K.-P.: (1996). *Kindheit, Jugend und Sport in Nordrhein-Westfalen. Der Sportverein und seine Leistungen*. Materialien zum Sport in Nordrhein-Westfalen (Schriftenreihe des Kultusministeriums). Düsseldorf: Ministerium für Stadtentwicklung, Kultur und Sport.
- Lambrecht, M./Stamm, H.: (1998). *Soziale Differenzierung und soziale Ungleichheit im Breiten – und Freizeitsport*. Sportwissenschaft 25, 265 – 284.
- Liebmann, H.-P./Zentes, J. (2001): *Handelsmanagement*. München, 135 Loibl, 24.
- Marcus, B.H./Rakowski, W./Rossi, J.S.: (1992). *Assessing motivational readiness and decision – making for exercise*. In: Health Psychology 11, 257 – 261.
- Marcus, B. H. and Simkin, L. R.: (1993). The stages of exercise behavior. *Journal of Sports Medicine and Physical Fitness*, **33**, 83–88.
- Martin, J. E./Dubbert, P. M.: (1982). *Exercise applications and promotion in behavioral medicine: Current status and future directions*. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 50, 1004-1017.

- Martin, J.E./Dubbert, P.M.: (1984). *Behavioral Management Strategies for Improving Health in Fitness*. In: Journal of Cardiac Rehabilitation, 4, 200 – 208.
- Marcus, B. H./Banspach, S. W./Lefebvre, R. C./Rossi, J. S./Carleton, R. A./ Abrams, D. B.: (1992). *Using the stages of change model to increase the adoption of physical activity among community participants*. In: American Journal of Health Promotion 6, 424-429.
- Mason, C.: (1995). *Young people and sport in England, 1994*. London, England: The Sports Council.
- Massie, J.F./Shephard, R.J.: (1971). *Physiological and Psychological Effects of Training – A Comparison of Individual and Gymnasium Programs with a Characterization of the Exercise 'Dropout'*. In: Medicine and Science in Sport, 3, 110 – 117
- Maurischat, C.: (2002). *Erfassung der "Stages of Change" im Transtheoretischen Modell - eine Übersicht zu dimensionaler und kategorialer Ansätze*. Zeitschrift für Klinische Psychologie, Psychiatrie und Psychotherapie, 50, 343-367.
- Meffert, H.: (2000). *Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung*. 9. Aufl., Wiesbaden, Gabler.
- Miller W.R., Rollnik S.: (1999). *Motivierende Gesprächsführung - Ein Konzept zur Beratung von Menschen mit Alkoholproblemen*. Lambertus: Freiburg i Br.
- Morgan, W. P.: (1977). *Involvement to vigorous physical activity with spezial reference to adherence*. In: Gedvilas, L.A./Kneer, M.E. (Eds.): National college of physical education association proceedings. Illinios.
- Mrazek, J./ Rittner, V.: (1989). *Dienstleistungen von Fitneß – Studios*. Köln.
- Nagel, S./Conzelmann, A./Gabler, H.: (2004). *Sportvereine. Auslaufmodell oder Hoffnungsträger? Die WLSB-Vereinsstudie*. Attempto Verlag.
- Nigg, C. R.: (2001). *Explaining Adolescent Exercise Behavior Change: A Longitudinal Application of the Transtheoretical Model*. Annals of Behavioral Medicine, 23, 11-20.
- Nigg, C.R., Norman, G.J., Rossi, J.S., & Benisovich, S.V.: (1999). *Processes of exercise behavior change: Redeveloping the scale*. Poster session presented at the Societal of Behavioral Medicine conference, San Diego, CA.
- Nigg, C.R., Riebe, D.: (2002). *The transtheoretical model: Research review of exercise behavior and older adults*. In: Promoting Exercise and Behavior Change in Older Adults: Interventions with the Transtheoretical Model, Nigg CR and Riebe D., eds. Springer, p 147-80.
- Nigg, C. R./Worek, D.: (2003). *Does Motivation Predict Sport Participation?* University of Hawaii. Unveröffentlichtes Paper.
- Oldridge, N.B.: (1977). *What to look for in an Exercise Leader*. In: Physican Sports Medicine, 5, 85 – 88.

- Oldridge, N.B.: (1981). *Dropout and Potential Compliance – Improving Strategies in Exercise Rehabilitations*. In: Nagele, F. / Montoye, H. (eds.): *Exercise in Health and Disease*. Springfield, 250 – 258.
- Oldridge, N. B.: (1982). *Compliance and exercise in primary and secondary prevention of coronary heart disease: A review*. *Preventive Medicine*, 11, 56-70.
- Oldridge, N.B., Donner, A., Buch, C., Andrew, G, Jones, N.L., Parker, J. O. , et al.: (1983). *Predictors of dropout from the Ontario Exercise-Heart Collaborative Study*. *American Journal of Cardiology*, 51, 70-74.
- Oldridge, N.B.: (1988). *Compliance with exercise rehabilitation*. In: Dishman, R.K. (ed.): *Exercise and Public Health*. Champaign, IL, 283 – 304.
- Opaschowski, H.-W.: (1987). *Sport in der Freizeit. Mehr Lust als Leistung. Auf dem Weg zu einem neuen Sportverständnis*. Hamburg.
- Opaschowski, H.-W.: (1993). *Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten*. Opladen.
- Opaschowski, H.-W.: (1997). *Die Zukunft des Sports*. Hamburg: Freizeit – Forschungs – Institut der British – Tobacco.
- Opaschowski, H.-W.: (2001). *Deutschland 2020 – Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft*, Wiesbaden..
- Otte, M.: (2002). *Marketing: Mit Übungen und Lösungen* (3. neu bearb. Aufl.). Köln: WRW-Verlag.
- Patton, M., Goodschiph, J., Hayward, R., Landsdown, R.: (1988). *Intellectual development in Apert's syndrome: a long term follow up of 29 patients*. *J. Med. Genetics* 25, 164 - 167 (1988).
- Pahmeier, I.: (1994). *Drop-Out und Bindung im Breiten – und Gesundheitssport. Günstige und ungünstige Bedingungen für eine Sportpartizipation*. In: *Sportwissenschaft* 24, 2, 117 – 150.
- Pahmeier, I.: (1997). *Drop-Out und Bindung im Breiten – und Gesundheitssport. Wissenschaftliche Begleituntersuchung des Projekts 'Hin & Wieder – Berlins neue Bewegung'*. Unveröffentlichtes Manuskript. Bayreuth.
- Pahmeier, I.: (1999). *Health promotion by means of sports activities – from theory to practice: Conclusions of a health promotion project in Germany*. In: *Psychology of Sport and Exercise: Enhancing the Quality of Life. Proceedings Part 2. 10th European Congress of Sport Psychology*. Prag 1999, pp. 78-80.
- Pahmeier, I.: (2000). *Bindung an sportliche Aktivität im Anschluss an eine Rehabilitationsmaßnahme*. *Gesundheitssport und Sporttherapie*, 16, 186.
- Pahmeier, I./ König, A.: (1997). *Zum Einfluß der wahrgenommenen Selbstwirksamkeit auf die Teilnahme an Gesundheitsprogrammen*. In: *Psychologie & Sport* 4, 135 – 150.

- Plinke, W.: (1997). *Grundlagen des Geschäftsbeziehungsmanagements*. In: Geschäftsbeziehungsmanagement, Hrsg. von Wulff Plinke und Michael Kleinaltenkamp, Berlin u.a., 1-62.
- Planck, D.: (1993). *Untersuchungen zur Soziologie der Sportvereine*. In: Gaber, H./Timm, W.: Die Vereine des Deutschen Tennis Bundes. Ergebnisse der DTB-Vereinsbefragung. Beiträge zur Theorie und Praxis des Tennisunterrichts und –trainings, Band 17. Hamburg.
- Pollock, M. L.: (1978). *How much exercise is enough?* In: Physician and Sportsmedicine 8, 50-64.
- Pollock, M. L./Wilmore, J. H./ Fox, S.: (1984). *Exercise in health and disease – Evaluation and prescription for prevention and rehabilitation*. Philadelphia.
- Prochaska, J. O.: (1979). *Systems of Psychotherapy: A transtheoretical analysis*. In: Psychotherapy Theory, Research and Practice. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Prochaska, J. O.: (1994). *Strong and weak principles for progressing from precontemplation to action on the basis of twelve problem behaviors*. Health Psychology, 13, 47-51.
- Prochaska, J.O./DiClemente, C.C.: (1982). *Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change*. Psychotherapy: Theory, Research, and Practice, 19, 275-288.
- Prochaska, J. O./DiClemente, C. C.: (1983). *Stages and processes of self-change of smoking: Toward an integrative model of change*. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51, 390-395.
- Prochaska, J. O./DiClemente, C. C.: (1984). *The transtheoretical approach: Crossing the traditional boundaries of therapy*. Homewood, IL: Dow Jones/Irwin.
- Prochaska, J. O./DiClemente, C. C.: (1986). *Toward a comprehensive model of change*. In Shiffman, S. & Wills, T. (Hrsg.), *Treating addictive behaviors: Processes of change*. New York: Plenum Press.
- Prochaska, J. O./DiClemente, C. C.: (1992) *Stages of change in the modification of problem behaviors*. In: Hersen, M./ Eisler, R. M./ Miller, P.S. (Eds.): *Progress in behavior modification*. Newbury Park, CA, 184-218.
- Prochaska, J. O./DiClemente, C. C./Norcross, J. C.: (1992a). *In search of how people change: Applications to addictive behaviors*. American Psychologist, 47, 1102-1114.
- Prochaska, J. O., DiClemente, C. C., Velicer, W. F., & Rossi, J. S.: (1992c). *Criticisms and concerns of the transtheoretical model in light of recent research*. British Journal of Addiction, 87, 825-828.
- Prochaska, J. O., Norcross, J. C., & DiClemente, C. C.: (1997). *Jetzt fange ich neu an*. München: Droemersche Verlagsanstalt.
- Prochaska, J. O., Redding, C. & Evers, K.: (1996). *The Transtheoretical Model of Behavior Change*. In: K. Glanz, F.M. Lewis, and B.K. Rimer; *Health Behavior and Health Education: Theory, Research and Practice* (2. Ed.). San Francisco: Jossey-Bass Publications, Inc.

- Prochaska, J. O./Velicer, W. F.: (1997). *The Transtheoretical Model of behavior change*. American Journal of Health Promotion, 12, 38-48.
- Raglin, J.S.: (1995). *Professor Raglin enthüllt die Ursachen und Hintergründe für erfolgreichen Mitgliedererhalt*. In: BODYLIFE 38, 58 – 63.
- Rejeski, W.J./Kenney, E.A.: (1988). *Fitness Motivation*. Champaign, IL.
- Rheinberg, F.: (1997). *Motivation* (2nd Ed.). Stuttgart: Kohlhammer Urban.
- Rittner, V.: (1991). *Der Stellenwert des Sports in der modernen Gesellschaft*. Köln.
- Rittner, V./Breuer, C.: (2000). *Kommunale Sportpolitik. Wege aus dem Dornröschenschlaf*. Köln: Sport und Buch Strauß.
- Rosen, C. S.: (2000). *Integrating stage and continuum models to explain processing of exercise messages and exercise initiation among sedentary college students*. Health Psychology, 19, 172-180.
- Rossi, S. R./Rossi, J. S.: (1996). *Concepts and theoretical models applicable to risk reduction*. In: Jairath, N. (Hrsg.), *Coronary heart disease & risk factor management: A nursing perspective*. W.B. Saunders.
- Rotter, J.B.: (1966). *Generalized Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement*. Psychological Monograph: General and Applied, 80: 1-28.
- Rücker, V.: (1998). *Modernisierung und Professionalisierung der Tennisvereine*. Projektbericht. Köln.
- Rücker, V.: (2000). *Tennisvereine vergreisen*. TennisSport (1) 22-24.
- Rütten, A.: (1998). *Kooperative Planung – ein umsetzungsorientiertes Sportstättenentwicklungskonzept*. In: Rütten, A & Roskopf, P. (Hrsg.): *Raum für Bewegung und Sport. Zukunftsperspektiven der Sportstättenentwicklung* (41 ff.) Stuttgart: Nagelschmid.
- Ryckman, R.M./Hamel, J. (1993). *Perceived physical ability differences in the sport participation motives of young athletes*. International Journal of Sport Psychology. 24, 270-283.
- Sack, H.G.: (1980). *Die Fluktuation Jugendlicher in Sportvereinen*. 2 Bd. Frankfurt.
- Sallis, J. F. (1986). *Exercise adherence and motivation*. Health Education Focal Points. No. 2, 1-3. (Centers for Disease Control publication).
- Sallis, J. F./Haskell, W. L./Fortmann, S. P./Vranizan, M. S./Taylor, C. B./Solomon, D. S.: (1986). *Predictors of adoption and maintenance of physical activity in a community sample*. In: Preventive Medicine 15, 331-341.
- Sallis, J. F., Patterson, T. L., Buono, M. J., Morris, J. A., and Nader, P. R.: (1989). *Familial aggregation of aerobic power: The influence of age, physical activity, and body mass index*. Research Quarterly for Exercise and Sport, 60, 318-324.

- Sallis, J. F./Hovell, M. F.: (1990). *Determinants of exercise behaviour*. In: Exercise and Sport Sciences Reviews 18, 307-330.
- Sallis, J. F./Owen, N.: (2002). *Ecological models of health behavior*. pp. xxx. In K. Glanz, F.M. Lewis, and B.K. Rimer (Eds.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*, third edition. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sallis, J. F., Owen, N., and Fotheringham, M. J.: (2002). *Response to Catania and Dolcini*. *Annals of Behavioral Medicine*, 24, 79..
- Schmid, S., Keller, S., Nigg, C. & Basler, H.D.: (1999). *Das Transtheoretische Modell und die Förderung körperlicher Aktivität*. In: S. Keller (Hrsg.). *Motivation zur V Basler, H. H.D. (2000). Health education*. *Homeostasis*, 40, 196 – 197.
- Schmidt, H.: (1978). *Philosophisches Wörterbuch*. 20. Auflage. Stuttgart.
- Schwark, J.: (1995a). *Die unerfüllten Sportwünsche: Zur Diskrepanz von Sportwunsch und Sportrealität Erwachsener*. Münster.
- Schwark, J.: (1995b). *Subjektive Handlungsgründe Erwachsener für Sportabbruch, - Diskontinuität und -passivität*. In: Holzappel, G./Polzin, M./ Achilles, K./ Jany, U. (Hrsg.): *Weiterbildung, Sport, Gesundheit. Praxismodelle und theoretische Grundlagen*. Berlin, 100-107.
- Schwarzer, R.: (1992). *Psychologie des Gesundheitsverhaltens*. Göttingen. Hogrefe.
- Schwarzer, R.: (2004). *Psychologie des Gesundheitsverhaltens. Einführung in die Gesundheitspsychologie*. (3., überarb. Aufl.). Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Schwier, J.: (2002). *Fitness zwischen Körperbildung und Konsum*. In: Friedrich, G. (Hrsg.), *Zeichen und Anzeichen des Sports* (S. 73-81). Hamburg.
- Shephard, R. J.: (1988). *Exercise adherence in corporate settings: Personal traits and program barriers*. In: Dishman, R. K. (Ed.): *Exercise adherence*. Champaign, IL, 305-320.
- Shepard, R.J./Cox, M.: (1980). *Some Characteristics of Participants in an Industrial Fitness Program*. In: *Canadian Journal of Applied Sport Science* 5, 2, 69-76.
- Smedley, B. D./Syme, S. L. (eds): (2000). *Promoting Health: Intervention Strategies from Social and Behavioral Research*. National Academy Press, Washington, DC.
- Sonström, R.J./Kampper, K.P.: (1980). *Prediction to athletic participation in middle school males*. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 51, 685-694.
- Sonstroem, R.J.: (1988). *Psychological models*. In R.K. Dishman (Ed.) *Exercise Adherence: Its impact on public health* (pp. 125-154), Champaign, IL: Human Kinetics.
- Statistisches Bundesamt: (2006). *Sachgebiet Bevölkerung*. Wiesbaden.
- Stephens, T./Caspersen, L.F.: (1993). *The demography of physical activity*. In Bouchard, C; Shepard, R, J & Stephens, T, Eds. *Physical activity, fitness and health: Consensus*.

- Stephoe, A., Sheelagh, D., Rink, E., Kerry, S., Kendrick, T. & Hilton, S.: (1999). *Behavioral counselling in general practice for the promotion of healthy behavior among adults at increased risk of coronary heart disease: Randomised trial*. British Medical Journal, 319, 943-948.
- Statement. Champaign, Ill: Human Kinetics, 204-213.
- Sutton 2000a: (1988). *Psychological Models*. In: Dishman, R.K.(ed.): Exercise Adherence. Champaign, IL, 125 – 155.
- Triandis, H.C.: (1980). Values, attitudes, and interpersonal behavior. In: H.E. Howe (Ed.), Nebraska Symposium on Motivation, 1989: Beliefs, Attitudes and Values. Lincoln: University of Nebraska Press (1980), pp. 195-259.
- U. S. Department of Health and Human Services (USDHHS): (1990). *The health benefits of smoking cessation*. Washington, DC: U.S. Department of Health and Human Services. Office of Smoking and Health. DHHS Publication N (CDC) 90-8416.
- Velicer, W.F. & Keller, S.: (1999). *Prognosen für die Zukunft des Transtheoretischen Modells*. In: S. Keller (Hrsg.). Motivation zur Verhaltensänderung - Das Transtheoretische Modell in Forschung und Praxis. Freiburg: Lambertus. S. 229-248.
- Veltins-Sportstudie (Hrsg.) Brauerei V. & A. VELTINS GmbH & Co. (2000), Meschede-Grevenstein in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sportbund, Frankfurt/M..
- Veltins-Sportstudie (Hrsg.) Brauerei V. & A. VELTINS GmbH & Co. (2001), Meschede-Grevenstein in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sportbund, Frankfurt/M..
- Voigt, D.: (1992). *Sportsoziologie. Soziologie des Sports*. Frankfurt am Main. Diesterweg.
- Wagner, P.: (2000). *Aussteigen oder dabeibleiben? Determinanten der Aufrechterhaltung sportlicher Aktivität in gesundheitlich orientierten Sportprogrammen*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Wankel, L.M.: (1985). *Personal and Situational Factors Affecting Exercise. In volvement. The Importance of Enjoyment*. In: Research Quarterly for Exercise and Sport, 3, 275 – 282.
- Wankel, L.M.: (1988). *Exercise Adherence and Leisure Activity. Patterns of Involvement and Interventions to Facilitate Regular Activity*. In: Dishman, R.K. (ed.): Exercise Adherence. Champaign; IL, 369 – 399.
- Wanzel, R.S.: (1978). *Toward preventing dropouts in industrial and other fitness programs*. Recreation Canada 4, 39-42.
- Ward, A./Morgan, W.P.: (1984). *Adherence Patterns of Healthy Men and Women Enrolled in an Adult Exercise Program*. In: Journal of Cardiac Rehabilitation, 4, 143 – 152.
- Weinberg, R.S./Gould, D.: (1995). *Foundations of Sport and Exercise Psychology*. Champaign, IL; Human Kinetics.

- Weinstein, N. D.: (1984). *Why it won't happen to me: Perceptions of risk factors and susceptibility*. In: Health Psychology 3, 431-457.
- Weinstein, N.D., Rothman, A.J., & Sutton, S.R.: (1998). *Stage theories of health behavior*. Health Psychology, 17, 290-299.
- Weis, H. Chr.: (2001). *Kompakt-Training Marketing*. 2. Aufl., Ludwigshafen.
- Weiss, M.R./Chaumeton, N.: (1992). *Motivational orientations in sport*. In: T.S. Horn, (Ed.), *Advances in sport psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics (p.61-77).
- Weiss, O./Russo, M.: (1987). *Image des Sports*. Wien.
- Whitelaw, S., Baldwin, S., Bunton, R. & Flynn, D.: (2000). *The status of evidence and outcomes in Stages of Change research*. Health Education Research, 15, 707-718.
- Wilfley, D.E./Brownell, K.D.: (1994). *Physical Activity and Diet in Weight Loss*. In: Dishman, R.K. (e.d.): *Advances in Exercise Adherence*. Champaign, IL, 361- 393.
- Willis, J.D./Campell, L.F.: (1992). *Exercise Psychology*. Champaign, IL.
- Wöhe, G. (1981): *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. 19. Aufl., München, S. 533.
- Woll, A: (1995). *Sportliche Aktivität, Fitneß und Gesundheit, Methodenband*. Johann Wolfgang Goethe – Universität Frankfurt.
- Woll, A: (1998). *Determinanten sportlicher Aktivität und körperlicher Leistungsfähigkeit im mittleren und späteren Erwachsenenalter*. In: Mechling, H. (Hrsg.), *Training im Alterssport* (S. 145 – 148). Schorndorf.
- Woll, A: (1996). *Gesundheitsförderung in der Gemeinde*. Neu-Isenburg: LinguaMed.
- Woll, A: (1998). *Erwachsene*. In Bös, K./ Brehm, W. (Hrsg.), *Gesundheitssport. Ein Handbuch* (108-116). Schorndorf: Hofmann.
- Woll, A.: (2003). *Bindung an den Verein – Kundenzufriedenheit im Tennis*. In: A. Woll (Hrsg.), *Miteinander lernen, forschen und spielen. Zukunftsperspektiven für Tennis* (S. 120-139). Hamburg: Czwalina.
- Woll, A. (Hrsg.): (2003). *Miteinander lernen, forschen und spielen. Zukunftsperspektiven für Tennis*. Hamburg: Czwalina.
- Woll, A.: (2004). *Sportliche Aktivität, Fitness und Gesundheit – Methodenband I*. Berlin: Dissertation.de.
- Woll, A.: (2004). *Intervention und Evaluation im Gesundheitssport und in der Sporttherapie: Beiträge aus Tagungen der dvs-Kommission Gesundheit*. Hamburg: Czwalina.
- Woll, A./Bös, K.: (2002). *Fitness und Gesundheit*. In J. Dieckert & C. Wopp (Hrsg.), *Handbuch Freizeitsport* (S. 242-251). Schorndorf: Hofmann.

- Woll, A., Illmer, D. & Bös, K. (Hrsg.): (2002). *Bewegte Kommune – Gesunde Kommune*. Schorndorf: Hofmann.
- Woll, A., Bös, K., Abel, T., Niemann, S., Rühl, J. & Tittlbach, S.: *FFB-MOT- Development of a questionnaire to measure health-related fitness components in middle aged and older adults*. In: TRAIL (Ed.): *Keeping the Elderly Mobile - Outdoor Mobility of the Elderly: Problems and Solutions*. Kerkrade 1999, 99-107.
- World Health Organization: (1998). *“Obesity: Preventing and Managing the Global Epidemic.”* Geneva: World Health Organization.
- World Health Organization: (2002). *“The world health report 2002 - Reducing Risks, Promoting Healthy Life.”* Geneva: World Health Organization.
- Wyse, J., Mercer, T., Ashford, B., Buxton, K. and Gleeson, N.: (1995). *Evidence for the validity and utility of the Stages of Exercise Behavior Change scale in young adults*. *Health Education Research*, **10**, 365–377.
- Youngblood, D./Suinn, R.M.: (1980). *A behavioral assessment of motivation*. In R.M. Suinn (Ed.), *Psychology in sports: Methods and applications* (pp. 73-77). Minneapolis, MN: Burgess Publishing.
- Young, R. J., & Ismail, A. H.: (1977). *Comparison of selected physiological and personality variables in regular and nonregular adult male exercisers*. *Research Quarterly*, 48:617-622.
- Zellmann, P.: (2000). *Internet-Forum „Freizeit“ 06/2000: Freizeitgesellschaft. Wellnesstrend. Laufboom.* <http://www.freizeitforschung.at/Forschungsarchiv/forschungsarchiv.html> Rev. 2003-11-14. Wien – Salzburg: LBI.

Homepages:

<http://www.badischertennisverband.de/cms/iwebs/default.aspx>

<http://www.dtb-tennis.de/>

https://www.dtb-texx.de/index_texx.do

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/11227/zufriedenheit-v3.html>

<http://www.htv-tennis.de/>

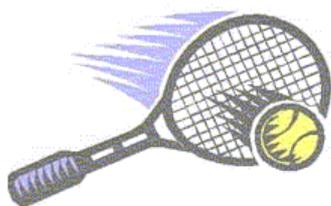
<http://www.itftennis.com/>

<http://www.newtennis.de>

<http://www.sportgate.de/tennis/wta/>

<http://www.sweetspot-tennis.de/Sweetspot/sweetspot.php>

Anhang



Befragung der Mitglieder

MITGLIEDSCHAFT

01. Seit wann sind Sie Mitglied in Ihrem jetzigen Tennisclub? (Jahreszahl)
02. Name des Vereins: _____ in: In Hessen In Baden
03. Ihr Eintritt war: eine Spontanentscheidung geleitet durch die Medien
 länger geplant angespornt durch Profis wie Becker oder Graf

SPIELEIGENSCHAFTEN

04. Wie oft spielen Sie pro Woche Tennis? selten bis gar nicht zweimal bis dreimal
 einmal mehr als dreimal
05. Spielen Sie zu festen Zeiten Tennis? Ja Nein
06. Welcher Kategorie würden Sie sich zuordnen? Anfänger Mannschaftsspieler
 Freizeitspieler Profispieler
 Fortgeschrittener
07. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer eigenen Spieleistung?
 sehr zufrieden ziemlich zufrieden zufrieden nicht sehr zufrieden unzufrieden

VEREINSANGEBOT

08. Wie bewerten Sie folgende Aspekte Ihres Clubs?
 (Verwenden Sie bitte das Schulnotensystem von 1-5, wobei 1 für sehr gut steht und 5 für mangelhaft.)

01. Lage der Tennisanlage	1	2	3	4	5
02. Parkmöglichkeiten	1	2	3	4	5
03. Anzahl und Zustand der Plätze	1	2	3	4	5
04. Zustand der sanitären Anlagen	1	2	3	4	5
05. Zustand der Umkleidekabinen	1	2	3	4	5
06. Gastronomie	1	2	3	4	5
07. Höhe des Jahresbeitrags	1	2	3	4	5
08. Atmosphäre im Verein	1	2	3	4	5
09. Angebote mit Tennis	1	2	3	4	5
10. Angebote ohne Tennis	1	2	3	4	5
11. Kompetenz der Trainer	1	2	3	4	5
12. Persönlichkeit der Trainer	1	2	3	4	5
13. Engagement der Trainer	1	2	3	4	5
14. Engagement des Vorstandes	1	2	3	4	5
15. Jugendarbeit	1	2	3	4	5
16. Kontaktfreudigkeit der Mitglieder	1	2	3	4	5

INTEGRATION

09. Fühlen Sie sich im Club ausreichend betreut? Ja, völlig
 Ja, mit Einschränkungen
 Nein
10. Haben Sie im Club Freundschaften geschlossen? Ja Nein

11. Unternehmen Sie mit Ihren Tenniskollegen auch außerhalb des Tennisclubs gemeinsame Aktivitäten?

Ja, oft

Ja, manchmal

Ja, selten

Nein, nie

FRAGEN ZUM BINDUNGSVERHALTEN - ALLGEMEIN

12. Wie häufig haben Sie die folgenden Gedanken oder Wahrnehmungen während des letzten Monats bei sich beobachtet? Kreisen Sie die zutreffende Ziffer ein. Bitte verwenden Sie bei der Beantwortung folgende 5-Punkte-Skala:

	1	2	3	4	5
	Nie	selten	gelegentlich	oft	regelmäßig
1. Ich suche nach Informationen über Tennis.	1	2	3	4	5
2. Ich rege mich über Leute auf, die von sportlicher Aktivität profitieren würden, aber nichts tun.	1	2	3	4	5
3. Ich bin mir bewusst, dass ich eher krank werden und anderen zur Last fallen kann, wenn ich nicht regelmäßig Tennis spiele.	1	2	3	4	5
4. Ich habe mehr Vertrauen in mich, wenn ich regelmäßig Tennis spiele.	1	2	3	4	5
5. Ich bin überzeugt, dass viele Leute davon wissen, dass Tennis gut für sie ist.	1	2	3	4	5
6. Wenn ich müde bin, zwingt mich ich trotzdem dazu Tennis zu spielen, weil ich weiß, dass ich mich hinterher besser fühle.	1	2	3	4	5
7. Ich habe jemanden, der mich dazu ermutigt Tennis zu spielen, wenn ich mich nicht danach fühle.	1	2	3	4	5
8. Eine der Belohnungen für regelmäßiges Tennisspielen ist eine Verbesserung meiner Stimmung.	1	2	3	4	5
9. Ich sage mir, dass ich es durchhalten kann, regelmäßig Tennis zu spielen, wenn ich mich nur genügend anstrengt.	1	2	3	4	5
10. Ich halte stets meine Sportkleidung bereit, so dass ich jederzeit Tennis spielen kann.	1	2	3	4	5
11. Ich interessiere mich für Informationen, die Tennis betreffen.	1	2	3	4	5
12. Ich habe Angst vor den Folgen für meine Gesundheit, wenn ich nicht Tennis spiele.	1	2	3	4	5
13. Ich glaube, dass ich langfristig dem Gesundheitssystem weniger zur Last falle, wenn ich regelmäßig Tennis spiele.	1	2	3	4	5
14. Ich glaube, dass mich das Tennisspielen zu einem gesünderen und ausgeglicheneren Menschen macht.	1	2	3	4	5
15. Ich bemerke, dass immer mehr Menschen eigene sportliche Aktivität als wichtig ansehen.	1	2	3	4	5
16. Anstatt nach der Arbeit ein kurzes Schläfchen zu halten, spiele ich lieber Tennis.	1	2	3	4	5
17. Ich habe jemanden, der mich zum Tennisspielen ermutigt.	1	2	3	4	5
18. Ich verstehe Tennis als Möglichkeit, meinen Kopf zu befreien und meinen Körper zu trainieren.	1	2	3	4	5
19. Ich lege mich verbindlich zeitlich fest, um Tennis zu spielen.	1	2	3	4	5
20. In meinem Wochenplan sehe ich feste Zeiten für das Tennisspielen vor.	1	2	3	4	5
21. Ich erkundige mich nach neuen Möglichkeiten im Tennis.	1	2	3	4	5
22. Es bewegt mich, wenn ich daran denke, dass Leute, die ich gern habe, gesünder wären, wenn sie Tennis spielen würden.	1	2	3	4	5
23. Ich glaube, dass das Tennisspielen dazu beiträgt, meine Krankheitskosten zu senken.	1	2	3	4	5
24. Ich fühle mich besser, wenn ich Tennis spiele.	1	2	3	4	5
25. Mir wird bewusst, dass berühmte Leute oft regelmäßig Tennis spielen und das auch öffentlich zeigen.	1	2	3	4	5
26. Wenn ich ausspannen will, gehe ich auf den Tennisplatz, anstatt fernzusehen oder zu essen.	1	2	3	4	5
27. Meine Freunde ermutigen mich dazu Tennis zu spielen.	1	2	3	4	5
28. Wenn ich Tennis spiele, profitiere ich davon, indem ich mehr Energie habe.	1	2	3	4	5
29. Ich bin davon überzeugt, dass ich es schaffe, regelmäßig Tennis zu spielen.	1	2	3	4	5
30. Ich achte darauf, dass ich immer saubere Sportkleidung zur Verfügung habe.	1	2	3	4	5

13. Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu? (Es ist nur eine Antwort möglich.)

Ich lasse mich schnell begeistern und wechsle meine Interessen oft.

Ich habe gutes Durchhaltevermögen und binde mich lang und gern.

PERSÖNLICHE MERKMALE/ GEGENWÄRTIGE SPORTLICHE AKTIVITÄT

- Minuten pro Woche
14. Bitte geben Sie an, wie häufig Sie normalerweise die folgenden Aktivitäten so intensiv ausüben, so dass Ihnen dabei warm wird oder Sie ins Schwitzen geraten. Tragen Sie anschließend bitte ein, wie viel Zeit Sie ungefähr jeweils auf eine solche Aktivität verwenden!
- Ausdauersport (Walken, Joggen, etc.) _____
 - Gymnastik, Kampfsport, Aerobics, Tanzen _____
 - Spielsport (Tennis, Fußball, etc.) _____
 - Golf _____
 - Sonstige intensive körperliche Aktivität _____
 - Sonstige weniger intensive körperliche Aktivität _____

Verhalten: Regelmäßiges Sporttreiben Als intensive sportliche Aktivität bezeichnet man Tätigkeiten wie Joggen, Aerobic, Schwimmen oder zügiges Radfahren, also eine Aktivität, bei der Sie normalerweise ins Schwitzen geraten. Von regelmäßiger sportlicher Aktivität spricht man, wenn diese Aktivität jeweils mindestens 20 Minuten dauert und mindestens an drei Tagen pro Woche ausgeübt wird.

15. Üben Sie zurzeit eine intensive sportliche Aktivität regelmäßig aus, d.h. für jeweils mindestens 20 Minuten an mindestens 3 Tagen pro Woche?
- Ja, ich betreibe schon seit mehr als sechs Monaten regelmäßig Sport.
 - Ja, ich habe innerhalb der letzten sechs Monate regelmäßig Sport getrieben.
 - Nein, aber ich habe vor, damit innerhalb der nächsten 30 Tage zu beginnen.
 - Nein, aber ich habe vor, damit innerhalb der nächsten sechs Monate zu beginnen.
 - Nein, und ich habe auch nicht vor, damit innerhalb der nächsten sechs Monate zu beginnen.

16. Ich bin zuversichtlich, eine geplante körperliche Aktivität auch dann noch ausüben zu können, wenn...
- O ich unter viel Stress stehe.
 - O ich müde bin.
 - O es schneit und eisig ist.
 - O ich alleine Sport treiben muss.
 - O andere Personen etwas mit mir unternehmen wollen.
 - O ich denke, dass ich nicht genügend Zeit habe.
 - O ein interessantes Fernsehprogramm läuft.
 - O ich keinen Zugang zu einem Platz habe, an welchem ich Sport treiben kann.

17. Wie gut können Sie die folgenden Tätigkeiten bewältigen? Bitte wählen Sie aus! (1 steht in dieser Tabelle für völlig problemlos, 5 für enorm problematisch.)

01. einen schweren Einkaufskorb (8kg) über mehrere Etagen tragen	1	2	3	4	5
02. aus einer Rückenlage ohne Hilfe der Arme den Oberkörper aufrichten	1	2	3	4	5
03. zwei schwere Koffer über mehrere Etagen tragen	1	2	3	4	5
04. zwei Kilometer schnell gehen (walken) ohne auszuruhen	1	2	3	4	5
05. einen Kilometer ohne Pause joggen	1	2	3	4	5
06. 30 Minuten ohne Pause joggen (ca. 5 km)	1	2	3	4	5
07. auf einem Stuhl sitzend mit den Händen den Boden berühren	1	2	3	4	5
08. aus dem Stand (Knie gestreckt) mit den Händen den Boden erreichen	1	2	3	4	5
09. im Stehen mit dem Kopf die gestreckten Knie berühren	1	2	3	4	5
10. auf einem Bein stehen, ohne sich festzuhalten (mind. 15 sec.)	1	2	3	4	5
11. einen Purzelbaum machen	1	2	3	4	5
12. mit Abstützen über einen ein Meter hohen Zaun springen	1	2	3	4	5

VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

18. Welche Angebote würden den Tennisclub attraktiver machen?
- O integriertes Fitnessangebot
 - O Sportspiele (z.B. Fußball)
 - O günstigerer Jahresbeitrag
 - O sonstige:
 - O keine

19. Glauben Sie, dass Tennis an Attraktivität verloren hat? O Ja, weil _____

O Nein

ANGABEN ZUR LEBENSITUATION

20. Welche der folgenden Bedingungen treffen auf Sie zu?
- Ich habe viel Freizeit
 - Ich kann mir meine Zeit gut einteilen
 - Ich bin beruflich sehr eingespannt
 - Ich bin familiär sehr gebunden
 - Mein Umfeld interessiert sich nicht für Tennis

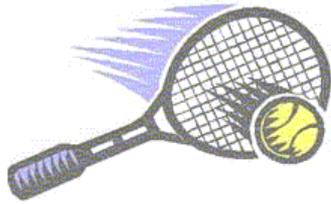
21. Im Folgenden ist eine Reihe von bedeutsamen Lebensereignissen dargestellt. Bitte kreuzen Sie an, was Ihnen in den letzten 5 Jahren passiert ist und was Sie zugleich sehr belastet.

- Längerfristige Trennung von (Ehe-) Partner/ Partnerin
- Tod des (Ehe-) Partners, nahen Angehörigen oder guten Freundes
- Tod eines Haustieres
- (Raub-) Überfall
- (Verkehrs-) Unfall
- Gravierende Rechtstreitigkeit
- Nahestehende Person hat Lebensprobleme
- Unerwarteter Eigentumsverlust
- Diagnose einer schweren Krankheit (selbst)
- Diagnose einer schweren Krankheit bei einer nahestehenden Person
- Arbeitsplatzverlust (selbst)
- Arbeitsplatzverlust einer nahestehenden Person
- Bruch mit einem Familienmitglied

ANGABEN ZUR PERSON

22. Alter:
23. Geschlecht: männlich
 weiblich
24. Statur: schlank
 normalgewichtig
 beleibt
 übergewichtig
25. Familienstand: ledig geschieden
 verheiratet verwitwet
26. Anzahl der Kinder:
27. Gesamtzahl der im Haushalt lebenden Personen:
28. Welchen Schulabschluss haben Sie?
- keinen Schulabschluss
 - Fachabitur/ Abitur
 - Volks-/ Hauptschulabschluss
 - Fachhochschul-/ Hochschulabschluss
 - Realschul-/ Fachschulabschluss
29. Sind Sie zurzeit erwerbstätig?
- Ja Nein
30. Wie hoch ist Ihr Haushaltsnettoeinkommen (in Euro)?
- < 500
 - 1500 - 2000
 - 3000 - 3500
 - 500 - 1000
 - 2000 - 2500
 - 3500 - 4000
 - 1000 - 1500
 - 2500 - 3000
 - > 4000
31. Was Sie noch loswerden möchten:

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!!



Befragung der Aussteiger

MITGLIEDSCHAFT

- 01. Wann waren Sie Mitglied in Ihrem ehemaligen Tennisverein?** Von _____ bis _____ (Jahreszahl)
- 02. Name Ihres ehemaligen Vereins:** in: In Hessen In Baden
- 03. Ihr Eintritt war:** eine Spontanentscheidung geleitet durch die Medien
 länger geplant angespornt durch Profis wie Becker oder Graf

SPIELEIGENSCHAFTEN

- 04. Wie oft spielten Sie pro Woche Tennis?** selten bis gar nicht zweimal bis dreimal
 einmal mehr als dreimal
- 05. Spielten Sie zu festen Zeiten Tennis?** Ja Nein
- 06. Welcher Kategorie würden Sie sich zuordnen?** Anfänger Mannschaftsspieler
 Freizeitspieler Profispieler
 Fortgeschrittener
- 07. Wie zufrieden waren Sie mit Ihrer eigenen Spielleistung?**
 sehr zufrieden ziemlich zufrieden zufrieden nicht sehr zufrieden unzufrieden

VEREINSANGEBOT

- 08. Wie bewerten Sie folgende Aspekte Ihres ehemaligen Clubs?**
 (Verwenden Sie bitte das Schulnotensystem von 1-5, wobei 1 für sehr gut steht und 5 für mangelhaft.)

01. Lage der Tennisanlage	1	2	3	4	5
02. Parkmöglichkeiten	1	2	3	4	5
03. Anzahl und Zustand der Plätze	1	2	3	4	5
04. Zustand der sanitären Anlagen	1	2	3	4	5
05. Zustand der Umkleidekabinen	1	2	3	4	5
06. Gastronomie	1	2	3	4	5
07. Höhe des Jahresbeitrags	1	2	3	4	5
08. Atmosphäre im Verein	1	2	3	4	5
09. Angebote mit Tennis	1	2	3	4	5
10. Angebote ohne Tennis	1	2	3	4	5
11. Kompetenz der Trainer	1	2	3	4	5
12. Persönlichkeit der Trainer	1	2	3	4	5
13. Engagement der Trainer	1	2	3	4	5
14. Engagement des Vorstandes	1	2	3	4	5
15. Jugendarbeit	1	2	3	4	5
16. Kontaktfreudigkeit der Mitglieder	1	2	3	4	5

INTEGRATION

- 09. Fühlten Sie sich im Club ausreichend betreut?** Ja, völlig
 Ja, mit Einschränkungen
 Nein
- 10. Schlossen Sie im Club Freundschaften?** Ja Nein

11. Unternehmen Sie mit Ihren Tenniskollegen auch außerhalb des Tennisclubs gemeinsame Aktivitäten?

O Ja, oft

O Ja, manchmal

O Ja, selten

O Nein, nie

FRAGEN ZUM BINDUNGSVERHALTEN - ALLGEMEIN

12. Wie häufig haben Sie die folgenden Gedanken oder Wahrnehmungen während des letzten Monats bei sich beobachtet? Kreisen Sie die zutreffende Ziffer ein. Bitte verwenden Sie bei der Beantwortung folgende 5-Punkte-Skala:

	1	2	3	4	5
	Nie	selten	gelegentlich	oft	regelmäßig
1. Ich suche nach Informationen über sportliche Aktivität.	1	2	3	4	5
2. Ich rege mich über Leute auf, die von sportlicher Aktivität profitieren würden, aber die nichts tun.	1	2	3	4	5
3. Ich bin mir bewusst, dass ich eher krank werden und anderen zur Last fallen kann, wenn ich nicht regelmäßig sportlich aktiv bin.	1	2	3	4	5
4. Ich habe mehr Vertrauen in mich, wenn ich regelmäßig sportlich aktiv bin.	1	2	3	4	5
5. Ich bin überzeugt, dass viele Leute davon wissen, dass sportliche Aktivität gut für sie ist.	1	2	3	4	5
6. Wenn ich müde bin, zwingen Sie mich trotzdem dazu sportlich aktiv zu sein, weil ich weiß, dass ich mich hinterher besser fühle.	1	2	3	4	5
7. Ich habe jemanden, der mich dazu ermutigt sportlich aktiv zu sein, wenn ich mich nicht danach fühle.	1	2	3	4	5
8. Eine der Belohnungen für regelmäßige sportliche Aktivität ist eine Verbesserung meiner Stimmung.	1	2	3	4	5
9. Ich sage mir, dass ich es durchhalten kann, regelmäßig sportlich aktiv zu sein, wenn ich mich nur genügend anstrengt.	1	2	3	4	5
10. Ich halte stets meine Sportkleidung bereit, so dass ich jederzeit sportlich aktiv sein kann.	1	2	3	4	5
11. Ich interessiere mich für Informationen, die sportliche Aktivität betreffen.	1	2	3	4	5
12. Ich habe Angst vor den Folgen für meine Gesundheit, wenn ich nicht sportlich aktiv bin.	1	2	3	4	5
13. Ich glaube, dass ich langfristig dem Gesundheitssystem weniger zur Last falle, wenn ich regelmäßig sportlich aktiv bin.	1	2	3	4	5
14. Ich glaube, dass mich das zu einem gesünderen und ausgeglicheneren Menschen macht.	1	2	3	4	5
15. Ich bemerke, dass immer mehr Menschen eigene sportliche Aktivität als wichtig ansehen.	1	2	3	4	5
16. Anstatt nach der Arbeit ein kurzes Schläpfchen zu halten, bin ich lieber sportlich aktiv.	1	2	3	4	5
17. Ich habe jemanden, der mich dazu ermutigt, sportlich aktiv zu sein.	1	2	3	4	5
18. Ich verstehe sportliche Aktivität als Möglichkeit, meinen Kopf zu befreien und meinen Körper zu trainieren.	1	2	3	4	5
19. Ich lege mich verbindlich zeitlich fest, um sportlich aktiv zu sein.	1	2	3	4	5
20. In meinem Wochenplan sehe ich feste Zeiten für sportliche Aktivität vor.	1	2	3	4	5
21. Ich erkundige mich nach neuen Möglichkeiten im Sport.	1	2	3	4	5
22. Es bewegt mich, wenn ich daran denke, dass Leute, die ich gern habe, gesünder wären, wenn sie sportlich aktiv wären.	1	2	3	4	5
23. Ich glaube, dass sportliche Aktivität dazu beiträgt, meine Krankheitskosten zu senken.	1	2	3	4	5
24. Ich fühle mich besser, wenn ich sportlich aktiv bin.	1	2	3	4	5
25. Mir ist bewusst, dass berühmte Leute oft regelmäßig sportlich aktiv sind und das auch öffentlich zeigen.	1	2	3	4	5
26. Wenn ich ausspannen will, gehe ich auf einen Sportplatz, anstatt fernzusehen oder zu essen.	1	2	3	4	5
27. Meine Freunde ermutigen mich dazu sportlich aktiv zu sein.	1	2	3	4	5
28. Wenn ich sportlich aktiv bin, profitiere ich davon, indem ich mehr Energie habe.	1	2	3	4	5
29. Ich bin davon überzeugt, dass ich es schaffe, regelmäßig sportlich aktiv zu sein.	1	2	3	4	5
30. Ich achte darauf, dass ich immer saubere Sportkleidung zur Verfügung habe.	1	2	3	4	5

13. Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu? (Es ist nur eine Antwort möglich.)

- O Ich lasse mich schnell begeistern und wechsle meine Interessen oft
- O Ich habe gutes Durchhaltevermögen und binde mich lang und gern.

PERSÖNLICHE MERKMALE/ GEGENWÄRTIGE SPORTLICHE AKTIVITÄT

- Minuten pro Woche
- 14. Haben Sie Tennis durch eine andere Sportart ersetzt? Wenn ja, durch welche? Tragen Sie anschließend bitte ein, wie viel Zeit Sie ungefähr jeweils auf eine solche Aktivität verwenden!**
- Ausdauersport (Walken, Joggen, etc.) _____
 - Gymnastik, Kampfsport, Aerobics, Tanzen _____
 - Spielsport (Tennis, Fußball, etc.) _____
 - Golf _____
 - Sonstige intensive körperliche Aktivität _____
 - Sonstige weniger intensive körperliche Aktivität _____

Verhalten: Regelmäßiges Sporttreiben Als intensive sportliche Aktivität bezeichnet man Tätigkeiten wie Joggen, Aerobic, Schwimmen oder zügiges Radfahren, also eine Aktivität, bei der Sie normalerweise ins Schwitzen geraten. Von regelmäßiger sportlicher Aktivität spricht man, wenn diese Aktivität jeweils mindestens 20 Minuten dauert und mindestens an drei Tagen pro Woche ausgeübt wird.

- 15. Üben Sie zurzeit eine intensive sportliche Aktivität regelmäßig aus, d.h. für jeweils mindestens 20 Minuten an mindestens 3 Tagen pro Woche?**
- Ja, ich betreibe schon seit mehr als sechs Monaten regelmäßig Sport.
 - Ja, ich habe innerhalb der letzten sechs Monate regelmäßig Sport getrieben.
 - Nein, aber ich habe vor, damit innerhalb der nächsten 30 Tage zu beginnen.
 - Nein, aber ich habe vor, damit innerhalb der nächsten sechs Monate zu beginnen.
 - Nein, und ich habe auch nicht vor, damit innerhalb der nächsten sechs Monate zu beginnen.

- 16. Spielen Sie weiterhin Tennis? Wenn ja, wo?**
- In einem anderen Verein
 - In kommerziellen Anlagen mit Mitgliedschaft
 - In kommerziellen Anlagen ohne Mitgliedschaft
 - Ich spiele kein Tennis mehr

- 17. Welche Gründe gaben den Ausschlag für Ihren Austritt? (Mehrfachnennungen sind möglich.)**
- kein Spaß mehr am Tennis
 - Höhe der Mitgliedskosten
 - aus beruflichen Gründen
 - aus privaten Gründen
 - Umzug/ Ortswechsel
 - Fehlende Trainingserfolge
 - Mitgliedsstruktur im Verein
 - Unzufrieden mit der Vorstandsarbeit im Tennisclub
 - Tennis brachte mir gesundheitlich zu wenig
 - zu wenig Unterstützung im Familien-/ Freundeskreis
 - mein Gesundheitszustand ließ kein weiteres Spielen zu
 - sonstige: _____

- 18. Ich bin zuversichtlich, eine geplante körperliche Aktivität auch dann noch ausüben zu können, wenn...**
- ich unter viel Stress stehe.
 - ich müde bin.
 - es schneit und eisig ist.
 - ich alleine Sport treiben muss.
 - andere Personen etwas mit mir unternehmen wollen.
 - ich denke, dass ich nicht genügend Zeit habe.
 - ein interessantes Fernsehprogramm läuft.
 - ich keinen Zugang zu einem Platz habe, an welchem ich Sport treiben kann.

19. Wie gut können Sie die folgenden Tätigkeiten bewältigen? Bitte wählen Sie aus! (1 steht in dieser Tabelle für völlig problemlos, 5 für enorm problematisch.)

01. einen schweren Einkaufskorb (8kg) über mehrere Etagen tragen	1	2	3	4	5
02. aus einer Rückenlage ohne Hilfe der Arme den Oberkörper aufrichten	1	2	3	4	5
03. zwei schwere Koffer über mehrere Etagen tragen	1	2	3	4	5
04. zwei Kilometer schnell gehen (walken) ohne auszuruhen	1	2	3	4	5
05. einen Kilometer ohne Pause joggen	1	2	3	4	5
06. 30 Minuten ohne Pause joggen (ca. 5 km)	1	2	3	4	5
07. auf einem Stuhl sitzend mit den Händen den Boden berühren	1	2	3	4	5
08. aus dem Stand (Knie gestreckt) mit den Händen den Boden erreichen	1	2	3	4	5
09. im Stehen mit dem Kopf die gestreckten Knie berühren	1	2	3	4	5
10. auf einem Bein stehen, ohne sich festzuhalten (mind. 15 sec.)	1	2	3	4	5
11. einen Purzelbaum machen	1	2	3	4	5
12. mit Abstützen über einen ein Meter hohen Zaun springen	1	2	3	4	5

VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

2. Welche Angebote würden den Tennisclub attraktiver machen?

- integriertes Fitnessangebot
- Sportspiele (z.B. Fußball)
- günstigerer Jahresbeitrag
- sonstige:
- keine

21. Glauben Sie, dass Tennis an Attraktivität verloren hat?

Ja, weil _____

Nein

ANGABEN ZUR LEBENSSITUATION

22. Welche der folgenden Bedingungen treffen auf Sie zu?

- Ich habe viel Freizeit
- Ich kann mir meine Zeit gut einteilen
- Ich bin beruflich sehr eingespannt
- Ich bin familiär sehr gebunden
- Mein Umfeld interessiert sich nicht für Tennis

23. Im Folgenden ist eine Reihe von bedeutsamen Lebensereignissen dargestellt. Bitte kreuzen Sie an, was Ihnen in den letzten 5 Jahren passiert ist und was Sie zugleich sehr belastet.

- Längerfristige Trennung von (Ehe-) Partner/ Partnerin
- Tod des (Ehe-) Partners, nahen Angehörigen oder guten Freundes
- Tod eines Haustieres
- (Raub-) Überfall
- (Verkehrs-) Unfall
- Gravierende Rechtstreitigkeit
- Nahestehende Person hat Lebensprobleme
- Unerwarteter Eigentumsverlust
- Diagnose einer schweren Krankheit (selbst)
- Diagnose einer schweren Krankheit bei einer nahestehenden Person
- Arbeitsplatzverlust (selbst)
- Arbeitsplatzverlust einer nahestehenden Person
- Bruch mit einem Familienmitglied

ANGABEN ZUR PERSON

24. Alter:

25. Geschlecht:

- männlich
- weiblich

26. Statur:

- schlank
- normalgewichtig
- beleibt
- übergewichtig

27. Familienstand:

- ledig
- verheiratet
- geschieden
- verwitwet

28. Anzahl der Kinder:

29. Gesamtzahl der im Haushalt lebenden Personen:

30. Welchen Schulabschluss haben Sie?

- keinen Schulabschluss
- Fachabitur/ Abitur
- Volks-/ Hauptschulabschluss
- Fachhochschul-/ Hochschulabschluss
- Realschul-/ Fachschulabschluss

31. Sind Sie zurzeit erwerbstätig?

- Ja
- Nein

32. Wie hoch ist Ihr Haushaltsnettoeinkommen (in Euro)?

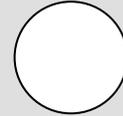
- < 500
- 1500 - 2000
- 3000 - 3500
- 500 - 1000
- 2000 - 2500
- 3500 - 4000
- 1000 - 1500
- 2500 - 3000
- > 4000

33. Was Sie noch loswerden möchten:

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!!

Vereinsbefragung 2004

Name des Vereins _____



I. Allgemeine Fragen

1. Wie ist die Lage der Stadt bzw. der Gemeinde zu bezeichnen, in der Ihr Verein liegt?

- ländliches Gebiet
- Randlage eines städtischen Gebietes
- zentrale Stadtlage

2. Wie hoch waren die Mitgliederzahlen:

	2004	2003	1995	1985
Gesamtmitgliederzahlen				
Erwachsene				
Jugendliche				

3. Worauf führen Sie die Austritte aus Ihrem Verein bzw. Ihrer Abteilung zurück?

(Mehrfachnennungen möglich)

- Beitragserhöhungen
- private finanzielle Gründe
- altersbedingter Austritt
- krankheitsbedingter Austritt
- Ortswechsel
- berufliche Überlastung
- zu wenig Zeit
- Wechsel zu anderen Sportarten
- Wechsel zu kommerziellen Anbietern
- Wechsel zu anderen Tennisvereinen
- sportliche Misserfolge
- Unzufriedenheit mit: _____
- es ist keine Zuordnung zu den genannten Faktoren möglich

4. Werden in Ihrem Verein bzw. in Ihrer Abteilung die ausgetretenen Mitglieder nach Ihren Beweggründen für den Austritt befragt?

- ja
- ja, aber nicht systematisch
- nein

5. Betreibt Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung gezielt Mitgliederwerbung?

- ja, weiter mit Frage 5a
- nein, weiter mit Frage 5b

5a. In welcher Form betreibt Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung Mitgliederwerbung?

- Radio
- Werbung in den Printmedien (Zeitung, Tenniszeitschriften etc.)
- Schnupperkurse
- Tag der offenen Tür
- Werbung in den naheliegenden Schulen
- Weiterempfehlung über die Mitglieder
- sonstiges: _____

5b. Warum betreibt Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung keine gezielte Mitgliederwerbung?

- kein Interesse an neuen Mitgliedern
- niemand, der sich darum kümmert
- keine Ideen für Mitgliederwerbung
- sonstiges: _____

6. Gründungsjahr Ihres Vereins: _____

II. Sportstättenangebot

7. Verfügt Ihr Verein über andere eigene Einrichtungen?

(z.B. Sauna, Fitnessraum, Squashplatz, Kegelbahn, Kinderspielplatz, Turnhalle, Schwimmbad etc.)

- nein
- ja, über folgende: _____

III. Vereinsangebot

8. Organisiert Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung neben den Mannschaftswettkämpfen auch spezielle tennisspezifische Breitensportangebote, die besonders für Hobbyspieler und Nicht-Mannschaftsspieler gedacht sind?

(z.B. Freundschaftsturniere, Juxturniere, DTB-Sportabzeichen etc.)

- nein
- ja, und zwar folgende: _____

9. Organisiert Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung neben den tennisspezifischen Angeboten für seine Mitglieder noch andere sportliche Aktivitäten?

(z.B. Wanderungen, Lauftreffs, Konditionstraining, Fitness-Programme, etc.)

- nein
- ja, und zwar folgende: _____

10. Bietet Ihr Verein bzw. Ihre Abteilung auch nicht sportliche Angebote an?

(z.B. Geselligkeiten, Vortragsveranstaltungen, Reisen, Schach-, Bridgeturniere etc.)

- nein
- ja, und zwar folgende: _____

IV. Finanzen

11. Wie hoch sind die derzeitigen Mitgliedsbeiträge in Ihrem Verein bzw. Ihrer Abteilung pro Jahr im Vergleich zu 1985 und 1995?

Mitgliedsgruppe	1985	1995	2004
Erwachsene			
Jugendliche			

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Authentizitätserklärung

Hiermit erkläre ich, die vorliegende Arbeit mit dem Titel „**Determinanten des Drop-outs im Tennis –Eine empirische Studie**“ selbstständig, ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt zu haben.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder anderen Quellen, insbesondere dem Internet, entnommen sind, sind als solche eindeutig und wiederauffindbar kenntlich gemacht.

Alle diese Quellen sind vollständig und abschließend in einem Literaturverzeichnis angegeben. Die vorliegende Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch nicht veröffentlicht.

Linsengericht, den 10. Januar 2008