



# Studentensportstudie Würzburg 2008

**Eine Untersuchung zum Sportverhalten  
der Studierenden in Würzburg**

Daniel Schrödl

*Diplomgeograf, Geographisches Institut, Universität Würzburg, Am Hubland, D-97074 Würzburg  
(Tel.: 0931-8885589; E-Mail: [daniel.schroedl@uni-wuerzburg.de](mailto:daniel.schroedl@uni-wuerzburg.de))*

Ramona Grünzfelder

<p><b>K</b>örper – <b>S</b>port – <b>R</b>aum</p>	<p>Sozialgeographie Geographisches Institut Universität Würzburg Am Hubland 97074 Würzburg 0931 – 888 55 89 <a href="mailto:daniel.schroedl@uni-wuerzburg.de">daniel.schroedl@uni-wuerzburg.de</a></p>
---	--





## Inhalt

	Inhalt	3
	Abbildungen und Tabellen	4
	Zusammenfassung	6
<b>1</b>	<b>Rahmenbedingungen der Untersuchung</b>	<b>8</b>
1.1	Einleitung	8
1.2	Gesellschaftliche Veränderungen – Veränderungen im Sport	8
1.3	Was Geographen an Sport interessiert?	12
1.4	Ausgangsfragen und –hypothesen	14
<b>2</b>	<b>Organisation und Umfang der Untersuchung</b>	<b>16</b>
2.1	Organisation und Ablauf	16
2.2	Charakterisierung der Stichprobe	16
<b>3</b>	<b>Sportgewohnheiten der Studierenden in Würzburg</b>	<b>21</b>
3.1	Häufigkeiten, Dauer und Zeiten der Sportaktivitäten	21
3.2	Bevorzugte Sportarten	24
3.3	Organisation der Sportaktivitäten	30
3.4	Teilnahme an Wettkämpfen und Wettbewerben	31
3.5	Die Nicht-Sportaktiven	32
<b>4</b>	<b>Typisierung der Sportaktiven an Hand ihrer Motive und Einstellungen</b>	<b>34</b>
4.1	Sportmotive und Einstellungen zum Sport	34
4.2	Die Typisierung der Sportaktiven an Hand von Faktoren- und Clusteranalysen	37
4.2.1	Faktorenanalyse	37
4.2.2	Clusteranalyse	39
4.2.3	Sportlertypen und ihre Sportverhalten	39
<b>5</b>	<b>Räumliche Muster und Interaktionen der Sportaktivitäten</b>	<b>44</b>
5.1	Sport als räumliches Angebots- und Nachfragesystem	44
5.2	Sporträume	45
5.3	Wohnstandort und Sportaktivitäten	47
5.4	Sportausübung und Mobilität	49
5.5	Sport im Urlaub	56
<b>6</b>	<b>Sport als Lebensstil</b>	<b>58</b>
6.1	Sport – eine Frage des Lebensstils?	58
6.2	„Inszenierter“, „medialer“ und „virtueller“ Sport	59
6.3	„Symbolisierter“ Sport	64
6.4	„Fußball ist unser Leben!“	67
<b>7</b>	<b>(Un-) Sportliche Studenten/innen in Würzburg – Was nun?</b>	<b>69</b>
7.1	Zusammenfassung und Ausblick	69
7.2	Entwicklungsmöglichkeiten der Sportuniversität und der Stadt Würzburg	71
7.3	Leitbild „Würzburg – Sportstadt 2013“	76
	Bibliographie	82
	Anhang	85

## Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1: Geschlechterverteilung	16
Abbildung 2: Alter der befragten Studierenden	16
Abbildung 3: Hauptstudienfach der befragten Studierenden	17
Abbildung 4: Studiengang der befragten Studierenden	17
Abbildung 5: Gewicht der befragten Studierenden	18
Abbildung 6: Monatlich zur Verfügung stehendes Geld	18
Abbildung 7: Arbeitsaufwand der befragten Studierenden	18
Abbildung 8: Nebenjobs und Arbeitszeiten	18
Abbildung 9: Wohnform der Studierenden	19
Abbildung 10: Pendelverhalten der befragten Studierenden	19
Abbildung 11: Wohnstandorte der befragten Studierenden	19
Abbildung 12: PKW-Verfügbarkeit der Studierenden	20
Abbildung 13: Verkehrsmittelwahl der Studierenden	20
Abbildung 14: Anteil der sportaktiven Studierenden	21
Abbildung 15: Häufigkeit der Sportaktivitäten	22
Abbildung 16: Durchschnittliche Dauer einer Sporteinheit (ohne Zeit für An- und Abfahrt)	23
Abbildung 17: Bevorzugte Tageszeit zum Sport (Mehrfachnennungen möglich)	24
Abbildung 18: Bevorzugter Wochentag zum Sport (Mehrfachnennungen möglich)	24
Abbildung 19: Am häufigsten ausgeübte Sportarten unter den Studenten (männlich)	27
Abbildung 20: Am häufigsten ausgeübte Sportarten unter den Studentinnen (weiblich)	27
Abbildung 21: Hauptgründe für die ausgeübten Sportarten	28
Abbildung 22: Organisation der Sportaktivitäten durch die Würzburger Studenten und Studentinnen	30
Abbildung 23a: Teilnahme an Wettkämpfen (Studenten)	32
Abbildung 24b: Teilnahme an Wettkämpfen (Studentinnen)	32
Abbildung 24: Wettkampfteilnahme und Sportorganisation	32
Abbildung 25: Gründe für Nicht-Sportaktivität (Mehrfachnennungen möglich)	33
Abbildung 26: Motive und Einstellungen der Studierenden; Zustimmung durch Notengebung	35
Abbildung 27: Die fünf Sportlertypen	39
Abbildung 28: Klassifikation der Sporträume	45
Abbildung 29: Bevorzugte Sporträume der Würzburger Studenten/innen	46
Abbildung 30: Durchschnittliche Wegstrecke zur Sportstätte je Wohnort	51
Abbildung 31: Durchschnittliche Wegstrecke zur Sportstätte je Sportart	52
Abbildung 32: Zusammenhang zwischen Beliebtheit der Sportart und Distanzen	53
Abbildung 33: Bevorzugtes Verkehrsmittel der Würzburger Studierenden, um zur Sportstätte zu gelangen	54
Abbildung 34: Bevorzugtes Verkehrsmittel der sportaktiven Studierenden je nach Wohnstandort	55
Abbildung 35: Bevorzugtes Verkehrsmittel der sportaktiven Studierenden je nach Sportart	57
Abbildung 36: Sportaktivitäten im Urlaub	59
Abbildung 37: Besuch von Sportveranstaltungen der Profiligen	59
Abbildung 38: Besuch von Sportveranstaltungen der Amateurligen	59
Abbildung 39: Sportfernsehkonsument pro Woche; Studenten	60

Abbildung 40: Sportfernsehkonzum pro Woche; Studentinnen	60
Abbildung 41: Verfolgen von Sport-Live-Übertragungen in Biergärten, Kneipen und Cafés	61
Abbildung 42: Verfolgen von Sport-Live-Übertragungen gemeinsam zu Hause mit Freunden/Bekanntem	61
Abbildung 43: Sich im Internet über Sport informieren	62
Abbildung 44: Sich in der Zeitung über Sport informieren	62
Abbildung 45: Sich in Sportzeitschriften über Sport informieren	62
Abbildung 46: Teilnahme an Sportwetten; Studenten	63
Abbildung 47: Teilnahme an Sportwetten; Studenten	63
Abbildung 48: Teilnahme an Websportspielen sowie Sportspielen an Spielekonsolen	63
Abbildung 49: Tragen der Markensportbekleidung beim Sporttreiben (je Sportart)	65
Abbildung 50: Sportliche Bekleidung im Alltag (je nach Geschlecht)	66
Abbildung 51: Bedeutung von Sportmarken in der Freizeit (je nach Geschlecht)	66
Abbildung 52: Fan eines Teams, eines Sportlers, einer Sportlerin	66
Abbildung 53: Besitz von Fanartikeln	67
Abbildung 54: Beurteilung der Sportangebote der Sportuniversität und der Stadt Würzburg	72
Abbildung 55: Kritik am Sportangebot der Uni Würzburg (Mehrfachnennungen möglich)	73
Abbildung 56: Kritik am Sportangebot der Stadt Würzburg (Mehrfachnennungen möglich)	73
Abbildung 57: Grundlagen der Leitbilddiskussion	76
Abbildung 58: Leitbild „Würzburg – Sportstadt 2013“ und seine Ziele	81
Tabelle 1: Im Jahr 2007 von den Würzburger Studierenden ausgeübte Sportarten	25
Tabelle 2: Allgemeine Systematik der Sportmotive nach Gabler et al. (2002)	34
Tabelle 3: Motive, die unter den Ausübenden der 15 beliebtesten Sportarten eine überdurchschnittliche Rolle spielen	36
Tabelle 4: Korrelationsmatrix der Hauptkomponentenanalyse – Korrelationen zwischen den 29 Ausgangsvariablen und den 7 extrahierten Faktoren	38
Tabelle 5: Eigenschaften der Sportlertypen (in %)	41
Tabelle 6: Die bevorzugten Sportarten der einzelnen Sportlertypen (in %)	43
Tabelle 7: Wohnstandort (Montag-Freitag) und Organisation der Sportaktivitäten (Mehrfachnennungen möglich)	47
Tabelle 8: Wohnstandort (Montag-Freitag) und die 15 beliebtesten momentan ausgeübte Sportarten	48
Tabelle 9: Ausgangspunkt der 15 beliebtesten momentan ausgeübte Sportarten (Mehrfachnennungen möglich)	50
Tabelle 10: Unterschiede zwischen Fußballern/innen und Nichtfußballern/innen	67
Tabelle 11: Kritik- und Anregungspunkte der Studierenden an/für das Sportzentrum der Universität Würzburg	74
Tabelle 12: Kritik- und Anregungspunkte der Studierenden an/für die Stadt Würzburg	75

## Zusammenfassung

Die Ergebnisse der Studentensportstudie Würzburg 2008 zeigen, dass die Studierenden in Würzburg überdurchschnittlich sportaktiv sind. Im Alltagsleben der meisten Studenten/innen nehmen Sport und Sportlichkeit einen festen und großen Stellenwert ein, sei es durch häufige Sportaktivitäten selbst oder durch den Besuch von Sportveranstaltungen, den Sportmedienkonsum oder Sportmode. Hierbei sind teilweise große Unterschiede zwischen den Geschlechtern, Einkommens- und Gewichtsklassen, Sportlertypen und Studienfächern festzustellen. Bei der Wahl der Sportart und der Organisation der Sportaktivitäten sind die Mobilität des Einzelnen sowie der Wohnstandort und seine relative Lage zu attraktiven Sportanlagen und -gelegenheiten von großer Bedeutung.

Die Ergebnisse können in zehn Stichpunkte zusammengefasst werden:

- 86% der Studierenden bezeichnen sich als **sportaktiv**. 14% treiben generell keinen Sport.
- 77% der Sportaktiven treiben **durchschnittlich ein bis drei Mal pro Woche** Sport, 19% häufiger und 14% seltener. Besonders sportaktiv sind Männer und ältere Studierende.
- Die **beliebtesten Sportarten** unter den **Männern** sind Joggen und Fußball, gefolgt von Fitness & Kraftsport, Radfahren und Schwimmen; Basketball, Kampfsport, Tischtennis, Handball und Klettern sind zugleich überdurchschnittlich beliebt. Die beliebtesten Sportarten unter **Frauen** sind Joggen und Schwimmen, gefolgt von Fitness & Kraftsport, Radfahren und Aerobic; überdurchschnittlich beliebt sind Tanzen & Tanzsport, Wandern & Spazierengehen, Inlineskating, Reiten und Yoga.
- Die **Hauptgründe**, um Sport zu treiben sind Entspannung/Ablenkung/körperlicher Ausgleich sowie Fitness- und Konditionserhalt und -aufbau. Danach folgen mit Abstand ein positives Körpererlebnis, Gesundheit/Prävention, Verbesserung der Figur sowie Spaß/Erlebnis. Bei Frauen steht das „Was für die Figur tun“ überdurchschnittlich häufig im Vordergrund, bei Männern Spaß und Erlebnis.
- Aufgrund unterschiedlicher Einstellungen und Motive können **fünf Sportlertypen** „**Spaßorientierte**“ (29%), „**Körpererlebnisorientierte**“ (25%), „**Gruppenerlebnisorientierte**“ (18%), „**Zweckorientierte**“ (15%) sowie „**Leistungs- und Wettkampforientierte**“ (13%) bestimmt werden, die sich v.a. bezüglich ihrer Zweck-, Ergebnis-, Erlebnis- und Wettkampforientierung, ihrer bevorzugten Sportarten, ihrer Sportorganisation und -häufigkeit sowie ihrer Offenheit gegenüber neuen Sportarten unterscheiden.
- **Wettkampfsport** spielt eine geringe Rolle. Nur 27% aller Studenten und 8% aller Studentinnen nehmen ein bis zweimal im Monat oder öfter an Sportwettbewerben und -kämpfen teil.
- Sport wird meistens **privat organisiert** (71%). **Vereine** spielen v.a. für Männer (44%) eine größere Rolle als für Frauen (28%). **Das Sportangebot der Universität** wird von 43% der Studierenden genutzt. **Kommerzielle Anbieter wie Fitnesscenter** gewinnen zunehmend an Bedeutung (16%).
- **Mobilität, Motorisierung** und die **Lage des Wohnstandorts** spielen bei der Wahl der Sportart und Sportstätte eine wichtige Rolle. Vor allem die Nähe zu den Sportzentren der

Universität, zu Parks, attraktiven Lauf- und Radwegen, zu den Schwimmbädern und Fitnessstudios spielt eine große Rolle. Besonders attraktiv scheint dabei der Stadtteil Sanderau zu sein.

- Das **Auto** spielt unter den sportaktiven Studierenden eine große Rolle zu spielen. Mehr als 33% der Studierenden erreichen ihre bevorzugte Sportstätte meistens per PKW.
- Sport spielt bei den Studierenden nicht nur beim Sporttreiben selbst eine Rolle, sondern „durchdringt“ weite Teile des Alltagslebens (v.a. bei männlichen Studierenden). Immerhin 43% der Männer verfolgen **Sport-Live-Übertragungen** alle zwei bis drei Wochen oder öfter in Kneipen, Cafés und Biergärten; 38% treffen sich dafür so häufig mit Freunden zu Hause; 40% spiel(t)en **Sportspiele auf Spielekonsolen** und 20% mach(t)en bereits bei **Websportspielen** mit. **Sportmode** (v.a. Trekking- und Outdoor-Bekleidung), **Sportmarken** und ein **sportliches Erscheinungsbild** auch im Alltag sind für die Mehrheit der Studierenden von Bedeutung.

Die Studierenden in Würzburg bewerten die Sportmöglichkeiten in Würzburg mehrheitlich mit gut und befriedigend. Häufig wurden folgende vier Punkte gefordert:

- Einfache, unkomplizierte, spontane und flexible **Nutzungsmöglichkeiten der Sportplätze und Hallen** einerseits im Stadtgebiet und andererseits in den Sportzentren der Universität
- Verbesserung der Fahrradfreundlichkeit; mehr, besser ausgebaute, vernetzte **Rad-, Inliner- und Lauf-/Joggstrecken**; Vernetzung und Abstimmung mit dem Umland
- Mehr und leicht zugängliche **Grünflächen, Freizeit- und Sporträume** im öffentlichen Raum; Gefühl von **Toleranz, Erwünschtheit und Offenheit** im öffentlichen Raum
- Ausweitung des **Angebots**, der **Trainings- und Nutzungszeiten**, sowie flexibler **Nutzungsmöglichkeiten** und Reduzierung der **Kurs- und Gruppengrößen** in den Sportzentren der Universität Würzburg

Die Sportaktivitäten (nicht nur) der Studierenden zeichnen sich schon heute - und in Zukunft noch viel mehr - durch Spontaneität, Erlebnisorientierung, kleinere Gruppengrößen und Unverbindlichkeit aus. Der institutionalisierte Sport und der Sport in traditionellen Sportanlagen stagnieren dabei, während **flexibel nutzbare Sportgelegenheiten** und **eventartiger Sport** im öffentlichen Raum an Bedeutung gewinnen. Bei vielen Studierenden besteht in diesem Zusammenhang ein **Wissensdefizit**, wie sie sich in ihrem Wohn- und Studiumsumfeld bewegen und sportlich betätigen können.

# 1. Rahmenbedingungen der Untersuchung

## 1.1 Einleitung

Im Januar 2008 führten die 22 Studenten/innen des Projektmittelseminars „Freizeitgeographie“ unter der Leitung von Daniel Schrödl (Diplomgeograf) eine Befragung zum Sportverhalten der Würzburger Studenten/innen durch.

*Zentrales Ziel* dieses Projekts war es einen Einblick darüber zu gewinnen,

- welchen Sportaktivitäten die Würzburger Studenten/innen momentan nachgehen,
- wann, warum oder warum nicht Sport überhaupt getrieben wird,
- wie er organisiert wird,
- was dabei wichtig und unwichtig ist,
- wie Sportaktivitäten von räumlichen Strukturen (z.B. Wohnstandort bzw. Standorte der Sportausübung) und dem Mobilitätsverhalten (z.B. Wochenendpendeln, Verkehrsmittelwahl) abhängen
- wie Sportaktivitäten mit dem sozioökonomischen und –kulturellen Hintergrund der Studenten einerseits und von individuellen Einstellungen und Meinungen andererseits korrelieren
- und schließlich darüber, wie Sport in immer weitere Teile des Alltagslebens der Studenten „vordringt“, also zunehmend zu einer Sache des Lebensstils, des Medienkonsums, der Sportmode wird.

Gleichzeitig erwarben die 22 Studenten/innen des Seminars (Grundstudium Geographie) an Hand des praxisnahen Beispiels „Sportverhalten der Würzburger Studenten/innen“ folgende *methodische Kompetenzen*:

- Formulierung forschungsleitender Hypothesen
- Entwurf eines Fragebogens
- Bestimmung des Stichprobenumfangs, der Befragungsarten und –standorte
- Durchführung der Passantenbefragung
- Entwicklung einer Eingabemaske sowie Dateneingabe
- Datenverarbeitung mit SPSS
- Zunächst deskriptive Statistiken, später Durchführung von Hauptkomponenten- und Clusteranalysen
- Präsentation und Darstellung der Ergebnisse

Die Befragung war eingebettet in zuvor erfolgte *intensive Diskussionen* über die Entwicklung der Freizeit in Deutschland im Allgemeinen und *über die Entwicklung des Sports* im Speziellen. Anhand diverser Literaturstudien, Auswertungen von Statistiken, der Untersuchung des eigenen Freizeitverhaltens durch die statistische Auswertung vorher angefertigter Tagebücher sowie einer Vielzahl unterschiedlicher studentischer Referate wurden schrittweise die theoretische und methodische Grundlagen für eine Untersuchung des Sportverhaltens erarbeitet.

## 1.2 Gesellschaftliche Veränderungen – Veränderungen im Sport

In den letzten Jahren ist eine deutliche Bedeutungszunahme des Sports in der gesellschaftlichen Diskussion, der medialen Berichterstattung, im sozialen Leben sowie in der alltäglichen Lebensführung der Individuen festzustellen. Viele sprechen von einem „Megatrend“, der in sich



momentan vollziehende gesellschaftliche Veränderungen eingebettet ist und sich in den nächsten Jahren weiter verstärken wird.

Folgende **gesellschaftliche Veränderungen** sind dabei besonders relevant:

*Individualisierung, Suche nach Authentizität, Rückgriff auf den eigenen Körper*

Mit der zunehmenden Freisetzung des Individuums aus bestehenden Traditionen, Klassen, Ständen und Rollen, dem dabei einhergehenden Bedeutungsrückgang traditioneller Werte wie Disziplin, Gehorsamkeit, Ordnung, Pflichterfüllung sowie traditionell bedeutsamer Institutionen wie Familie, Parteien, Kirche, Vereine und Gewerkschaften gewinnen Selbstverwirklichung, Selbststilisierung, Ungebundenheit, Eigenständigkeit, Emanzipation, Kreativität und Spontaneität an Bedeutung. Dinge werden nicht mehr ausschließlich der Notwendigkeit und Pflichterfüllung wegen getan, sondern dienen viel stärker der Selbstdefinition. Mit dieser Optionenvielfalt geht aber auch ein permanenter Zwang einher, sich entscheiden zu müssen, ein gewisser Kontingenzdruck, d.h. dass alles auch anders möglich ist und wäre, und damit die Suche nach Halt, Dauerhaftigkeit und Authentizität. In diesem Kontext findet verstärkt der Rückgriff auf den eigenen Körper statt, der als (einzige) Basis für Konstanz und Echtheit dienen mag. Das „Shaping“ des Körpers u.a. durch Sport schafft daher etwas Authentisches, das zur Schau gestellt werden kann, Verlässlichkeit vermittelt und zugleich wahres Fühlen und Erleben ermöglicht. Ein trainierter Körper gilt heute mehr den je als Garant für dauerhafte Gesundheit, anhaltenden Erfolg und kontinuierliche Leistungsfähigkeit. Das Projekt „Selbst“ ist somit zum Projekt des Körpers geworden (Eickelpasch & Rademacher 2004; Schroer 2005; Gugutzer 2006; Schildmacher 1998; Schrödl 2007).

*Konsum- und Trendorientierung*

Konsumieren ist immer weniger eine Statusfrage, sondern zunehmend eine Frage des Stils und des Wissens. Fast alle Dinge können heute käuflich erworben werden; fast alle Wünsche können durch kommerzielle Angebote befriedigt werden. Konsumgüter (und damit verbunden Marken, Stile, Angebote, Moden und Trends) werden damit zu den zentralen Instrumenten der Selbstdefinition. Das Ausnutzen möglichst vieler und möglichst stilvoller Konsumangebote steht nun im Vordergrund. Gerade im Sport ist diese Konsumorientierung zu erkennen (Sportmode, Sportevents usw.). Zugleich wird das „In-Sein“ und „Im-Trend-Liegen“ immer wichtiger. Die permanente Suche nach neuen Angeboten und Möglichkeiten (z.B. nach neuen Sportarten und Sportmöglichkeiten) beschleunigt sich (Opaschowski 2000, 2001; Schildmacher 1998).

*Erlebnisorientierung*

Mit der Konsumorientierung einher geht ein verstärktes Ausleben emotionaler Bedürfnisse, die Dominanz intrinsischer Motive, das Streben nach Genuss, Spaß, Abenteuer und Spannung. „Erlebe dein Leben“ lautet die Devise. Die Konzentration auf das „Diesseits“, auf das „Hier und Jetzt“, der so genannte „Instant-Konsum“ rücken ebenso in den Vordergrund wie das „Wohlfühlen“. Die zunehmende Anzahl an Sportevents, bei denen Musik, Gastronomie, Unterhaltung, Prominente, Mode, Mit-Mach-Aktivitäten und Medienpräsenz eine sehr wichtige Rolle spielen, zeigt die Erlebnisorientierung auch im Sportbereich auf (Opaschowski 2001; Schildmacher 1998; Hilscher et al. 2007).

*Mediatisierung und Virtualisierung*

Heutige Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien ermöglichen den vermehrten Konsum von massenmedial inszenierten Events (z.B. Champions League, Formel 1, Boxkämpfe, Fußballweltmeisterschaften) (Knobbe 2000; Schilhaneck 2006). Weltweites Informieren und Kommunizieren wird ebenso zur Selbstverständlichkeit wie die aktive oder passive Teilnahme an der weltweiten Erlebnisgesellschaft und an weltweiten bedeutenden

Sportevents. Zugleich wird ein Leben in „Zwischenwelten“ und „Mischräumen“ aus Erlebtem, Imaginärem, aus über Medien wahrgenommenen, im virtuellen Raum geschehenden „Realitäten“ immer normaler.

#### *Extremes Verhalten und Exotik*

Mit der Individualisierung einher geht vielfach das Verlangen, individuelle körperliche und/oder gesellschaftliche Grenzen zu überschreiten, sich in Risiko-Situationen zu versetzen sowie das Streben besser, leistungsfähiger, disziplinierter, härter und naturverbundener zu sein als andere. Ein Beispiel hierfür sind die an Bedeutung gewinnenden Extremsportarten. Gleichzeitig findet immer häufiger ein Ausbrechen aus der gewohnten Umgebung statt. Als Kosmopoliten weltweit lebend, immer auf der Suche nach Neuem und Exotischen, werden in anderen Räumen der Erde Dinge gelernt, kopiert, „mit nach Hause“ zurückgenommen und dort gepflegt. Beispiele hierfür sind die immer bedeutender werdenden asiatischen und lateinamerikanischen Sportarten (Opaschowski 2000; Egner 2003).

Die Gruppe der **Studierenden**, im Falle des Forschungsprojekts ja im Fokus der Untersuchung, zeichnet sich gewöhnlich durch besonders stark ausgeprägte Individualisierungstendenzen, durch eine starke Konsum- und Erlebnisorientierung sowie eine vielfältige und intensive Nutzung von Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien und damit verbunden durch weit reichende (internationale) soziale Netzwerke aus. Studenten/innen gehören relativ häufig zu den so genannten „Pionieren“, die neue Lebensformen, Freizeitaktivitäten und Sportarten ausprobieren und einführen. Zugleich zeichnen sie sich durch relativ niedrige Einkommen und geringe Motorisierungsgrade aus, so dass für sie teure und ausschließlich mit dem PKW erreichbare Sportaktivitäten häufig nicht in Frage kommen.

Generell schlagen sich die oben skizzierten gesellschaftlichen Veränderungen folgendermaßen **im Sport** nieder:

- *Pluralisierung des Sports und zunehmende Trendorientierung*: Es gibt immer mehr, immer neuere, immer exotischere Sportarten, die jeweils nur relativ wenige Personen ausüben, die aber zugleich ein sehr starkes Identifikationspotenzial besitzen. Die Geschwindigkeit, in der sich neue Sportarten ausbreiten und zum Trend werden, nimmt zu. Sport wird immer mehr eine Frage vom Moden und Trends (Sander & Breuer 2003; Hilscher et al. 2007; Schildmacher 1998; Langenhagen-Rohrbach 2007; Egner 2002).
- *Sport als Teil des Lebensstils*: Sport ist vielfach Kristallisationskeim von Lebensstilen. Damit verbunden sind bestimmte Musikrichtungen, Bekleidungsstile, Bewegungsformen und andere Freizeitaktivitäten ebenso wie Lebenseinstellungen und Werte. Zugleich kommt es nicht nur darauf an, dass man eine Sportart macht, sondern eben auch auf den „Style“. Sport wird zum Inszenierungsereignis (Raithel 2005; Schildmacher 1998; Schrödl 2007).
- *Freizeit- und Spaßorientierung*: Der Anteil der Sportler, die Leistungs- und Wettkampfsport betreiben, stagniert. Damit einher geht der Bedeutungsschwund der Vereine. Ein kontinuierliches Engagement in einem Verein ist nach wie vor weit verbreitet, wird aber immer seltener. Sport wird vielmehr zur Freizeitbeschäftigung, der je nach Lust und Laune bzw. ohne ausgeprägte Leistungsorientierung nachgegangen werden kann und mit dem Treffen von Bekannten und Freunden verbunden ist (Opaschowski 2001; Hilscher et al. 2007; Schildmacher 1998).
- *Verstärkte Teilnahme an Sportevents*: Immer mehr Menschen nehmen aktiv als Sportler (z.B. an Stadtmarathons) oder eher passiv als Zuschauer (z.B. als Zuschauer eines Fußballbundesligaspiels live auf den Rängen eines Stadions) an so genannten Sportevents teil. Spaß, Unterhaltung, Gruppenerlebnisse bzw. der Reiz und die Spannung großer Menschenmassen stehen dabei im Vordergrund (Knobbe 2000; Schrödl 2007).

- *Unnormierte Sportarten:* Originalität und Individualität spielen gegenüber dem Befolgen von Regeln und Erlernen der perfekten Technik eine immer wichtigere Rolle (z.B. bei In-Line-Skatern, Skate- und Snowboardern). Die Umgebungsbedingungen vieler neuer Sportarten sind keinen starken Festlegungen mehr ausgesetzt (z.B. bei Skateboardern, Mountainbikern oder beim Streetball)(Schildmacher 1998; Gebauer et al. 2004).
- *Sport in kleinen Gruppen, Unverbindlichkeit, Konsumorientierung:* Mannschaftssportarten, meist im Verein, relativ formalisiert und mit einem relativ festen Sozialgefüge organisiert, verlieren zugunsten von Sportaktivitäten in kleineren Gruppen an Bedeutung. Der kleine Gruppensport zeichnet sich durch spontane, unverbindliche, informelle und flexible Zusammenschlüsse aus. Der Trend zur freien Gestaltung der Trainingszeiten und zur Unverbindlichkeit sozialer Kontakte von Sporttreibenden verstärkt sich. Beim Sporttreiben wird zudem immer häufiger ein „Allroundservice“ verlangt (z.B. nach anderen Dienstleistungen, Sauna, Solarien, Massagen, Kurse, Gastronomie, Events), die „Abholmentalität“ nimmt zu. Insbesondere Fitnesscenter und Sportstudios profitieren von dieser Entwicklung (Schildmacher 1998).
- *Risiko- und Extremsportarten:* Bei der Suche nach Authentizität werden zunehmend risikoreiche Sportarten (z.B. Mountainbiking, Klettern, Bungee-Jumping, Tiefschnee-Ski) ausgeführt. Dabei wird der Körper der Psyche (dem eigenen Willen, der eigenen Disziplin) untergeordnet; die eigenen Grenzen werden schrittweise abgetastet (Opaschowski 2000; Schildmacher 1998; Egner 2003).
- *Sport als Teil des Body Managements und der Identitätsbildung:* Sport wird zum selbstverständlichen Teil des alltäglichen Body Managements, das unter anderem das Styling, Körpermodifikationen und –kontrolle, Ernährung, den regelmäßigen Ausgleich zum Bewegungsmangel (durch Arbeit), den Erhalt von Fitness und Ausdauer sowie Prävention umfasst. Sport und Sportlichkeit sowie die damit verbundenen alltäglichen Inszenierung des Körpers spielen bei Identitätskonstruktionen eine zentrale Rolle (Splett 1993; Smith 2001; Schrödl 2007).
- *Kopplung des Sports mit anderen Aktivitäten:* Sport wird immer häufiger direkt mit anderen Aktivitäten verknüpft. Dazu gehören der Urlaub, Kurz- und Naherholungsreisen, Städtebesuche, der Besuch von Freunden, Bekannten und anderer Veranstaltungen (Kreisel 2007). Im Alltag werden Sportstätten nicht mehr ausschließlich von zu Hause aus, sondern direkt von der Arbeit, von der Universität, von anderen Erledigungen und Freizeitstandorten aus erreicht.
- *„Enträumlichung“:* Sport wird immer stärker losgelöst seiner räumlichen Bedingungen betrieben. Traditionelle Indoor-Sportarten wie Basketball, Handball und Volleyball werden nun – leicht modifiziert – als Streetball, Beachhand- und Beachvolleyball gespielt. Durch das Aufschütten von Sand auf Plätzen und in Fußgängerzonen kann überall Beach-Atmosphäre geschaffen werden. Gleichzeitig ermöglichen Indoor-Skihallen, Beschneigungen sowie Eisstadion und künstliche Eisflächen den klima- oder reliefunabhängigen Wintersport (Schildmacher 1998).

Auf der **Angebotsseite** sind - als Pendant bzw. als „Lenker“ veränderten Sportverhaltens - folgende Entwicklungen zu erkennen, die hier nur am Rande angedeutet werden:

*Konzentrationsprozesse und „Megaprojekte“ und „Megaevents“*

Die steigenden Ansprüche der Konsumenten an Sporteinrichtungen bezüglich Ästhetik, Abwechslung, Vielfalt, Ordnung, Sauberkeit, Sicherheit, Unterhaltung und Erlebniswert sowie die Pluralisierung der Sportarten bei gleichzeitig zunehmender interregionaler Konkurrenz und stagnierender finanzieller Gestaltungsmöglichkeiten zwingt die Kommunen häufig zur Schließung unattraktiver Sportstätten oder zu kostspieligen und risikobehaftete Investitionen in so genannte Megaprojekte, die überregional wettbewerbsfähig sind. In vielen Fällen werden diese

Investitionen erst mit Hilfe von Public-Private-Partnerships finanzierbar (Steiniger 2003; Schubert 2003). Parallel hierzu gewinnen große Sportevents an Bedeutung, um der eigenen Bevölkerung hohe Lebensqualität zu bieten, das eigene Image aufzuwerten und sich von Konkurrenzstädten und -regionen abzusetzen (Gans et al. 2003; Horn 2005; Schrödl 2007).

#### *Kommerzialisierung und Spezialisierung*

Bestehende Sportangebote durch Kommunen und Vereine kommen häufig der Nachfrage nach neuen Sportarten sowie den steigenden Anforderungen der Sportaktiven nicht mehr „hinterher“, weswegen immer mehr und immer unterschiedlichere Sportmöglichkeiten von spezialisierten Privatunternehmen organisiert, angeboten, durchgeführt werden (v.a. Kampfsportschulen und Fitnessstudios). Zudem wächst die so genannte Sporteventbranche (Planung & Durchführung von Sportevents). Gleichzeitig treten privatwirtschaftliche Unternehmen vermehrt als Sponsor von Sportlern, Sportmannschaften, Sportstätten und Sportevents auf (Brandmaier & Schimany 1998; Knobbe 2000; Herrmanns 2001; Giffinger et al. 2004; Schilhaneck 2006).

#### *Technisierung und Rationalisierung*

Technische Möglichkeiten zur perfekten Inszenierung und Illusionierung nehmen zu. Technische Machbarkeit und Perfektion werden zunehmend zum entscheidenden Standort- und Kostenfaktor (Beispiel Sportarenen oder Olympische Spiele). Beim Bau neuer Sportstätten spielt die rationale Planung (bezüglich Einzugsgebiete, Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, Kopplungspotenziale, Kaufkraftbindungen) eine immer wichtigere Rolle (Schubert 2003; Giffinger et al. 2004; Magnusson 2003).

#### *Internationalisierung*

Sportstädte, -regionen, -organisationen, -institutionen, -einrichtungen und -events konkurrieren zunehmend überregional und z.T. international. Vermarktungen und internationale Positionierungen werden daher immer wichtiger (Schrödl 2007). Zugleich agieren immer häufiger internationale, kapitalkräftigere Investoren und Betreiber.

#### *Boom der Kulturindustrien sowie körper- und gesundheitsorientierter Branchen*

Hohe Beschäftigungszuwächse in den Branchen Medien, Mode und Musik als „Begleiterscheinungen“ des Sports; Boom körper- bzw. gesundheitsorientierter Branchen wie Wellness, Fitness, Prävention, gesunde Ernährung, Beauty (BBE 2007; Deutscher Wellness Verband 2008a,b; Swieter 2002; Schubert 2003; Rulle 2007; Schrödl 2007).

### **1.3 Was Geographen an Sport interessiert?**

Die Gründung der dvs-Kommission „Sport und Raum“ im Jahr 2006 (dvs: Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft) sowie die zunehmende Anzahl sportgeographischer Abschlussarbeiten und Forschungsprojekte, von geographischen Konferenzbeiträgen und Zeitschriftenartikeln auch im deutschsprachigen Raum, die das Thema Sport zum Inhalt hatten, verdeutlichen die *steigende Relevanz der Zusammenhänge von Sport und Raum*.

Grundsätzlich bestehen viele *Zusammenhänge zwischen Sport und Raum*, die für Geographen von Interesse sind (Schrödl 2007; Peters & Roth 2006; Bale 2003):

1. Räumliche Verbreitungen und Diffusionen von Sportaktivitäten, Sportarten, Sportevents und Sportstätten innerhalb einer Region, eines Landes bzw. weltweit.
2. Standortanforderungen (post-) moderner Sportstätten und Sportevents; Einbindung von Sportstätten in das räumliche Gefüge einer Stadt bzw. einer Region (Anbindung an die Verkehrsinfrastruktur, Erreichbarkeit, Einzugsgebiete, Integration ins Stadt- und

- Landschaftsbild, Anbindung an Versorgungs-, Erlebnis-, Unterhaltungs- und Übernachtungsmöglichkeiten)
3. Sportaktivitäten als Teil des alltäglichen Aktionsraumes der Individuen; damit verbundene Wahrnehmungen, Standortentscheidungen, Distanzüberwindungen und Verkehrsmengen
  4. Kurz-, mittel- und langfristige soziale, kulturelle, ökonomische und ökologische Auswirkungen von Sportstätten (mittel- und längerfristig) und Sportevents (kurz- und mittelfristig) auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene
  5. Sport als „weicher“ Standortfaktor, als Wettbewerbsvorteil, als regionalökonomisches Potenzial; Gestaltung, symbolische Aufladung, Inszenierung und Transformation von Sporträumen; Verwandlung und Vermarktung von Nationen in Sportnationen, Regionen in Sportregionen, von Städten in Sportstädte, von Landschaften in „Sportscares“
  6. Regionale und globale Verflechtungen von Sportorganisationen (z.B. Fußballvereine, Fußballligen), der Sportbranche (z.B. Sportartikelhersteller, Sportgeschäfte) und Sportmedien
  7. Erzeugung und Veränderungen lokaler, regionaler und nationaler Identitäten durch erfolgreiche Sportler/innen, spezifische Sportarten, repräsentative Sportstätten und symbolträchtige Sportevents
  8. Steuerung lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Sportdiskurse und deren „Materialisierung“ und „Verräumlichung“ durch Sportpolitiken, Sportpraktiken, Performanzen, In- und Exklusionen
  9. Sport als (Körper-) Bewegung im Raum: Sport als Möglichkeit, Räume zu entdecken, zu erleben, zu spüren; Sport als Mittel, um Räume zu „besetzen“ und „erobern“, „umzunutzen“ oder einen spezifischen „Charakter“ zu verleihen; Sport als Bühne der Selbstdarstellung und -erfahrung

Bei der Untersuchung dieser Zusammenhänge muss auf ein *breites methodologisches Repertoire* zurückgegriffen werden. Beispielsweise werden bei der Untersuchung von Ver- und Ausbreitungen, von Standortfaktoren und -bedingungen, Wirkungen und Verflechtungen meist quantitative Methoden verwendet, die ihre Wurzeln vor allem im positivistischen Denken finden. Bei der Untersuchung von Diskursen, Zeichen, Identitäten, Wahrnehmungen und Vermarktungsstrategien hingegen spielen qualitative Methoden die Hauptrolle. Dabei wird meist auf strukturalistische, semiotische, poststrukturalistische, hermeneutische, diskursanalytische, leibphänomenologische oder systemtheoretische Ansätze zurückgegriffen (Schrödl 2007; Peters & Roth 2006).

Ausschlaggebende Impulse für eine verstärkte Thematisierung des Sports innerhalb des Faches Geographie, aber auch in den verwandten Disziplinen Stadt- und Verkehrsplanung sowie Marketing kommen allerdings hauptsächlich aus der *Berufspraxis* des Stadt- und Regionalmarketings sowie der in vielen Städten an Bedeutung gewinnende Sportstättenentwicklungsplanung (Bach 2005; Hübner & Wulf 2006; Wulf & Braicks 2005; Schrödl 2007; Schmerberg 2005).

#### *Sport und Stadt-/Regionalmarketing*

Immer mehr Städte und Regionen vermarkten sich als Sportstädte und -regionen. Sie erhoffen sich dadurch meist eine Verbesserung des Images bei Besuchern/Touristen, potenziellen Investoren, bei vor Ort angesiedelten Unternehmen, der ansässigen Bevölkerung und damit eine Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse, der Anzahl an Unternehmern, an Arbeitsplätzen und Steuereinnahmen oder den Zuzug junger und hochqualifizierter Personen. Die Maßnahmen umfassen meist (1) die Verbesserung der (möglichst sportlichen) Außendarstellung, (2) den Aufbau überregional vorzeigbarer, wettbewerbsfähiger, moderner und zugleich einzigartiger Sportangebotsstrukturen, (3) eine verbesserte Vernetzung des Sportangebots mit anderen

Bereichen wie Verwaltung, Unternehmen, Forschung & Wissenschaft, Medien, Wirtschaftsförderung, Einzelhandel, Verkehrsbetriebe oder Gastronomiegewerbe sowie (4) die Planung, Organisation und Initiierung überregional bedeutender Sportevents.

#### *Sportstättenentwicklungsplanung auf kommunaler Ebene*

Sportstättenentwicklungsplanung auf kommunaler Ebene umfasst im ersten Schritt die Bestandsaufnahme aller Sport- und Bewegungsräume, aller Sportorganisationen sowie aller Sportanbieter, die Erhebung des momentanen Sport- und Bewegungsverhaltens der Bevölkerung bzw. Besucher und die Ermittlung der potenziellen und zukünftigen Sportnachfrage sowie des zukünftigen Sportstättenbedarfs meist an Hand repräsentativer Befragungen. Im nächsten Schritt erfolgen eine Bestands-Bedarfs-Bilanzierung (Gegenüberstellung momentaner Angebot- und Nachfragestrukturen mit der zukünftigen Nachfrage) und die Formulierung sich daraus ableitbarer Handlungsempfehlungen. Schließlich erfolgt auf kommunalpolitischer Ebene die Festlegung von Zielen und Prioritäten in Form von Leitbildern in Abstimmung mit allen relevanten Interessensgruppen, die Entwicklung und Umsetzung der in die Leitbilder eingebetteten Maßnahmen sowie anschließend die Evaluation der umgesetzten Maßnahmen. Sportentwicklungsplanung wird von immer mehr Kommunen als das zentrale Mittel dafür betrachtet, das Bewegungs- und Sportverhalten und damit gesunde Lebensweisen der Bevölkerung nachhaltig zu fördern und zu verbessern sowie zugleich die dafür notwendigen Räume zu schaffen und zu gestalten.

Die hier vorgestellte Analyse des Sportverhaltens der Würzburger Studenten/innen kann als Baustein einer zukünftigen Sportentwicklungsplanung sowohl der Hochschulen in Würzburg als auch der Stadt Würzburg betrachtet werden. Es ist gelungen, einen ersten Überblick über das momentane Sportverhalten der mit fast 30.000 Personen größten Bevölkerungsgruppe Würzburgs zu erhalten.

### **1.4. Ausgangsfragen und -hypothesen**

Ziel der Befragung war es, die in den vorherigen Teilkapiteln beschriebenen Veränderungen, Entwicklungen und Strukturen des Sports am konkreten Beispiel der Studentinnen und Studenten in Würzburg nachzuzeichnen. Dabei galt es

- zunächst einen Überblick über das momentane *alltägliche Sportverhalten* zu gewinnen,
- dabei *räumliche und soziale Muster* und deren Korrelationen mit Siedlungs- und Mobilitätsstrukturen zu aufzudecken,
- dann *Bedürfnisse, Motivationen und Einstellungen zum Sport* und deren lenkende Wirkung beim Sporttreiben herausarbeiten,
- danach die zunehmende „*Sportisierung*“ des *Alltags* die sich am Beispiel des Sportmedienkonsums, der Sportmode und der Sportevents gut nachzeichnen lässt, zu analysieren
- und schließlich daraus *Handlungsempfehlungen* für die Universität und die Stadt Würzburg abzuleiten.

Für die Befragung der Bevölkerungsgruppe der Studenten/innen sprachen folgende Argumente:

1. Die ca. 30.000 Studenten/innen in Würzburg stellen eine der *größten und eine stark Stadtprägende Bevölkerungsgruppe* dar. Studenten/innen zeichnen sich durch besonders große Offenheit und Toleranz bezüglich neuer Lebensformen, Freizeittrends und Sportarten aus und wirken somit in vielen Fällen als „Pioniere“ sozialräumlicher Veränderungen bzw. als Diffusionskerne für die Ausbreitung neuer kultureller Muster.

2. Generell ist die Generation der 20-30 Jährigen, zu der die Mehrzahl der Studenten/innen in Würzburg gehören, im Vergleich zu anderen Altersgruppen *überdurchschnittlich stark sportlich aktiv*, zeichnet sich eben durch ein regelmäßiges, aktives und vielfältiges Sporttreiben aus. Expressive, körperbetonte und aktive Freizeitaktivitäten wie Sport, Tanzen oder Ausgehen spielen in dieser Lebensphase eine zentrale Rolle. Ein attraktives Angebot hierfür in Städten und Regionen entscheidet, ob diese als sportliche, junge und dynamische Städte und Regionen wahrgenommen oder vermarktet werden können.
3. Im Rahmen der Beschäftigung mit dem Themenfeld „*Sportstättenentwicklungsplanung*“ versuchten die Seminarteilnehmer, die einzelnen Schritte des Planungsprozesses für die Umsetzung des Leitbilds „Sportstadt Würzburg“ durchzuspielen. Grundlage der Leitbilddiskussion sollte eine Erhebung des Ist-Zustands in Würzburg und eine Diskussion über Stärken und Schwächen, Risiken, Chancen und Potenziale Würzburgs sein.

Folgende vier forschungsleitende Hypothesen dienten als Ausgangspunkt der Untersuchung:

- Hypothese 1:** Unter den Studenten/innen Würzburgs bestehen große Unterschiede beim Sportverhaltens, d.h. bezüglich der Häufigkeit, Dauer und Zeiten der Sportaktivitäten, der bevorzugten Sportarten, der Organisation des Sports sowie der Wettkampf- und Leistungsorientierung. Dabei spielen die Geschlechterzugehörigkeit, der Studiengang, Studienfächer, Einkommen, Nebenjobs, Arbeitsaufwand sowie die momentane Körperkonstitution eine signifikante Rolle
- Hypothese 2:** Die Lage des Wohnstandorts, der Sportstätten sowie das Mobilitätsverhalten der Studenten/innen haben deutlichen Einfluss darauf, welcher Sport wo, wann und wie häufig betrieben wird.
- Hypothese 3:** Individuelle Einstellungen, Werte und Motive spielen bei der Wahl der Sportart sowie der Art und Weise des Sporttreibens eine zentrale Rolle. Daraus lassen sich Sportlertypen ableiten, die nicht ausschließlich durch sozioökonomische Eigenschaften der Studenten/innen wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Wohnform, Studienfach erklärt werden können.
- Hypothese 4:** Sportarten unterscheiden sich signifikant bezüglich ihrer Anhänger und deren Motivation und Einstellungen usw. einerseits sowie ihrer verkehrserzeugenden und raumbeanspruchenden Wirkung andererseits.
- Hypothese 5:** Sport „durchdringt“ immer weitere Teile des Alltagslebens, z.B. das Informationsverhalten, die Mediennutzung und den Modekonsum. Sport spielt daher insbesondere bei den Studenten/innen Würzburgs
- als „inszenierter“ Sport (z.B. als Zuschauer/in bei Sportereignissen, -veranstaltungen und -events)
  - als „medialer“ Sport (z.B. als Gegenstand medialer Sportberichterstattung und des entsprechenden Medienkonsums)
  - als „virtueller“ Sport (z.B. als Spieler eines Sportspiels am Computer)
  - als „symbolisierter“ Sport (z.B. als Träger sportlicher Bekleidung oder Fan einer Fußballmannschaft)
- eine große Rolle.

## 2. Organisation und Umfang der Untersuchungen

### 2.1 Organisation und Ablauf

Im Januar 2008 führten die 22 Teilnehmer/innen des Projektmittelseminars „Freizeitgeographie“ Passantenbefragungen zum Sportverhalten der Würzburger Studenten/innen sowohl der Universität als auch der Fachhochschule durch. An folgenden Standorten wurden **1.147 Studierende** angesprochen und befragt:

- innerhalb bzw. vor den *Mensen und Cafeterias* (43%): Mensa und Cafeteria Hubland, Mensa, Burse und Cafeteria Am Studentenheim, Cafeteria Neue Universität, Cafeteria Philosophisches Gebäude, Cafeteria Mathematik-Informatik
- in anderen Bereichen der Universität wie *Seminar-, Aufenthalts-, Kommunikations- und Arbeitsräume* (27%): Biologie- und Chemiegebäude, Philosophische Institute, Wittelsbacher Platz, Bauersberg
- in *Studentenwohnheimen* (14%): Galgenberg-Wohnheim, Wohnheim Am Hubland, Wohnheim Am Straubmühlweg, BLLV-Wohnheim
- in Privatwohnungen des *eigenen Wohnumfelds* (9%): Frauenland, Sanderau, Zellerau
- an *Bushaltestellen und Parkplätzen in Universitätsnähe* (5%)
- an *anderen Standorten* (3%), Sportuni, Cinemaxx, ESG

Die Interviews dauerten in der Regel 10-15 Minuten. Nahezu alle angesprochenen Studenten/innen erklärten sich problemlos bereit, an der Befragung teilzunehmen. Das generelle Interesse der Befragten zu diesem Thema war deutlich erkennbar.

### 2.2 Charakterisierung der Stichprobe

Bei der Durchführung der Befragung wurde im besonderen Maße darauf Wert gelegt, möglichst beide Geschlechter, alle Altersklassen, Studienfächer und -gänge, Einkommensgruppen und Wohnstandorte der Studenten gleichermaßen zu berücksichtigen. Im Folgenden wird deutlich, dass dies in einigen Bereichen gut, in anderen weniger gut gelungen ist.

Abb. 1: Geschlechterverteilung

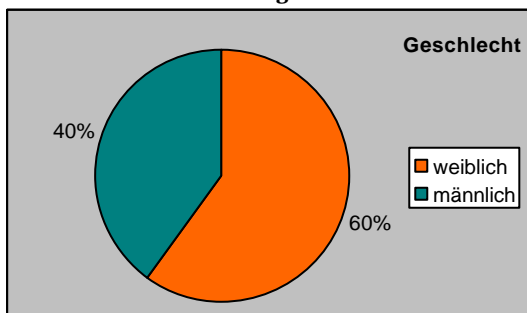
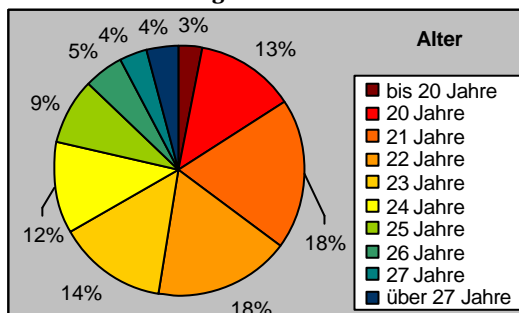


Abb. 2: Alter der befragten Studierenden



Die Abbildungen 1-4 zeigen, dass beide Geschlechter sowie Studenten/innen aller Altersklassen und der meisten Studienfächer (Hauptfach bzw. Hauptfächer) und Studiengänge befragt wurden. Dabei ist der Anteil der Frauen, der jüngeren Studenten (22 Jahre oder jünger), der Lehramtsstudenten sowie der Studierenden der Fächer Anglistik, Germanistik und Geowissenschaften überdurchschnittlich hoch. Gleichzeitig wurden relativ wenige Studenten/innen mit den Hauptfächern Indologie, Sinologie, Japanologie, Slawistik, Ethnologie,



Psychologie, Philosophie und Musik sowie Studenten/innen einiger Studiengänge der FH befragt. Diese Studenten/innen wurden zur Gruppe „andere Fächer“ zusammengefasst.

Abb. 3: Hauptstudienfach der befragten Studierenden

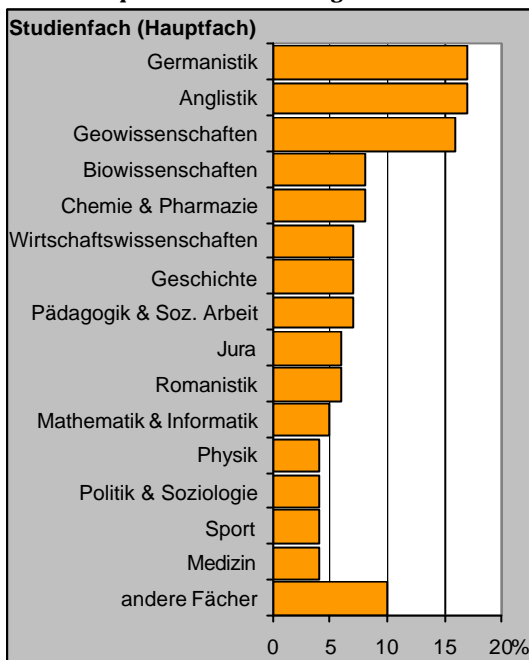
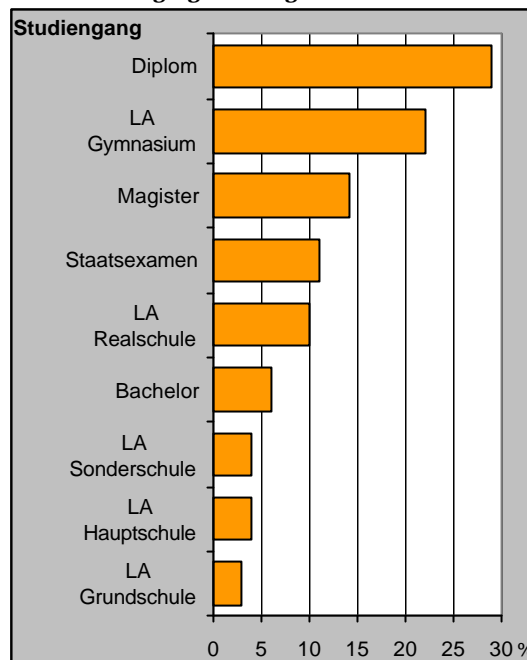


Abb. 4: Studiengang der befragten Studierenden



In den Abbildungen 5-8 werden das Körpergewicht der Studierenden, basierend auf einer Selbsteinschätzung des Körpergewichts und der Körpergröße, das durchschnittlich pro Monat zur Verfügung stehende Geld (Wohnkosten meist nicht darin enthalten), der durchschnittliche Arbeitsaufwand für das Studium und Nebenjobtätigkeiten der Studenten/innen dargestellt.

Der Großteil der Würzburger Studierenden zeichnet sich durch ein Normalgewicht aus, d.h. der Body Mass Index (BMI) liegt unter den Studenten (männlich) mehrheitlich zwischen 20 und 25 und unter Studentinnen (mehrheitlich) mehrheitlich zwischen 19 und 24. Untergewicht bedeutet in diesem Zusammenhang, dass der BMI bei Männern unter 20 und bei Frauen unter 19 liegt. Bei Übergewicht liegt dieser Indexwert über 25 bzw. 24, bei Adipositas (Fettleibigkeit) über 29. 21% aller Studentinnen weisen Untergewicht auf, während 68% normalgewichtig, 9% übergewichtig und 2% fettleibig sind. Studenten zeichnen sich seltener durch Untergewicht (10%) und Normalgewicht (66%), aber häufiger durch Übergewicht (21%) und Fettleibigkeit (3%) aus. Da die erhobenen Daten zu Körpergröße und Körpergewicht auf Selbsteinschätzung der Studierenden beruhen, sind sie sicher nur bedingt aussagekräftig.

Mehr als zwei Drittel aller Studenten/innen Würzburgs stehen weniger als 500 € pro Monat zur freien Verfügung, z.B. für die eigene Freizeit und damit auch für den eigenen Sport. Knapp ein Drittel aller Studierenden haben monatlich mehr als 500 € zur Verfügung; darunter sind überdurchschnittlich viele Studierende der Fächer Jura, Medizin, Wirtschaftswissenschaften, Geschichte, Pädagogik & Soziale Arbeit. Es ist davon auszugehen, dass höhere verfügbare Einkommen ein breiteres Spektrum an Sportarten ermöglichen.

Der durchschnittliche wöchentliche Arbeitsaufwand der befragten Personen für das eigene Studium liegt bei den meisten zwischen 20 und 40 Stunden. Immerhin knapp ein Drittel aller Studierenden gab an, pro Woche mehr als 40 Stunden für ihr Studium aufzuwenden, während ¼ weniger als 25 Stunden Zeit dafür aufwendet. Besonders arbeitsaufwendig scheinen die Studienfächer Jura, Medizin, Chemie & Pharmazie sowie Physik zu sein.

43% aller Befragten gingen während des Semesters regelmäßig einem Nebenjob nach. Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit im Nebenjob lag in den meisten Fällen zwischen fünf und 15 Stunden. Relativ häufig (mehr als 50% der Studierenden eines Faches) arbeiten Pädagogik-, Soziale Arbeit-, Politik-, Soziologie und Geographiestudenten/innen; relativ selten (weniger als 35% der Studierenden eines Faches) gehen Jura-, Medizin-, Chemie-, Pharmazie- und Biologiestudenten/innen einem Nebenjob nach. Im Folgenden gilt es zu prüfen, wie sich ein hoher Studiaufwand bzw. ein Nebenjob auf die Zeit der Studierenden auswirkt, die sie mit Sport verbringen.

Abb. 5: Gewicht der befragten Studierenden

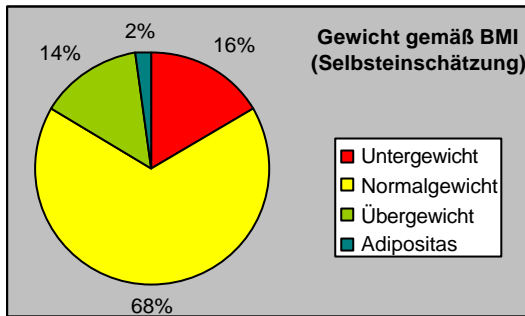


Abb. 6: Monatlich zur Verfügung stehendes Geld

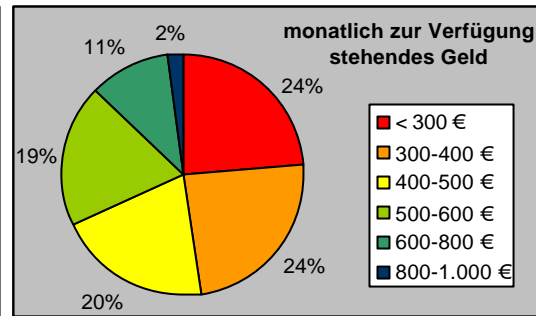


Abb. 7: Arbeitsaufwand der befragten Studierenden

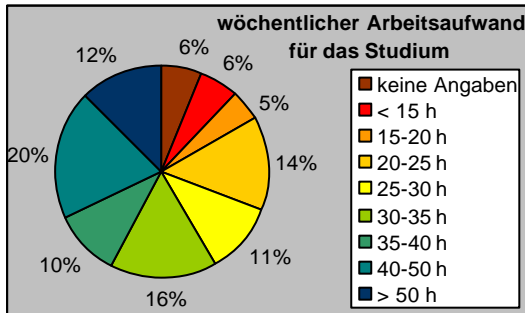
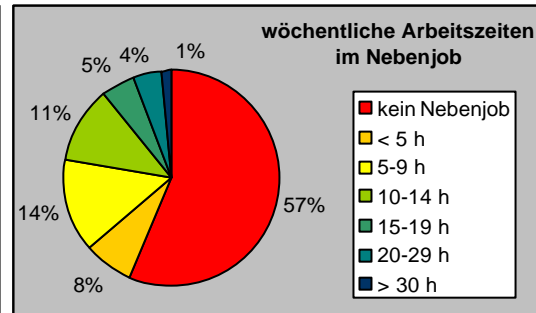


Abb. 8: Nebenjobs und Arbeitszeiten



Die Abbildungen 911 erlauben Aussagen über die Wohnform, die Wohnstandorte und das Pendelverhalten der Würzburger Studenten/innen.

Der Großteil der befragten Studierenden wohnt in privaten Wohngemeinschaften (dazu gehören nicht Wohngemeinschaften der Studentenwohnheime), gefolgt von Studentenwohnheimen, dem Leben in Einpersonenhaushalten und dem Zusammenleben mit dem eigenen Partner bzw. der eigenen Partnerin. Immerhin 8% wohnen (noch) bei den eigenen Eltern, darunter viele Studierende auf Lehramt Realschule (12%) und Lehramt-Hauptschule (16%) sowie jüngere Studenten (19 Jahre oder jünger: 23%; 20 Jahre: 15%). Generell wohnen ältere Studenten/innen häufiger als jüngere mit dem/r eigenen Partner/in und/oder mit ihrer Familie zusammen.

Bei der Analyse der Wohnstandorte der Studenten/innen muss differenziert werden. So bestehen zum Teil deutliche Unterschiede zwischen dem Wohnstandort unter der Woche und dem am Wochenende.

Zwischen Montag und Freitag wohnt die allergrößte Mehrheit der Studenten (84%) in Würzburg. Weitere 4% wohnen in Gerbrunn. Die anderen Studenten/innen wohnen außerhalb und pendeln zum täglichen Studieren in die Universitätsstadt. Verhältnismäßig viele Lehramtsstudenten wohnen montags bis freitags außerhalb Würzburgs (z.B. LA Realschule 24%, LA Hauptschule 28%). Als Wohnstandorte (montags-freitags) sind besonders die Stadtteile Frauenland-Gartenstadt-Keesburg (knapp 30%), Innenstadt-Mainviertel-Pleich (18%), Sanderau (17%),

Grombühl (9%) und Zellerau (7%) beliebt, während andere Stadtteile weitaus seltener bevorzugt werden.

Am Wochenende verändert sich das Bild:

Lediglich knapp 59% der Studierenden wohnen auch am Wochenende in Würzburg. Ein hoher Anteil der Studenten/innen (ca. 25%) kann demnach als Wochenpendler bezeichnet werden, der die Wochenenden größtenteils bei der Familie im Heimatort oder bei der Partner/in außerhalb der Universitätsstadt verbringt. Besonders jüngere Studierende und Lehramtsstudenten/innen zeichnen sich durch eine größere „Heimatverbundenheit“ aus und pendeln relativ häufig nach Hause: Während bei den Unter-22-Jährigen lediglich 47% am Wochenende in Würzburg verbleiben, sind es bei den Über-24-Jährigen bereits 70%. Nur 43% der LA-Realschule-Studenten/innen und 41% der LA-Hauptschule-Studenten/innen verbleiben samstags und sonntags in Würzburg, während dieser Anteil bei Staatsexamen- und Diplomstudenten (70 bzw. 65%) deutlich höher liegt.

Ob die unterschiedlich stark ausgeprägte Bindung an den Heimatort z.B. den heimatlichen Sportverein Auswirkungen auf das Sportverhalten hat, ist sicherlich eine wichtige Frage, die im weiteren Verlauf der Arbeit noch zu diskutieren sein wird.

Abb. 9: Wohnform der Studierenden

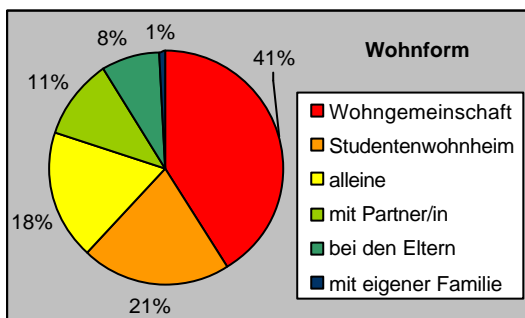


Abb. 10: Pendelverhalten der befragten Studierenden

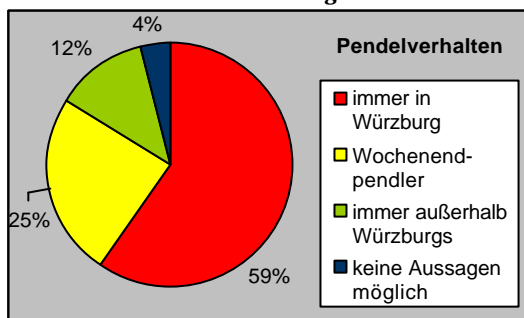
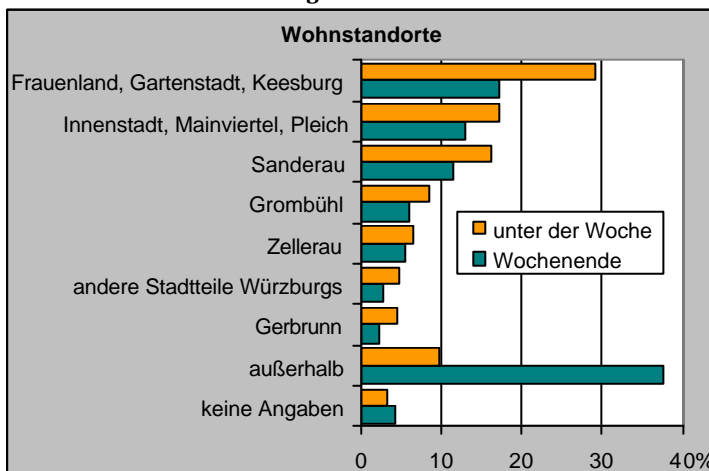


Abb. 11: Wohnstandorte der befragten Studierenden



In den Abbildungen 12 und 13 werden der Motorisierungsgrad und das bevorzugte Verkehrsmittel für die Strecke zur Universität dargestellt.

Die Mehrheit der Studierenden besitzt selbst kein Auto. Immerhin 35% der Studierenden können aber jederzeit auf ein Auto zurückgreifen, 12% verfügen zumindest manchmal und weitere 11% selten über einen PKW. Besonders ältere Studenten/innen (<25 Jahre: 43%), Studierende mit höherem verfügbarem Einkommen (>600 €/Monat: 49%), Studierende der Fächer Geschichte

(42%), Jura (44%) und Wirtschaftswissenschaften (50%) sowie Studierende, die permanent außerhalb Würzburgs wohnen und täglich zu den Hochschulen pendeln (53%) weisen eine überdurchschnittlich hohe permanente Auto-Verfügbarkeit auf.

Generell erweitert der Besitz eines PKWs den individuellen Aktionsraum und ermöglicht dadurch, Freizeitstandorte und Sportmöglichkeiten auch im weiteren Umfeld aufzusuchen.

Die Verfügbarkeit eines PKWs bedeutet noch lange nicht, dass damit zugleich alle Fahrten durchgeführt werden. Obwohl 35% permanent auf ein Auto zurückgreifen können, nutzen es gewöhnlich nur 15%, um damit zu den Hochschulen zu gelangen. Hauptverkehrsmittel unter den Studierenden für den Weg zu den Hochschulen sind eindeutig Bus und Straßenbahn (57%). Während der Anteil der Fußgänger mit 15% mit dem der Autofahrer vergleichbar ist, zeichnet sich die Würzburger Studentenschaft durch eine – im Vergleich zu anderen Universitätsstädten – relativ schwach ausgeprägte Fahrradnutzung aus. Diese erklärt sich erstens durch die „Berglage“ der Universität am Hubland, zweitens durch den Befragungszeitraum Winter (niedrige Temperaturen, Regen, Schnee usw.) und drittens weiter bestehende Defizite im Fahrradwegenetz.

Abb. 12: PKW -Verfügbarkeit der Studierenden

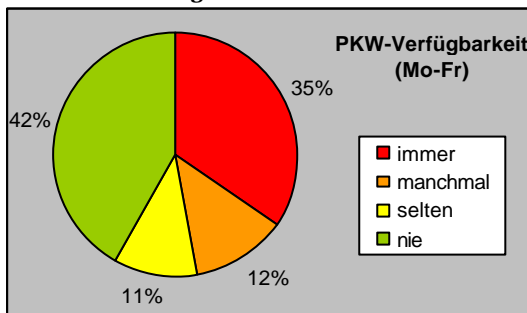
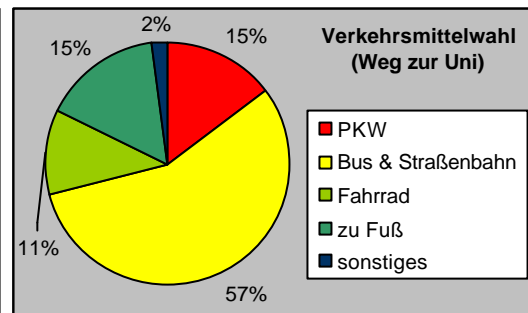


Abb. 13: Verkehrsmittelwahl der Studierenden



Sowohl zwischen den Studienfächern, als auch zwischen den Stadtteilen gibt es deutliche Unterschiede. Die Nähe des Wohnstandorts zu den Hochschulstandorten ist von zentraler Bedeutung:

Mehr als ein Drittel der Studierenden mit Wohnsitz in südlichen (z.B. Heidingsfeld, Heuchelhof) und nordöstlichen (z.B. Lengfeld, Versbach) Stadtteilen sowie außerhalb Würzburgs fahren täglich mit dem Auto zur Uni. Fuß und Fahrrad spielen eine geringe Rolle. Deutlich mehr als zwei Drittel der in der Innenstadt, in der Zellerau und in Grombühl wohnenden Studenten/innen benutzen primär Bus & Straßenbahn auf dem Weg von zu Hause zu den Hochschulen. Aufgrund der guten Fußerreichbarkeit vieler Hochschuleinrichtungen spielen in Stadtteil Frauenland Fußgänger eine wichtige Rolle. Bei den Zellerauern, Grombühlern und Sanderauern ist das Fahrradfahren von überdurchschnittlicher Bedeutung.

Anglistik-, Germanistik- und Romanistikstudenten/-innen bevorzugen relativ häufig den PKW, Studierende der Bio- und Geowissenschaften, Pädagogik & Soziale Arbeit, Politik & Soziologie Bus und Straßenbahn sowie Jura- und Medizinstudenten/innen das Radfahren. Studierende der Wirtschaftswissenschaften sowie der Naturwissenschaften kommen überdurchschnittlich oft zu Fuß in die Hochschulen.

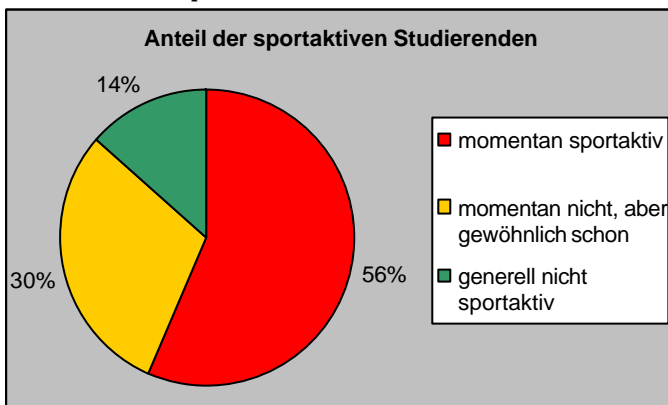
### 3. Die Sportgewohnheiten der Studierenden in Würzburg

#### 3.1 Häufigkeiten, Dauer und Zeiten der Sportaktivität

##### Generelle Sportaktivität

Der Anteil der Studierenden, die momentan regelmäßig sportaktiv sind, liegt mit 56% im Rahmen vieler anderer Untersuchungen zur Sportaktivität der Bevölkerung vieler Städte. Ein sehr hoher Anteil der Befragten (30%) gab an, generell sportaktiv zu sein, momentan allerdings nicht wie gewöhnlich Sport zu treiben. Gründe hierfür sind in den meisten Fällen momentane gesundheitliche Probleme, schlechte Witterungsverhältnisse im Winter (Dunkelheit, Kälte) und Zeitmangel aufgrund von Prüfungen. 14% aller Studierenden in Würzburg treiben generell keinen Sport (vgl. Abbildung 14).

Abb. 14: Anteil der sportaktiven Studierenden



Innerhalb der Studentenschaft bestehen zum Teil deutliche Unterschiede bezüglich der Sportaktivenquote:

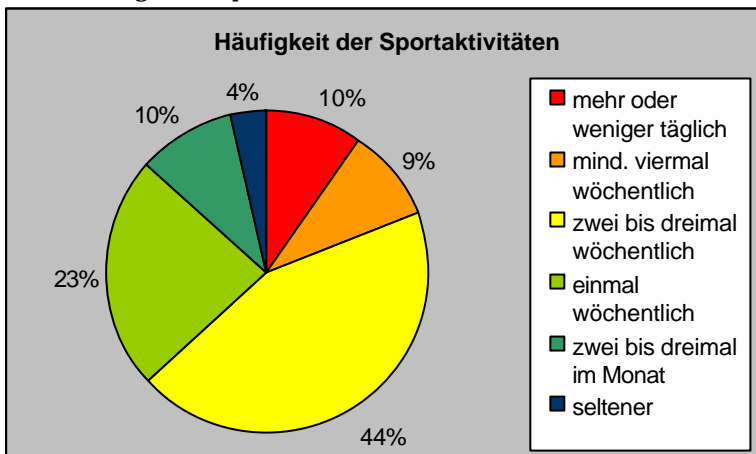
- Männer (momentan sportaktiv: 64%) sind im Durchschnitt sportaktiver als Frauen (51%).
- Jüngere Studenten (<22 Jahre: 50%) treiben weniger Sport als ältere Studenten (>24 Jahre: 62%).
- Der Anteil der momentan Sportaktiven ist unter den Studierenden der Fächer Sport (92%), Geowissenschaften (63%), Physik (63%) und Biowissenschaften (60%) relativ hoch, unter den Studierenden der Fächer Medizin (44%), Pädagogik & Soziale Arbeit (48%), Jura (52%) und Wirtschaftswissenschaften (53%) relativ niedrig.
- Vor allem unter den Medizin-, Jura- und Wirtschaftswissenschaftsstudenten/-innen ist der Anteil derjenigen, die lediglich momentan keinen Sport treiben, außerordentlich hoch (zwischen 35 und 48%).
- Besonders viele Nicht-Sportaktive sind in den Fächern Geschichte (20%), Pädagogik & Soziale Arbeit (18%) und Chemie & Pharmazie (18%) zu finden.
- Ein hoher Studiumsaufwand führt nicht automatisch zu geringerer Sportaktivität. Im Gegenteil: Unter den Studierenden, die pro Woche 30-40h bzw. >40h Zeit für ihr Studium investieren, ist der Anteil der momentan Sportaktiven am höchsten (57-58%). Der Anteil der Nicht-Sportaktiven ist unter den Studierenden, die 20-30h oder weniger für ihr Studium investieren, am höchsten (17-18%).
- Ein regelmäßiger Nebenjob führt nicht automatisch zu weniger Zeit für den Sport. Zwar ist der Anteil der momentan Sportaktiven unter den Studierenden ohne Nebenjob höher (60%) als der Anteil der Studierenden mit Nebenjob (54%). Zugleich sind jedoch

diejenigen Studierenden, die zwischen fünf und zehn Stunden pro Woche einem Nebenjob nachgehen, die sportaktivsten (62%).

*Sporthäufigkeit*

Wie in Abbildung 15 zu erkennen ist, treiben 2/3 aller sportaktiven Studierenden ein- bis dreimal pro Woche Sport. Lediglich 19% sind öfter und 14% seltener sportaktiv.

**Abb. 15: Häufigkeit der Sportaktivitäten**



Zwischen denjenigen, die momentan sportaktiv sind, und solchen, die zwar generell schon, aber momentan eben nicht Sport treiben, gibt es deutliche Unterschiede: Ein wesentlich höherer Anteil der momentan Sportaktiven treibt in der Regel mindestens viermal wöchentlich (26%) bzw. zwei bis dreimal pro Woche (51%) Sport. Viele der momentan Nicht-Sportaktiven können eher als „Gelegenheitssportler“ bezeichnet werden, die in der Regel einmal wöchentlich (32%) oder seltener (31%) Sport treiben.

Bezüglich der Sporthäufigkeiten sind noch weitere Muster zu erkennen:

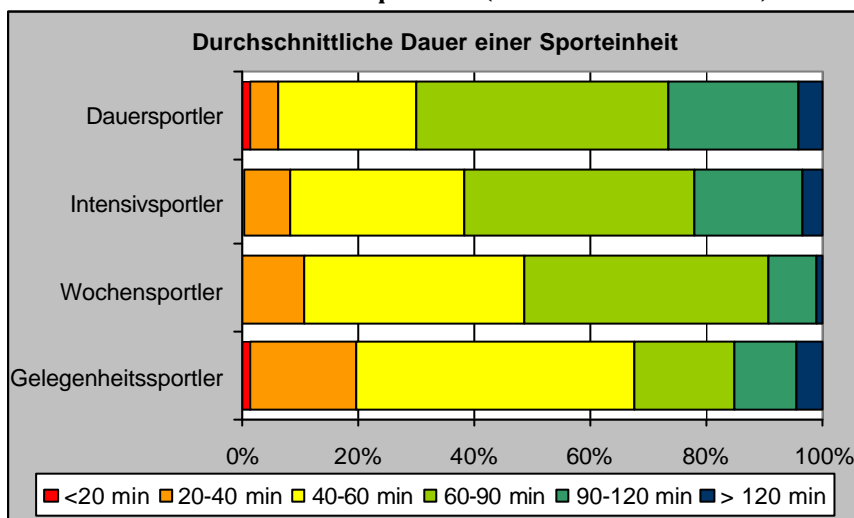
- Der Anteil der „**Dauersportler**“ (mind. viermal wöchentlich bzw. täglich Sport) ist unter den 22-24-Jährigen (24%), unter Männern (31%), unter Studierenden, die monatlich mehr als 500 € pro Monat zu Verfügung haben (24%), unter den Studierenden der Fächer Sport (78%), Mathematik & Informatik (28%), Chemie & Pharmazie (26%) sowie Biowissenschaften (26%) am höchsten. Besonders bei Frauen (12%), Untergewichtigen (14%), Stark-Übergewichtigen (12%) sowie Studierende der Fächer Theologie (8%), Pädagogik & Soziale Arbeit (10%) und Geschichte (12%) ist der Anteil sehr gering.
- Relativ viele „**Intensivsportler**“ (Sportaktivitäten zwei bis dreimal wöchentlich) sind unter den Über-24-Jährigen (46%), den Stark-Übergewichtigen (53%) sowie unter den Theologie (54%), Geowissenschaften (50%), Wirtschaftswissenschaften (47%), Jura (46%) und Germanistik (46%) zu finden.
- Der Anteil der „**Wochensportler**“ (einmal wöchentlich Sport) ist bei Frauen (29%), bei den Unter-22-Jährigen (26%), bei Studenten/innen, die monatlich weniger als 500 € zur Verfügung haben (24%) und bei Studierenden der Fächer Politik & Soziologie (35%), Romanistik (35%), Geschichte (31%) und Pädagogik & Soziale Arbeit (30%) am höchsten.
- Verhältnismäßig viele „**Gelegenheitssportler**“ (zweimal pro Monat oder seltener sportaktiv) findet man unter den Frauen (16%), bei den Unter-22-Jährigen (16%), den Übergewichtigen (16%) und Stark-Übergewichtigen (24%), unter Medizin-, Geschichts-, Pädagogik & Soziale Arbeit- Studenten/innen (25%, 17%, 17%).

Zwischen der Sporthäufigkeit, dem durchschnittlichen Studienaufwand und dem Nachgehen eines Nebenjobs bestehen keine signifikanten Zusammenhänge.

### *Sportdauer*

Zwischen der Häufigkeit der Sportaktivitäten und der durchschnittlichen Dauer einer Sporteinheit (Zeit für An- und Abfahrt wird nicht mit einbezogen) besteht ein deutlich erkennbarer Zusammenhang (vgl. Abbildung 16). Je häufiger Sport betrieben wird, desto länger dauert zugleich die Sporteinheit. Dauersportler beispielsweise machen also nicht nur häufiger (meistens täglich), sondern auch länger und intensiver Sport. Vor allem für Dauer- und Intensivsportler wird somit der (fast) tägliche Sport zu einem wesentlichen Bestandteil der Tagesgestaltung und zur zentralen Säule der alltäglichen Zeiteinteilung. Damit unterscheiden sie sich deutlich von Wochen- und Gelegenheitsportlern.

**Abb. 16: Durchschnittliche Dauer einer Sporteinheit (ohne Zeit für An- und Abfahrt)**



Auch zwischen Männern und Frauen bestehen signifikante Unterschiede. Während bei Studentinnen eine Sporteinheit in 53% der Fälle unter 60 Minuten und nur in 10% der Fälle über 90 Minuten dauert, dauern Sporteinheiten der Studenten selten unter 60 Minuten (28%), aber relativ häufig über 90 Minuten (32%).

### *Sportzeiten*

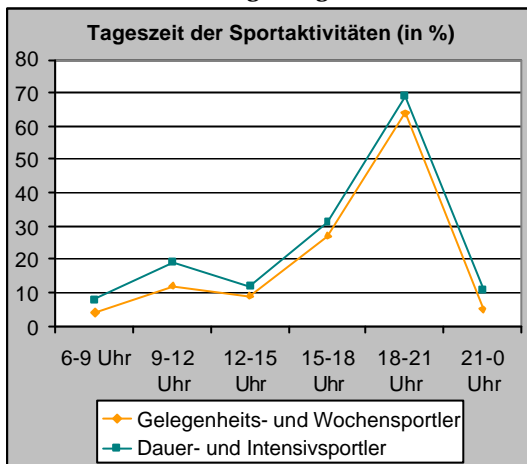
Die meisten Studierenden in Würzburg treiben zwischen 18 und 21 Uhr Sport (67%). Der späte Nachmittag zwischen 15 und 18 Uhr (30%) sowie der Vormittag zwischen 9 und 12 Uhr (17%) spielen ebenfalls eine Rolle, insbesondere für Sportaktivitäten am Wochenende. 15% aller Befragten gaben an, keine zeitliche Präferenz zu haben. Zwischen den Gelegenheits- und Wochensportlern sowie den Dauer- und Intensivsportlern gibt es keine auffälligen Unterschiede bezüglich der Tageszeitpräferenzen (vgl. Abbildung 17).

Bezüglich der bevorzugten Wochentage sind bei der Gesamtheit aller Studierenden keine klaren Muster zu erkennen: 49% aller Studierenden gaben an, dass ihr Sportverhalten bezüglich der Wochentage keine klaren Regelmäßigkeiten aufweist. Der Dienstag ist derjenige Tag, an dem die allerwenigsten regelmäßig Sport treiben (21%), während Montag und Freitag (25%) schon eher

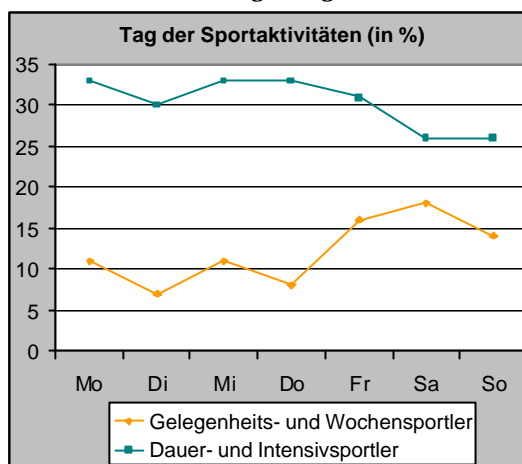
als „klassische Sporttage“ zu bezeichnen wären. Insgesamt sind jedoch die Unterschiede zwischen den Tagen gering.

Zwischen den Gelegenheits- und Wochensportlern einerseits und den Dauer- und Intensivsportlern andererseits bestehen allerdings deutliche Unterschiede. Während Dauer- und Intensivsportler vor allem unter der Woche und eher weniger am Wochenende Sport treiben, ist es bei den Gelegenheits- und Wochensportlern genau umgekehrt (vgl. Abbildung 18). Wenn sie schon Sport treiben, dann tendenziell rund um das Wochenende (Freitag bis Sonntag).

**Abb. 17: Bevorzugte Tageszeit zum Sport (Mehrfachnennungen möglich)**



**Abb. 18: Bevorzugter Wochentag zum Sport (Mehrfachnennungen möglich)**



### 3.2 Bevorzugte Sportarten

Ein Teil der Befragung widmete sich den bevorzugten Sportarten unter den Studierenden in Würzburg. Dabei wurde erstens nach den Sportarten gefragt, die im letzten Jahr generell ausgeübt wurden, und zweitens nach den Sportarten, die momentan ausgeübt werden.

#### *Im letzten Jahr ausgeübte Sportarten*

Zu den im letzten Jahr ausgeübten Sportarten gehören sowohl solche, die regelmäßig und intensiv betrieben, aber auch solche, die sehr selten, nur zu bestimmten Anlässen praktiziert oder einfach nur einmal ausprobiert wurden.

In Tabelle 1 werden die 50 beliebtesten Sportarten der Würzburger Studenten/innen dargestellt. Zugleich wird erkennbar, welche Sportarten von welchen Studentengruppen, soweit signifikante Zusammenhänge bestehen, bevorzugt ausgeübt werden.

Im Durchschnitt übt jeder Studierende 5,6 verschiedene Sportarten pro Jahr aus; Studenten (5,9) etwas mehr als Studentinnen (5,3). Zwischen den einzelnen Studienfächern (Ausnahme Sport), den Alters- und Einkommensklassen bestehen dabei nur sehr geringe Unterschiede. Größere Unterschiede bestehen zwischen Untergewichtigen (4,9), Normalgewichtigen (5,9), Übergewichtigen (5,4) und Stark-Übergewichtigen (4,5) sowie zwischen Dauersportlern (7,8), Intensivsportlern (5,9), Wochensportlern (5,4) und Gelegenheitsportlern (4,5).

Die fünf beliebtesten Sportarten im Jahr 2007 unter den Würzburger Studenten/innen waren Joggen (von 52% zumindest einmal im Jahr ausgeübt), Schwimmen (48%), Radfahren (46%), Spazierengehen (36%) und Krafttraining (28%). Diese Werte stimmen relativ gut mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen zum Sportverhalten der Bevölkerung in unterschiedlichen deutschen Städten überein. Lediglich der hohe Wert für Joggen fällt aus dem Rahmen und ist vergleichsweise hoch.



Tab. 1: Im Jahr 2007 von den Würzburger Studierenden ausgeübte Sportarten

	n	2007 ausgeübt (in %)	Positive Korrelationen
<b>Joggen</b>	519	<b>52</b>	>24 Jahre (55%); Normalgewicht (57%); Pädagogik & Soziale Arbeit (70%), Politik (61%), Medizin (61%)
<b>Schwimmen</b>	479	<b>48</b>	weiblich (53%); <24 Jahre (50%); Normalgewicht (51%); <300 € (54%); Pädagogik (58%), Theologie (57%), Biowissenschaften (56%)
<b>Radfahren</b>	451	<b>46</b>	weiblich (48%); >24 Jahre (49%); Pädagogik (62%), Biowissenschaften (53%)
<b>Spaziergehen</b>	361	<b>36</b>	weiblich (45%); Untergewicht (44%); Pädagogik (61%), Romanistik (53%)
<b>Krafttraining</b>	276	<b>28</b>	männlich (38%); >24 Jahre (32%); Übergewicht (33%); >500 € (32%); Wirtschaftswissenschaften (38%), Jura (36%), Mathematik (31%)
<b>Fußball</b>	247	<b>25</b>	männlich (51%); >24 Jahre (29%); Übergewicht (37%); Mathematik (41%), Politik & Soziologie (40%), Wirtschaftswissenschaften (33%), Geschichte (32%)
<b>Skialpin</b>	228	<b>23</b>	Physik (30%), Pädagogik (29%), Mathematik (29%), Theologie (27%)
<b>Volleyball</b>	188	<b>19</b>	männlich (23%), <22 Jahre (23%); Starkes Übergewicht (24%); Mathematik (35%); Theologie (24%)
<b>Beach-Volleyball</b>	186	<b>19</b>	männlich (25%); <22 Jahre (22%); Mathematik (33%), Wirtschaftswiss.(26%)
<b>Tanzen</b>	177	<b>18</b>	weiblich (24%); <22 Jahre (24%); Untergewicht (20%); <500 € (19%); Romanistik (33%), Medizin (27%), Mathematik (27%)
<b>Inlineskating</b>	171	<b>17</b>	weiblich (23%); <22 Jahre (22%); Normalgewicht (19%); Romanistik (30%)
<b>Snowboard</b>	150	<b>15</b>	männlich (18%); <22 Jahre (18%); Mathematik (29%), Wirtschaftswiss.(27%)
<b>Wandern</b>	149	<b>15</b>	>24 Jahre 820%); >500 € (20%); Pädagogik (24%), Geowissenschaften (20%)
<b>Basketball</b>	147	<b>15</b>	männlich (27%); >24 Jahre (18%); Übergewicht (27%); < 300 € (18%); Mathematik (31%); Physik (23%), Wirtschaftswissenschaften (23%)
<b>Badminton</b>	144	<b>15</b>	männlich (18%); >500 € (17%); Biowissenschaften (21%), Theologie (19%)
<b>Tennis</b>	133	<b>13</b>	männlich (18%); Übergewicht (18%); >500 € (17%); Medizin (23%), Jura (20%)
<b>Aerobic</b>	131	<b>13</b>	weiblich (21%); Starkes Übergewicht (18%); Romanistik (22%), Jura (21%)
<b>Gesundheitssport</b>	129	<b>13</b>	weiblich (16%); Untergew. (19%); <300 € (16%); Medizin (23%), Theol. (22%)
<b>Tischtennis</b>	111	<b>11</b>	männlich (18%); Mathematik (33%), Wirtschaftswissenschaften (16%)
<b>Schlittschuhlaufen</b>	108	<b>11</b>	weiblich (13%); Pädagogik (18%), Medizin (14%), Physik (14%)
<b>Fatburner</b>	83	<b>8</b>	weiblich (14%); Starkes Übergewicht (12%); Jura (18%), Pädagogik, Chemie (je 11%)
<b>Pilates</b>	72	<b>7</b>	weiblich (12%); Starkes Übergewicht (12%); Medizin (11%), Jura (11%)
<b>Klettern</b>	70	<b>7</b>	männlich (10%); >500 € (12%); Geowissensch. (13%), Wirtschaftswissen. (12%)
<b>Mountainbiking</b>	69	<b>7</b>	männlich (12%); >24 Jahre (9%); >500 € (10%); Mathematik (16%)
<b>Leichtathletik</b>	67	<b>7</b>	männlich (10%); Pädagogik (14%)
<b>andere Kampfsportarten</b>	59	<b>6</b>	männlich (9%); >500 € (9%)
<b>Handball</b>	58	<b>6</b>	männlich (9%); 22-24 Jahre (9%); Mathematik (20%)
<b>Kanusport</b>	46	<b>5</b>	Starkes Übergewicht (12%); Pädagogik (15%), Jura (11%), Biowissenschaft. (9%)
<b>Turnen</b>	46	<b>5</b>	Mathematik (14%); Anglistik (8%)
<b>andere Fitnesssportarten</b>	45	<b>5</b>	weiblich (6%); Starkes Übergewicht (12%)
<b>Skilanglauf</b>	43	<b>4</b>	Wirtschaftswissenschaften (8%)
<b>Squash</b>	42	<b>4</b>	männlich (6%); >24 Jahre (5%); Übergewicht (6%); > 500 € (6%); Mathe. (10%)
<b>Nordic Walking</b>	35	<b>4</b>	Weiblich (5%); Übergewicht (6%); Starkes Übergewicht (12%); Theologie (11%)
<b>Wind- oder Kitesurfen</b>	34	<b>4</b>	männlich (6%); >500 € (7%); Wirtschaftswissenschaften (8%); Mathematik (8%)
<b>Golf</b>	33	<b>4</b>	>500 € (7%); Jura (11%), Wirtschaftswissenschaften (7%), Medizin (7%)
<b>Jonglieren</b>	31	<b>3</b>	Mathematik (6%); Geowissenschaften (5%)
<b>Aqua jogging</b>	27	<b>3</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Skateboarden</b>	26	<b>3</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Ultimate Frisbee</b>	21	<b>3</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Teakwondo</b>	19	<b>2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Karate</b>	17	<b>2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Judo</b>	17	<b>2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Baseball</b>	13	<b>1</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Fechten</b>	11	<b>1</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Rafting</b>	8	<b>1</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>American Football</b>	6	<b>1</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Reiten</b>	5	<b>1</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Ballett</b>	2	<b>0,2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Hockey</b>	2	<b>0,2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich
<b>Voltigieren</b>	2	<b>0,2</b>	Zu geringe Fallzahl; keine Aussagen möglich

Bezüglich der Bevorzugung bestimmter Sportarten bestehen kaum bzw. nur geringe Korrelationen zu sozioökonomischen Eigenschaften bzw. den Studienfächern der Studierenden. Beispielsweise joggen Studierende, die älter als 24 Jahre und normalgewichtig sind, häufiger als andere (55 bzw. 57%). Auch joggen 70% der Pädagogik- und Soziale Arbeit-Studenten/innen sowie 61% der Politik-, Soziologie und Medizin -Studenten/innen und damit deutlich mehr als der Durchschnitt (52%) (vgl. Tabelle 1).

Es gibt also nicht „die“ eine Sportart, die alle Juristen, Geographen oder Physiker, alle ärmeren oder reicheren Studierenden, alle Über- und Untergewichtige bzw. alle Jüngeren oder Älteren treiben. Wohlaber gibt es gewisse Tendenzen der Bevorzugung:

- Spaziergehen, Tanzen, Inlineskating, Aerobic, Fatburner, Pilates und Nordic Waking können eindeutig als „typische weibliche“ Sport- und Bewegungsarten bezeichnet werden, während Krafttraining, Fußball, (Beach-) Volleyball, Snowboard, Basketball, (Tisch-) Tennis, Klettern offensichtlich „typisch männliche“ Sportarten sind
- Volleyball, Beach-Volleyball, Tanzen, Inlineskating und Snowboarding werden weitaus häufiger von jüngeren Studierenden (< 22 Jahre) ausgeübt, während ältere Studierende (> 24 Jahre) überdurchschnittlich häufig joggen, Rad fahren, Krafttraining betreiben oder Basketball spielen.
- Schwimmen, Tanzen, Basketball und Gesundheitssport sind überdurchschnittlich beliebt bei Studierenden mit niedrigerem Einkommen, während Studierende mit hohem Einkommen relativ häufig Krafttraining, Wandern, Badminton, Klettern, Kampfsport, Surfen, Squash oder Golf bevorzugen.

#### *Momentan betriebene Sportarten*

Sportarten werden unterschiedlich häufig und intensiv ausgeübt. Daher genügt es nicht, ausschließlich nach den im letzten Jahr ausgeübten Sportarten zu fragen. Vielmehr interessieren die Sportarten, die momentan und regelmäßig getrieben werden. Ein Frageblock der Erhebung widmete sich deswegen den momentan am häufigsten, zweit- und dritthäufigsten ausgeübten Sportarten. Dabei wurden einige Sportarten (z.B. unterschiedliche Kampfsportarten zu „Kampfsport“; Ski alpin, Skilanglauf und Snowboard zu „Ski & Snowboard“) zusammengefasst, um eine spätere Analyse des Sportverhaltens zu erleichtern.

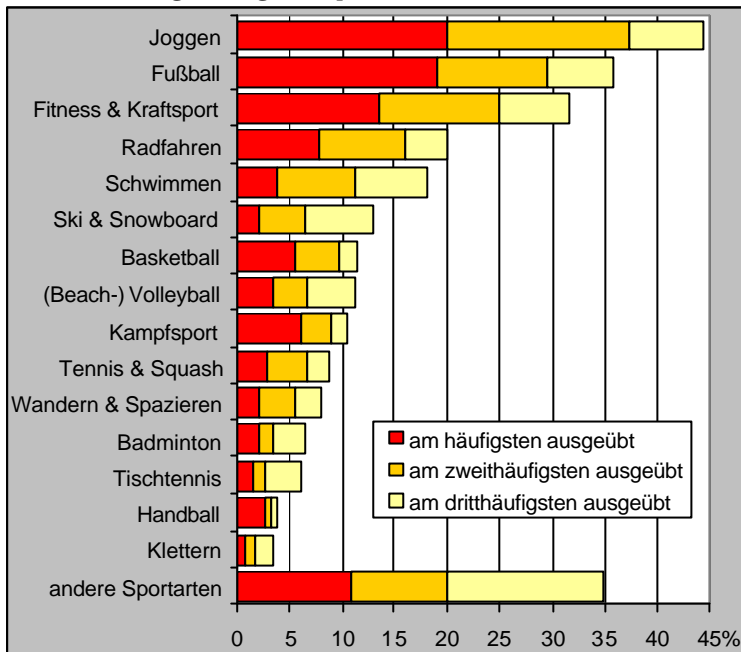
Zwischen den im letzten Jahr ausgeübten und den momentan ausgeübten Sportarten bestehen Parallelen. Die fünf momentan am häufigsten ausgeübten Sportarten unter den Studenten/innen in Würzburg Joggen (42%), Schwimmen (29%), Fitness & Kraftsport (28%), Radfahren (22%) und Fußball (17%) ähneln in der Reihenfolge sehr stark den während der letzten 12 Monaten ausgeübten Sportarten. Danach folgen Ski & Snowboard (13%), Wandern & Spaziergehen (12%), Aerobic (11%), Tanzen (10%) und (Beach-) Volleyball (10%). Von Bedeutung sind zudem Tennis & Squash (8%), Kampfsport (7%), Basketball (6%), Badminton (6%) sowie Inlineskating (5%). Des Weiteren werden momentan mehr als 65 weitere Sportarten ausgeübt, die als „andere Sportarten“ 35% der momentanen Sportaktivitäten umfassen.

In den Abbildungen 19 und 20 werden die am häufigsten ausgeübten Sportarten der Würzburger Studenten mit denen der Würzburger Studentinnen gegenübergestellt:

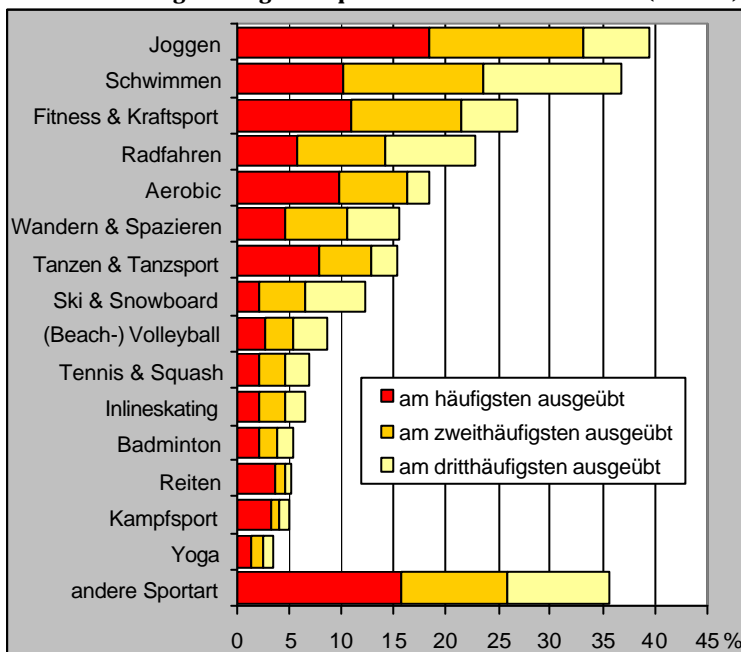
Sowohl bei den Männern, als auch bei den Frauen ist Joggen mit Abstand die am häufigsten getriebene Sportart. Geringe Geschlechterunterschiede bestehen ebenso bei der Ausübung von Ski & Snowboard, Tennis & Squash und Badminton. Männliche Studierende bevorzugen eindeutig stärker Mannschafts- und Ballsportarten wie Fuß-, Basket- und Handball sowie Tischtennis, treiben deutlich mehr Kraft- und Kampfsport sowie klettern relativ häufig. Weibliche Studierende hingegen schwimmen häufiger, fahren öfter Fahrrad und Inliner, tanzen regelmäßiger, wandern häufiger bzw. gehen öfter spazieren, treiben häufiger Aerobic und Yoga.

Es gibt also eine Reihe von Sportarten, die „typisch männlich“ und „typisch weiblich“ sind und bei der Konstitution und Performance zeitgenössischer Identitäten eine zentrale Rolle spielen.

**Abb. 19: Am häufigsten ausgeübte Sportarten unter den Studenten (männlich)**



**Abb. 20: Am häufigsten ausgeübte Sportarten unter den Studentinnen (weiblich)**



*Hauptgründe für die gewählten Sportaktivitäten*

*Entspannung, Ablenkung und körperlicher Ausgleich* zum „körperlosen“ Arbeiten, Lernen und Studieren sind für die meisten Studierenden der wichtigste Grund (62%) für die Ausübung der

bevorzugten Sportarten. Damit übernimmt Sport häufig die Funktion des „physischen“ Ausgleichs zur „mental“ Belastung des Alltags. Besonders die Sport- und Bewegungsarten Wandern & Spaziergehen (83%), Joggen (69%) sowie Basketball, Inlineskating und Kampfsport (je 67%) werden hierfür bevorzugt.

*Fitness und Konditionsaufbau* sind für 57% der Studierende Hauptmotive für die ausgeübten Sportarten. Vor allem für die Anhänger der Sportarten Joggen (86%), Aerobic (78%), Fitness & Krafttraining (76%) sowie Schwimmen (66%) sind diese beiden Aspekte ausschlaggebend.

Mit 41% sind ein *positives Körpererlebnis* sowie *Gesundheit und Prävention* für viele Studenten/innen ausschlaggebend. Ein positives Körpergefühl spielt v.a. im Kampfsport (64%), beim Tanzen (50%), Joggen (49%) und bei Fitness & Krafttraining (46%), Gesundheit und Prävention insbesondere bei Fitness & Krafttraining (65%), beim Joggen (59%) und Schwimmen (58%) eine wichtige Rolle.

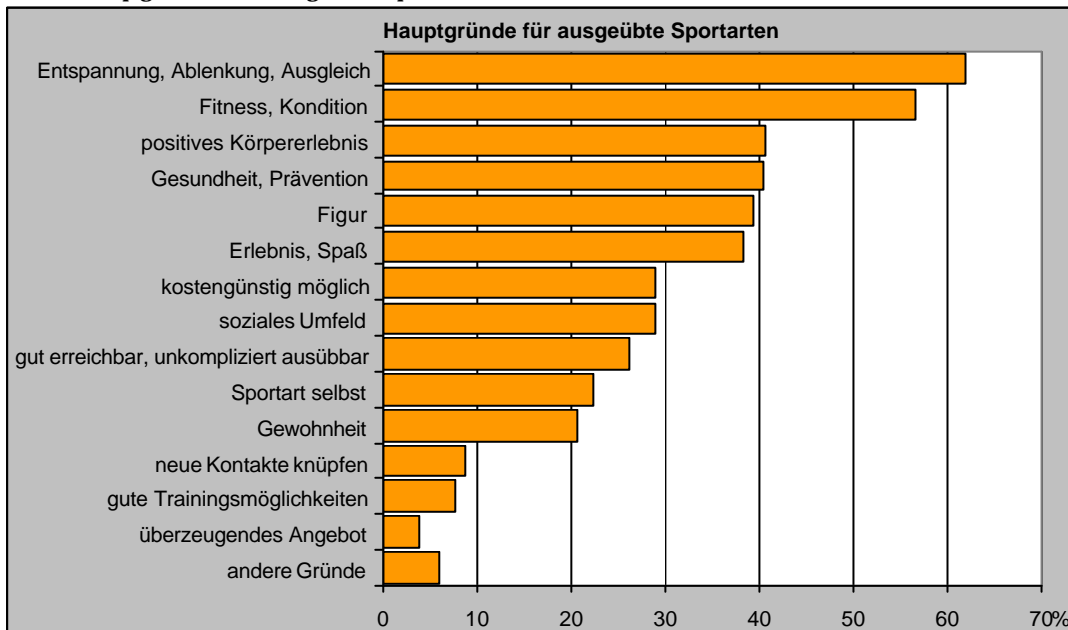
Etwas für die *Figur* tun, das ist für 39% der Studenten/innen Würzburgs ein Hauptmotiv der Ausübung ihrer bevorzugten Sport- und Bewegungsarten. Vor allem unter den Ausübenden der Sportarten Aerobic (83%), Fitness & Krafttraining (72%), Joggen (69%) und Inlineskating (56%), ist dieser Aspekt sehr wichtig.

*Erlebnis und Spaß* ist für 38% ein Hauptgrund, warum sie Sport treiben. Vor allem Ski & Snowboard (79%), Basketball (75%), Fußball (72%) und Tanzen (68%) können als Erlebnis- und Spaßsportarten bezeichnet werden, während beispielsweise bei Fitness & Krafttraining (13%) und beim Joggen (12%) Erlebnis und Spaß relativ unwichtig sind.

29% aller Studierenden gaben als Motiv für die Ausübung ihrer Sportarten die *kostengünstige Möglichkeit* hierfür an (v.a. Inlineskating: 51%, Joggen: 44%, Aerobic: 41%).

Für 28% ist das *soziale Umfeld* ausschlaggebend. Insbesondere die Sportarten Ski & Snowboard (58%), Tennis & Squash (52%), Fußball und Badminton (je 47%) werden ausgeübt, weil sie von Freunde/innen, Bekannten, der Familie und von Verwandten ebenfalls bevorzugt werden.

Abb. 21: Hauptgründe für die ausgeübten Sportarten



Für 26% ist die *Erreichbarkeit der Sportstätte und das unkomplizierte Ausüben* der Sportart ein zentrales Motiv zum Sporttreiben. Vor allem beim Joggen (47%), Inlineskating (42%), Radfahren (38%) sowie Wandern & Spaziergehen (34%) spielen diese beiden Aspekte eine große Rolle.

Sie *Sportart selbst* mit ihren Bewegungen, Regeln und Ansprüchen ist ein wichtiger Grund für diejenigen Studierenden, die Kampfsport (61%) betreiben, Tanzen (58%), (Beach-) Volleyball (46%) und Fußball (43%) spielen. Insgesamt spielt dieses Motiv mit 23% eine eher untergeordnete Rolle.

Die Sportarten Fußball (49%), Tennis & Squash (43%), Basketball (35%) und Ski & Snowboard (34%) werden in vielen Fällen deswegen ausgeübt, weil sie schon immer, also aus *Gewohnheit* heraus getrieben wurden (insgesamt 21% aller Studierenden).

Das Knüpfen neuer *Kontakte* (insgesamt 8%; Basketball: 27%, Tanzen: 21%), *gute Trainingsmöglichkeiten*, *guter Trainer/in*, *guter Service* (insgesamt 7%; Kampfsport: 17%, Aerobic 13%) und ein *überzeugendes Angebot* (insgesamt 4%; Kampfsport: 34%, Tanzen, Tennis & Squash: je 7%) spielen bei der Wahl der Sportart in den meisten Fällen eine untergeordnete Rolle.

Während zwischen den einzelnen Sportarten sehr deutliche Unterschiede bezüglich der Sportmotive und Gründe der Ausübung bestehen, sind diese zwischen den Alters-, Einkommens-, Gewichts-, Sporthäufigkeitsklassen sowie den zwischen den Geschlechtern, dem Studienaufwand und den Studienfächern uneinheitlich ausgeprägt:

- **Geschlechterunterschiede:** Während für *Studentinnen* das „was für die Figur tun“ (46%; bei Studenten: 30%), das kostengünstige Sporttreiben (33% zu 23%), gut erreichbare und unkompliziert ausübbarer Sportaktivitäten (29% zu 23%) sowie Entspannung, Ablenkung, körperlicher Ausgleich (64% zu 59%), Gesundheit und Prävention (42% zu 39%) überdurchschnittlich wichtig sind, stehen bei den *Studenten* relativ häufig die Sportart selbst (30%; bei Studentinnen: 17%), Erlebnis und Spaß (44% zu 34%), Gewohnheit (24% zu 19%) sowie das Knüpfen neuer Kontakte (11% zu 7%) als Motive für das Sporttreiben im Vordergrund.
- **Altersunterschiede:** Zwischen jüngeren und älteren Studierenden gibt es keine signifikanten Unterschiede.
- **Einkommensunterschiede:** Die Einkommensunterschiede fallen sehr gering aus. *Studierende mit geringem Einkommen* (<300 €/Monat) wählen häufiger als andere ihre Sportart deswegen aus, weil erstens die Erreichbarkeit stimmt und die Sportart unkompliziert ausübbar ist (32%; > 500 €: 24%) und zweitens die Sportart kostengünstig möglich ist (33% zu 27%).
- **Unterschiede bezüglich des Studienaufwands:** Studierende, die *mehr als 40h pro Woche für ihr Studium* aufwenden, sind weitaus häufiger sportlich aktiv, um sich zu entspannen, abzulenken und einen körperlichen Ausgleich zu schaffen (65%; < 20h: 55%) bzw. ein positives Körpererlebnis (43% zu 37%) zu erlangen.
- **Gewichtsunterschiede:** Für *Stark-Übergewichtige* stehen häufiger als bei anderen Gesundheit, Prävention (60%; insgesamt: 41%) und das „was für die Figur tun“ (48% zu 38%) beim Sporttreiben im Vordergrund, während Entspannung und Ausgleich (43% zu 62%), Fitness & Kondition (52% zu 57%), ein positives Körpererlebnis (31% zu 41%), die Erreichbarkeit und unkomplizierte Ausübbarkeit (10% zu 26%) sowie die kostengünstige Möglichkeit (7% zu 29%) eine geringere Rolle spielen. Zwischen *Studierenden mit Übergewicht und Normalgewicht* bestehen bezüglich der Sportmotive keine erkennbaren Unterschiede. Für *Untergewichtige* spielen Entspannung und Ausgleich (64% zu 62%), Fitness und Konditionsaufbau (60% zu 57%) eine vergleichsweise große sowie Erlebnis und Spaß (33% zu 38%) und die Sportart selbst (18% zu 23%) eine vergleichsweise geringe Rolle.
- **Sportintensitätsunterschiede:** *Dauersportler* treiben häufiger als andere Sport der Sportart selbst wegen (31% zu 23%), aus Gewohnheit heraus (27% zu 21%), um neue Kontakte zu knüpfen (14% zu 8%) oder um Fitness und Kondition zu verbessern (60% zu 57%). Unter den *Intensivsportlern* sind die Sportmotive positives Körpererlebnis (45% zu 41%) und etwas für die Figur tun (42% zu 38%) überdurchschnittlich ausgeprägt.

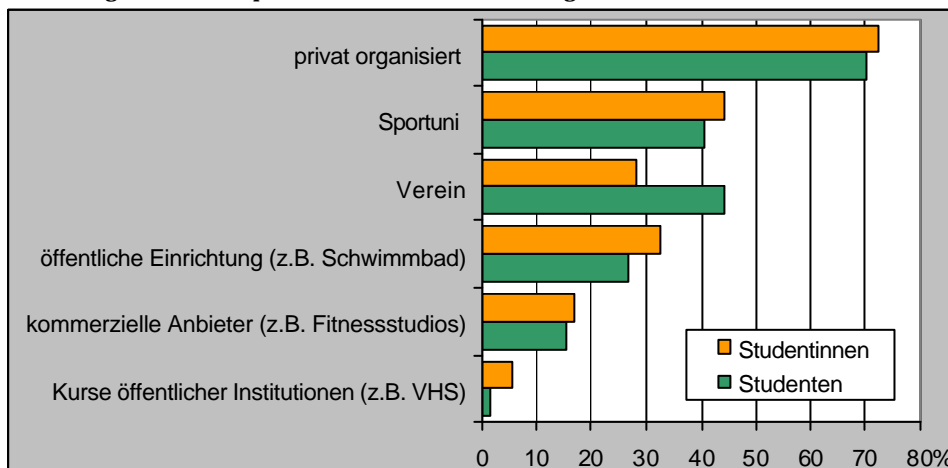
Viele *Wochensportler* wiederum haben sich für Sportarten entschieden, die auch Freunde, Bekannte, Verwandte oder die Familie ausüben (31% zu 28%). *Gelegenheitssportler* zeichnen sich dadurch aus, dass die Motive gute Erreichbarkeit (29% zu 26%) und kostengünstige Möglichkeiten (32% zu 29%) relativ bedeutend sind, während Fitness und Konditionsaufbau (46% zu 57%, ein positives Körpererlebnis (32% zu 41%), die Sportart selbst (10% zu 23%), Erlebnis und Spaß (33% zu 38%) vergleichsweise unbedeutend sind.

- **Unterschiede zwischen den Studienfächern:** Bezüglich der Sportmotivstrukturen sind zwischen den einzelnen Studienfächern teilweise sehr große Unterschiede erkennbar, die sich allerdings sehr schwer erklären lassen. Besonders bei den Motiven Gesundheit und Prävention, Fitness und Konditionsaufbau, Entspannung, Ablenkung und körperlicher Ausgleich, positives Körpererlebnis und was für die Figur tun gibt es starke Abweichungen vom Durchschnittswert:
  - Gesundheit und Prävention: Maximum Jura (55%), Pädagogik & Soziale Arbeit (50%); Minimum Physik (24%), Mathematik & Informatik (31%)
  - Fitness und Konditionsaufbau: Maximum Jura (66%), Medizin (64%); Minimum Theologie (46%), Geschichte (47%)
  - Entspannung, Ablenkung, körperlicher Ausgleich: Jura (78%), Medizin (75%); Minimum Physik (51%), Chemie & Pharmazie (54%)
  - Positives Körpererlebnis: Maximum Theologie, Romanistik (je 48%); Minimum Chemie & Pharmazie (30%), Biowissenschaften (32%)
  - Etwas für die Figur tun: Maximum Romanistik (53%), Jura (52%); Minimum Physik (21%), Biowissenschaften (30%)

### 3.3 Organisation der Sportaktivitäten

Die meisten Sportaktivitäten der Würzburger Studenten/innen werden privat organisiert (71%), d.h. eine Mitgliedschaft, eine institutionelle Organisation und Kosten (Ausnahme Sportzubehör) sind nicht nötig. Immerhin 43% der Befragten nehmen die Angebote des Universitätssports wahr und 35% sind Mitglied in einem Verein. Öffentliche Einrichtungen wie Schwimmbäder oder Kunsteisflächen sind für 30% relevant. 16% der Würzburger Studierenden organisieren ihre Sportaktivitäten über kommerzielle Anbieter wie Fitnessstudios und private Sportcenter. Lediglich 4% nehmen an von öffentlichen Institutionen angebotenen Kursen (z.B. Volkshochschule) teil.

Abb. 22: Organisation der Sportaktivitäten durch die Würzburger Studenten und Studentinnen



Zwischen den beiden Geschlechtern, zwischen den Gelegenheits-, Wochen-, Intensiv- und Dauersportlern, zwischen Alters-, Einkommens- und Gewichtsklassen sowie einzelnen Sportarten bestehen bezüglich der Organisation signifikante Unterschiede (vgl. Abbildung 22):

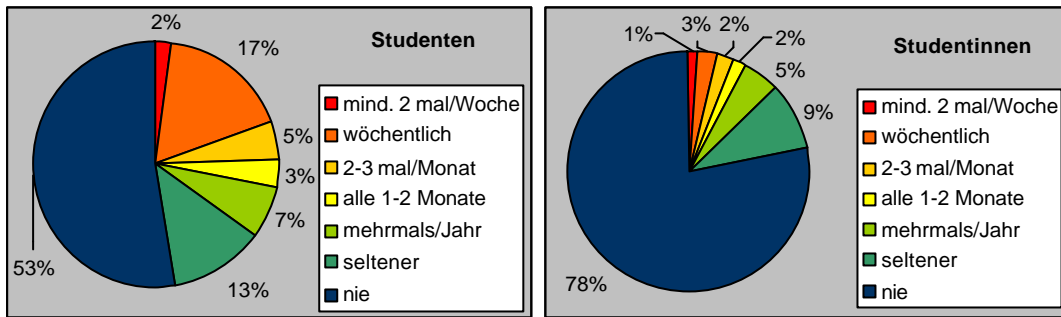
- **Geschlechterunterschiede:** *Studenten* sind wesentlich häufiger als Studentinnen Mitglied in einem Sportverein (vgl. Abbildung 22), während *Studentinnen* stärker auf die Angebote des Uni-Sportzentrums, öffentlicher Einrichtungen, kommerzieller Anbieter und auf Kurse öffentlicher Institutionen zurückgreifen.
- **Altersunterschiede:** *Jüngere Studierende* (<22 Jahre) sind deutlich häufiger in Vereinen organisiert (39%; ältere Studierende: 31%). Häufig handelt es sich um Sportvereine des Heimat-/Herkunfts. *Ältere Studierende* (>24 Jahre) nehmen häufiger kommerzielle Angebote wahr bzw. organisieren ihre Sportaktivitäten privat (74%). Universitätsport ist unter den 22-24-Jährigen am beliebtesten (45%).
- **Einkommensunterschiede:** *Studierende mit höherem Einkommen* (<500 €/Monat) bevorzugen überdurchschnittlich häufig Angebote der Unisports (51%; <300 €: 38%) Studenten/innen, denen monatlich zwischen 300 und 500 € zur Verfügung steht, wählen relativ häufig kommerzielle Anbieter (19%; <300 €: 11%).
- **Gewichtsunterschiede:** *Stark-Übergewichtige* sind überdurchschnittlich häufig in Vereinen organisiert als andere (53%; insgesamt: 35%) und nehmen dafür deutlich seltener das Unisportangebot wahr (17% zu 43%). Hingegen sind 46% der *Normalgewichtigen* an der Sportuni aktiv. *Untergewichtige* sind eher selten im Verein (28%) organisiert, nehmen aber relativ häufig kommerzielle Angebote wahr (19%; insgesamt: 16%).
- **Sportintensitätsunterschiede:** *Dauer- und Intensivsportler* sind deutlich häufiger in Vereinen organisiert (44%; Gelegenheits- und Wochensportler: 19%), sind häufiger Mitglieder am Uni-Sportzentrum (44% zu 40%) und nehmen öfter kommerzielle Sportangebote wahr (20% zu 11%). *Gelegenheits- und Wochensportler* organisieren häufiger ihre Sportaktivitäten privat (75% zu 70%).
- **Unterschiede bezüglich der Sportarten:** Studierende, die im letzten Jahr Hand-, Fuß-, Basketball, Tennis, Leichtathletik, Judo und Golf ausgeübt waren, sind überdurchschnittlich häufig in Vereinen organisiert (55-69%). Als typische „Sportuni-Sportarten“ können Aerobic, Pilates, Ultimate Frisbee, Aquajogging, Turnen, Leichtathletik und Tanzsport bezeichnet werden. Zwischen 55 und 87% der Befragten, die diese Sportarten betrieben, nahmen Angebote in der Sportuni wahr. Bei Fitness- und Krafttraining, Fatburner, Aerobic, Kampfsportarten und Squash spielen kommerzielle Anbieter eine große Rolle. Zwischen 23 und 56% der diese Sportarten ausübenden Personen nahmen im letzten Jahr kommerzielle Angebote wahr. Hauptsächlich privat organisierte Sport- und Bewegungsarten sind Skateboard, Mountainbiking, Wandern, Nordic Walking, Klettern, Spazieren und Joggen (82-89%).

### 3.4 Teilnahme an Wettkämpfen und Wettbewerben

Sportliche Wettkämpfe, wozu beispielsweise Meisterschaften, Turniere oder regelmäßige A-, B-, C-, Kreis- oder Bezirksligaspiele gehören, spielen bei den meisten Studierenden in Würzburg keine Rolle. Vor allem unter den Studentinnen (vgl. Abbildung 23b) ist die Wettkampforientierung besonders schwach ausgeprägt. Die allergrößte Mehrheit (78%) nimmt so gut wie nie an Sportwettkämpfen teil.

Abb. 23a: Teilnahme an Wettkämpfen (Studenten)

Abb. 23b: Teilnahme an Wettkämpfen (Studentinnen)



Knapp die Hälfte der männlichen Studierenden nimmt zumindest hin und wieder an Sportwettkämpfen teil. Immerhin knapp ¼ der Würzburger Studenten können als Wettkampfsportler bezeichnet werden, die mehrmals monatlich in Wettkampfsituationen ihre sportlichen Leistungen unter Beweis stellen (vgl. Abbildung 23a und 23b).

Deutliche Unterschiede sind zwischen den Dauer-/Intensivsportlern und den Gelegenheits-/Wochensportlern zu erkennen: Während 20% der Dauer- und Intensivsportler zwei bis drei Mal im Monat oder öfter und weitere 11% zumindest mehrmals im Jahr an Sportwettkämpfen teilnehmen, liegen diese Werte bei den Gelegenheits- und Wochensportlern mit jeweils 3% deutlich niedriger. Während 85% der Gelegenheits- und Wochensportler so gut wie nie an Wettbewerben teilnehmen, sind es bei den Dauer- und Intensivsportlern nur 57%.

Abb. 24: Wettkampfteilnahme und Sportorganisation

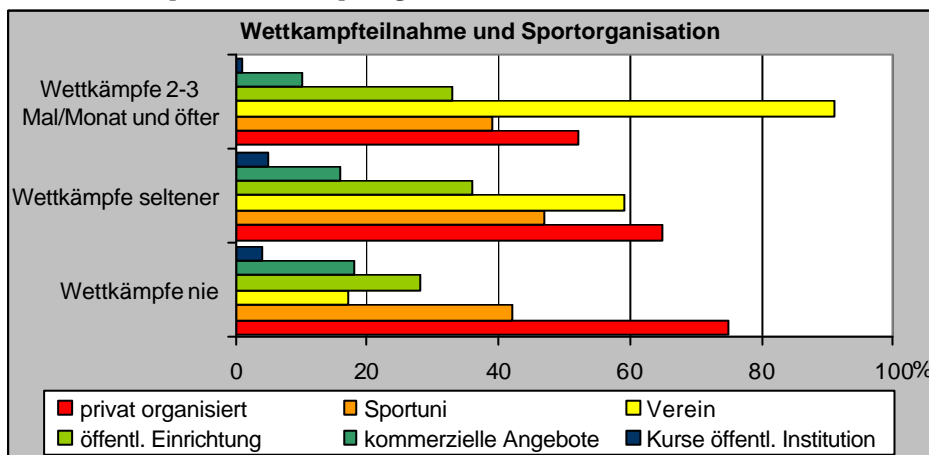


Abbildung 24 zeigt, dass sich Wettkampfsportler überdurchschnittlich häufig in Vereinen organisieren (91%), während die nie an Wettkämpfen teilnehmenden Studierenden relativ selten Mitglied in Sportvereinen sind. Nach wie vor sind also die Vereine der Ort der Sportwettkämpfe. Unter den „wettkampfflosen“ Sportaktiven wiederum spielen der privat organisierte Sport, der Universitätssport sowie kommerziellen Sportanbieter (z.B. Fitnessstudios) eine überdurchschnittlich große Rolle.

### 3.5 Die Nicht-Sportaktiven

14% aller Studierenden bezeichnen sich als generell nicht sportaktiv. Der Anteil der Nicht-Sportaktiven ist unter Frauen (15%), bei den Unter-22-Jährigen (16%), Untergewichtigen (17%), Studierenden mit geringem Einkommen (<300 €: 18%) sowie in Grombühl (17%) und Gerbrunn (19%) wohnenden Studenten/innen leicht überdurchschnittlich und unter den Stark-

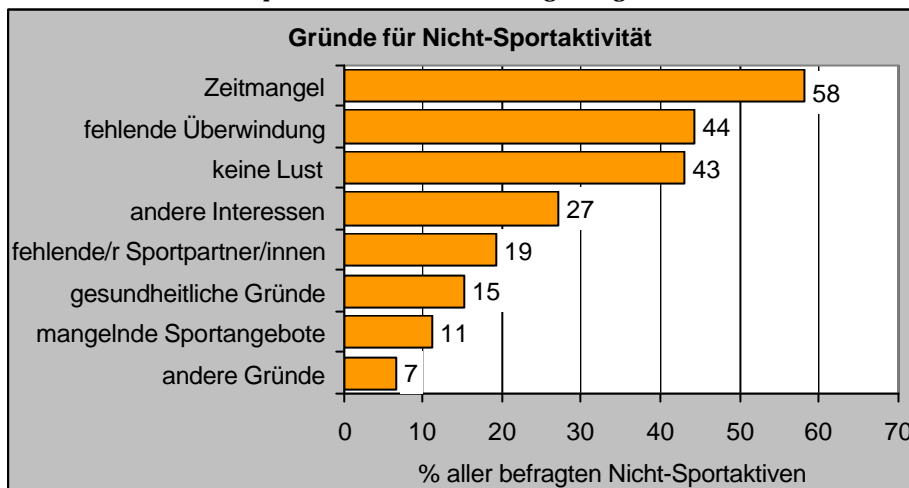


Übergewichtigen (29%), unter Bachelor-Studenten/innen (22%) sowie unter den in anderen Stadtteilen außer Frauenland, Innenstadt, Sanderau, Zellerau, Grombühl wohnenden Studierenden (22%) stark überdurchschnittlich. Ein Zusammenhang zwischen der Intensität von Nebenjobtätigkeiten, dem Studienaufwand und Nicht-Sportaktivität ist nicht festzustellen.

Meistens ist es ein „Bündel“ aus mehreren Gründen, warum die befragten Studierenden seit längerem oder prinzipiell überhaupt keinen Sport treiben (vgl. Abbildung 25). Die Mehrheit der Nicht-Sportaktiven würde gerne mehr Sport treiben, schafft dies allerdings aufgrund des Zeitmangels, fehlende/r Sportpartner/innen, gesundheitlicher Gründe oder mangelnder Sportangebote nicht. Fast der Hälfte fehlt zudem die notwendige Überwindung, um einfach mit dem Sporttreiben anzufangen.

Weniger als die Hälfte wiederum ist nicht sportaktiv, weil sie einfach keine Lust auf Sport haben und mehr als ein Viertel hat eben andere Interessen.

Abb. 25: Gründe für Nicht-Sportaktivität (Mehrfachnennungen möglich)



Die Abbildung 25 zeigt, dass unter den Nicht-Sportaktiven mindest die Hälfte potenziell sehr gerne mehr Sport treiben würde, aber aus den unterschiedlichsten Gründen so gut wie nie dazu kommt.

## 4. Typisierung der Sportaktiven an Hand ihrer Motive und Einstellungen

### 4.1 Sportmotive und Einstellungen zum Sport

Im letzten Kapitel wurde erkennbar, dass zwischen geschlechts-, alters-, einkommens-, gewichtsklassen- und studienfachspezifischem Sportverhalten unterschieden werden kann. Es wurde davon ausgegangen, dass Sportaktivitäten direkt von geschlechts-, alters-, einkommens-, gewichtsklassen- und studienfachspezifischen Bedürfnissen und Motiven gelenkt werden. Bei genauerem „Hinsehen“ wiederum fällt allerdings auf, dass vielfach die Unterschiede innerhalb einzelner Alters-, Geschlechts-, Einkommens-, Gewichtsklassen sowie innerhalb der Gruppe der Männer und Frauen bzw. der jeweiligen Studienfächer größer sind als die Unterschiede zwischen den Gruppen und Klassen.

Diese recht großen Unterschiede innerhalb der Geschlechter, Studienfächer, Gruppen und Klassen erklären sich vielfach durch sehr unterschiedliche individuelle Einstellungen und Motive, in die individuelle Sportaktivitäten eingebettet sind, aber nur geringe Korrelationen zu den klassischen sozioökonomischen Eigenschaften aufweisen.

Hierfür ein konkretes Beispiel: Ob man Beach-Volleyball spielt oder nicht spielt hängt weniger davon ab, was man studiert, wie hoch das monatliche Einkommen ist, ob man männlich oder weiblich ist, sondern vielmehr davon, ob man gerne neue Sportarten ausprobiert, schnell neuen Trendsportarten folgt, Sportarten für kleinere Gruppen mag und auf Gemeinschaftserlebnisse, Fun und Spaß beim Sport großen Wert legt.

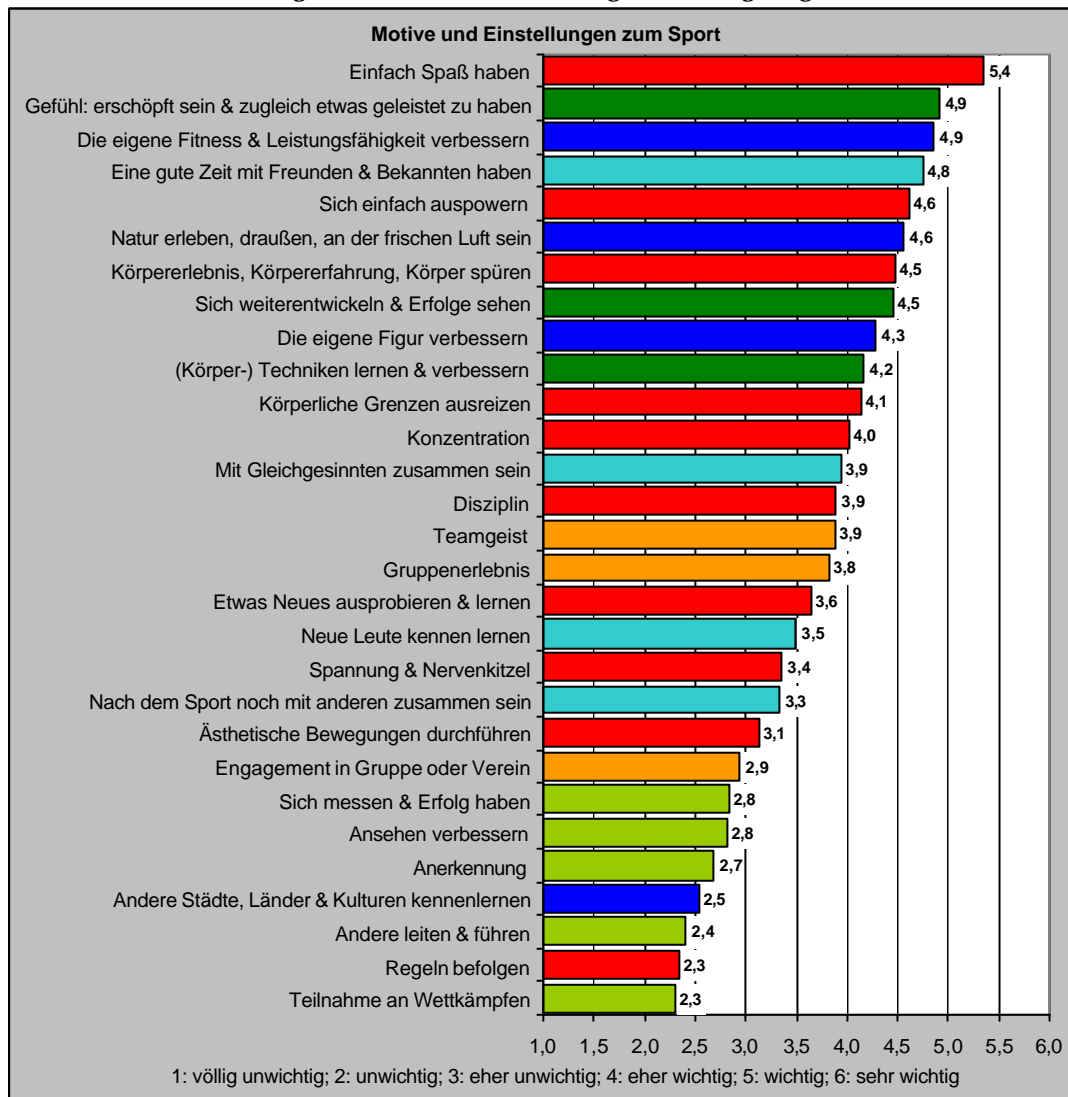
In den Mittelpunkt rücken also individuelle Motive und Einstellungen, die in vielen Fällen zur entscheidenden Grundlage der Sportartwahl, der Organisation, der Intensität und Dauer der Sportaktivitäten werden (vgl. Tabelle 2).

Tab. 2: Allgemeine Systematik der Sportmotive nach Gableret al. (2002)

	<b>Ich-bezogen</b>	<b>Auf den sozialen Kontext bezogen</b>
<b>Bezogen auf das Sporttreiben selbst</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewegung, körperliche Aktivität</li> <li>• Wohlbefinden, Spaß</li> <li>• Freunde an sportspezifischen Bewegungsformen, Bewegungsempfinden</li> <li>• Ästhetische Erfahrungen</li> <li>• Selbsterfahrung, Selbsterkenntnis</li> <li>• Askese, körperliche Herausforderung, Selbstüberwindung</li> <li>• Spiel, Risiko, Abenteuer, Spannung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppenerlebnis</li> <li>• Gemeinsames Sporttreiben</li> <li>• Teamgeist</li> <li>• Auseinandersetzung mit Gegnern und Mitspielern</li> </ul>
<b>Bezogen auf das Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistung als Selbstbestätigung und sach-, subjekt-, und sozialbezogenen Erfolg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leistung als Präsentation</li> <li>• Leistung als Fremdbestätigung und soziale Anerkennung</li> <li>• Leistung als Prestige</li> <li>• Leistung als Dominanz und Macht</li> </ul>
<b>Als Mittel für weitere Zwecke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesundheit</li> <li>• Fitness, körperliche Leistungsfähigkeit</li> <li>• Attraktivere Figur, Aussehen, Eitelkeit</li> <li>• Entspannung, Zeitvertreib, Abwechslung, Freizeitgestaltung</li> <li>• Kompensation</li> <li>• Naturerlebnis</li> <li>• Reisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soziale Kontakte, Anschluss</li> <li>• Geselligkeit, Kameradschaft</li> <li>• Aggression</li> <li>• Sozialer Aufstieg</li> </ul>

Häufig werden Sportmotive in sechs verschiedene Motivgruppen zusammengefasst, die einerseits den sozialen Bezug der Sportaktivität (ich-bezogen oder auf den sozialen Kontext bezogen) und andererseits die Ziel- und Zweckorientierung der Sportaktivität (auf das Sporttreiben selbst bezogen, auf das Ergebnis der Sportaktivität bezogen bzw. als Mittel für weitere Zwecke) berücksichtigen (vgl. Tabelle 2). In Anlehnung an diese Systematik wurden die sportaktiven Studenten/innen Würzburgs nach ihren Sportmotiven und Sporteinstellungen gefragt. Sie wurden gebeten, die persönliche Bedeutung der in Abbildung 26 dargestellten Aspekte beim Sporttreiben anzugeben. Die befragten Personen hatten die Möglichkeit, auf einer sechsstufigen Skala von 1 = völlig unbedeutend bis 6 = sehr wichtig die Bedeutung der 29 verschiedenen Aspekte zu gewichten.

Abb. 26: Motive und Einstellungen der Studierenden; Zustimmung durch Notengebung



- Dunkelrote Balken:** auf das Sporttreiben selbst bezogen und ich-bezogen
- Hellrote Balken:** auf das Sporttreiben selbst und auf den sozialen Kontext bezogen
- Dunkelgrüner Balken:** auf das Ergebnis bezogen und ich-bezogen
- Hellgrüner Balken:** auf das Ergebnis und auf den sozialen Kontext bezogen
- Dunkelblauer Balken:** als Mittel für weitere Zwecke und ich-bezogen
- Hellblauer Balken:** als Mittel für weitere Zwecke und auf den sozialen Kontext bezogen

Unter den sportaktiven Studierenden Würzburgs dominieren vor allem **auf das Sporttreiben selbst und zugleich ich-bezogene Motive** (v.a. Spaß haben, Körperliche Verausgabung, Körpererlebnis und -erfahrungen, Grenzen ausreizen, Konzentration und Disziplin), **auf das Ergebnis und zugleich ich-bezogene Motive** (v.a. das Gefühl nach dem Sport erschöpft zu sein, aber zugleich etwas geschafft zu haben, sich weiterentwickeln und Erfolge sehen und neue Techniken lernen und verbessern) und **Ich-bezogene Motive, bei denen Sport als Mittel für weitere Zwecke aufgefasst wird** (v.a. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern, Naturerlebnis, Figur verbessern). Damit wird deutlich, dass Ich-bezogene Motive die entscheidenden Antriebskräfte der Sportaktivität unter den Studierenden Würzburgs sind und zugleich auf den sozialen Kontext bezogene Motive eher von nachrangiger Bedeutung sind.

Unter den sozialen Kontext umfassenden Motive spielen lediglich die **auf den sozialen Kontext bezogenen Motive, bei denen Sport als Mittel für weitere Zwecke aufgefasst wird** (u.a. eine gute Zeit mit Freunden und Bekannten haben bzw. unter Gleichgesinnten sein) eine größere Rolle. **Auf das Sporttreiben selbst und zugleich auf den sozialen Kontext bezogene Motive** (z.B. Teamgeist und Gruppenerlebnisse beim Sporttreiben) sind von mittelgroßer Bedeutung, während **auf das Ergebnis und zugleich auf den sozialen Kontext bezogene Motive** (u.a. Sich mit anderen messen und Erfolg haben, das Ansehen verbessern, Anerkennung erhalten, Andere leiten und führen) bei den meisten gering ausgeprägt sind.

Einige Zusammenhänge zwischen den Motiven und den bevorzugten Sportarten sind in Tabelle 3 zu erkennen.

**Tab. 3: Motive, die unter den Ausübenden der 15 beliebtesten Sportarten eine überdurchschnittliche Rolle spielen**

<b>Joggen</b> 1. Natur erleben, draußen sein 2. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern 3. Gefühl erschöpft zu sein, aber etwas geschafft zu haben 4. Körperliche Grenzen ausreizen	<b>Schwimmen</b> 1. Die eigene Figur verbessern 2. Natur erleben, draußen sein 3. Das eigene Ansehen verbessern 4. Regeln folgen, ohne darüber nachdenken zu müssen	<b>Fitness &amp; Kraftsport</b> 1. Die eigene Figur verbessern 2. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern 3. Sich weiterentwickeln & Erfolg sehen 4. Körpererlebnis, Körper spüren
<b>Radfahren</b> 1. Natur erleben, draußen sein 2. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern 3. Körperliche Grenzen ausreizen 4. Gefühl erschöpft zu sein, aber etwas geschafft zu haben	<b>Fußball</b> 1. Teamgeist 2. Wettbewerbe und -kämpfe 3. Sich mit anderen messen & Erfolge haben 4. Gruppenerlebnis	<b>Ski &amp; Snowboard</b> 1. Spannung & Nervenkitzel 2. Etwas neues ausprobieren & lernen 3. Natur erleben, draußen sein 4. Eine gute Zeit mit Freunden & Bekannten haben
<b>Wandern &amp; Spaziergehen</b> 1. Natur erleben, draußen sein 2. Andere Städte, Länder, Kulturen kennen lernen 3. Einfach Spaß haben 4. Gefühl erschöpft zu sein, aber etwas geschafft zu haben	<b>Tanzen &amp; Tanzsport</b> 1. Ästhetische Bewegungen durchführen 2. Neue Leute kennen lernen 3. Eine gute Zeit mit Freunden & Bekannten haben 4. Die eigene Figur verbessern	<b>Aerobic</b> 1. Die eigene Figur verbessern 2. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern 3. Ästhetische Bewegungen durchführen 4. Gefühl erschöpft zu sein, aber etwas geschafft zu haben
<b>(Beach)-Volleyball</b> 1. Teamgeist 2. Gruppenerlebnis 3. Wettbewerbe und -kämpfe 4. Unter Gleichgesinnten sein	<b>Tennis &amp; Squash</b> 1. Wettbewerbe und -kämpfe 2. Teamgeist 3. Sich mit anderen messen und Erfolg haben 4. Gruppenerlebnis	<b>Kampfsport</b> 1. Körpertechniken lernen & verbessern 2. Ästhetische Bewegungen durchführen 3. Andere Städte, Länder, Kulturen kennen lernen 4. Konzentration
<b>Basketball</b> 1. Sich mit anderen messen und Erfolg haben	<b>Badminton</b> 1. Techniken lernen und verbessern 2. Sich mit anderen messen und	<b>Inlineskating</b> 1. Natur erleben, draußen sein 2. Gefühl erschöpft zu sein, aber

2. Teamgeist 3. Wettbewerbe und -kämpfe 4. Eine gute Zeit mit Freunden & Bekannten haben	Erfolge haben 3. Anerkennung erhalten 4. Eine gute Zeit mit Freunden & Bekannten haben	etwas geschafft zu haben 3. Die eigene Figur verbessern 4. Fitness & Leistungsfähigkeit verbessern
--	--	--

In Tabelle 3 werden jedoch nicht die wichtigsten Motive unter den Ausübenden einer jeden Sportart dargestellt, sondern die höchsten Abweichungen der Motive der einzelnen Sportarten von der Grundgesamtheit der sportaktiven Studierenden (Berechnung von tWerten). Dabei wird klar, dass die Untersuchung von Sportaktivitäten nicht ausschließlich alters-, geschlechts-, einkommens-, gewichts- und studiengangspezifisch vorgenommen werden kann. Vielmehr zeigt sich, dass sich die Anhänger einer Sportart v.a. durch ähnliche Anschauungen, Werten, Einstellungen und Motiven auszeichnen.

## 4.2 Typisierung der Sportaktiven an Hand von Faktoren- und Clusteranalysen

Im Folgenden wird versucht, auf der Basis der empirisch gewonnenen Daten zu den Motiven und Einstellungen der sportaktiven Studierenden eine Typisierung der Sportaktiven vorzunehmen. Hintergrund dieser Typenbildung ist die Annahme, wonach v.a. Motive und Einstellungen die ausschlaggebenden Faktoren bei der Sportartwahl, der Organisation, der Intensität und Dauer der Sportaktivitäten sind. Es wird daher versucht, einstellungs- und motivbezogene Unterschiede innerhalb der Studentenschaft herauszuarbeiten, die es im nächsten Schritt dann ermöglichen, die Studierenden unterschiedlichen Sportlertypen zuzuordnen. Typenbildungen erfolgen im Allgemeinen durch ein zweistufiges Verfahren, nämlich im ersten Schritt durch eine *Faktorenanalyse*, die der Strukturierung und Reduktion von Variablen zur Gruppenbildung dient, und im zweiten Schritt durch eine *Clusteranalyse*, die die Gruppenbildung selbst und deren Charakterisierung zum Ziel hat (Klee 2001).

### 4.2.1 Faktorenanalyse

Ausgangspunkt faktoranalytischer Berechnungen ist die Menge von Items, über die die Einstellungen und Motive der Sportaktiven operationalisiert wurden. Im vorliegenden Fall sind es 29 Variablen, aus denen Sportlertypen generiert werden sollen. Eine Typisierung unter gleichzeitiger Verwendung aller Variablen wäre zu aufwendig und zu unübersichtlich. Vielmehr wird nun eine Faktorenanalyse mit dem Ziel durchgeführt, aus dieser großen Vielzahl möglicher Variablen untereinander unabhängige Einflussfaktoren zu extrahieren, die danach für weitere Rechenschritte verwendet werden können (Backhaus et al.: 2006). Dies ermöglicht, den durch eine Vielzahl von Variablen abgebildeten hohen Komplexitätsgrad des Datensatzes handbarer und interpretierbarer zu machen (Brosius 1998). Die Faktorenanalyse ist daher als Kompromiss zwischen Größe (Anzahl der erklärenden Faktoren) und der Qualität (Genauigkeit der erklärenden Faktoren) des vorliegenden Datensatzes zu verstehen. Im Idealfall weisen die gewonnenen Faktoren hohe Korrelationen (Korrelationskoeffizienten  $>0.6$  bzw.  $<0.6$ ) zu den Ausgangsvariablen bei gleichzeitig möglichst geringem Informationsverlust auf, fungieren also als Hintergrundvariablen, die die Ausprägung einzelner Items erklären können und (Klee 2001).

In der vorliegenden Untersuchung ist es gelungen, an Hand einer Hauptkomponentenanalyse aus den ursprünglichen 29 Variablen sieben aussagekräftige Faktoren (Anfängliche Eigenwerte  $>1$ ) zu extrahieren und gleichzeitig einen befriedigenden Erklärungswert (Erklärte Gesamtvarianz 62%) zu erzielen. Zur Verbesserung der Ergebnisinterpretation wurde eine Faktorrotation nach der Varimax-Methode (Kaiser-Normalisierung) durchgeführt. In der Korrelationsmatrix (vgl. Tabelle 4) werden die jeweiligen Korrelationen zwischen den ursprünglichen Variablen und den neu extrahierten Faktoren dargestellt:

- Der **Faktor 1** weist hohe Korrelationen zu denjenigen Variablen auf, die die „**Mannschafts- und Wettkampforientierung**“ der Sportaktiven zum Ausdruck bringen.
- Der **Faktor 2** wurde v.a. aus den Variablen extrahiert, die die „**Gruppenerlebnisorientierung**“ der Studierenden umschreiben.
- Der **Faktor 3** weist hohe Korrelationen zu den Variablen auf, in denen „**Körperliche Verausgabung**“ zum Ausdruck kommt.
- Der **Faktor 4** repräsentiert all diejenigen Variablen, die unter dem Stichwort „**Körperkontrolle und -inszenierung**“ zusammengefasst werden können.
- Mit dem **Faktor 5** korrelieren vor allem Variablen, die „**Neugierde und Spannung**“ der Sportaktiven zum Ausdruck bringen.
- Der **Faktor 6** weist relativ hohe Korrelationen zu Variablen auf, die die Motive „**Prestige und Außenwirkung**“ beim Sporttreiben beschreiben.
- Mit dem **Faktor 7** werden Variablen, die die Bedeutung von „**Umwelterfahrungen**“ beim Sporttreiben beschreiben, zusammengefasst.

**Tab. 4: Korrelationsmatrix der Hauptkomponentenanalyse – Korrelationen zwischen den 29 Ausgangsvariablen und den 7 extrahierten Faktoren**

Faktor 1: „Mannschafts- und Wettkampforientierung“  
 Faktor 2: „Gruppenerlebnisorientierung“  
 Faktor 3: „Körperliche Verausgabung“  
 Faktor 4: „Körperkontrolle und -inszenierung“  
 Faktor 5: „Neugierde und Spannung“  
 Faktor 6: „Prestige und Außenwirkung“  
 Faktor 7: „Umwelterfahrungen“

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5	Faktor 6	Faktor 7
Teamgeist	<b>0,61</b>	<b>0,58</b>					
Engagement in Gruppe/ Verein	<b>0,64</b>						
Andere leiten & führen	<b>0,63</b>						
An Wettkämpfen teilnehmen	<b>0,76</b>						
Einfach Regeln befolgen	<b>0,54</b>						
Sich Messen & Erfolg haben	<b>0,67</b>						
Gruppenerlebnis		<b>0,68</b>					
Neue Leute kennen lernen		<b>0,69</b>					
Unter Gleichgesinnten sein		<b>0,72</b>					
Aktivitäten nach dem Sport		<b>0,67</b>					
Einfach Spaß haben		<b>0,51</b>					
Gute Zeit mit Freunden haben		<b>0,75</b>					
Grenzen ausreizen			<b>0,53</b>		<b>0,52</b>		
Sich einfach auspowern			<b>0,74</b>				
Fitness verbessern			<b>0,70</b>				
Weiterentwickeln & Erfolge sehen			<b>0,53</b>				
Gefühl, erschöpft zu sein			<b>0,74</b>				
Disziplin	<b>0,42</b>			<b>0,56</b>			
Konzentration				<b>0,69</b>			
Körpererlebnis & Körper spüren			<b>0,43</b>	<b>0,50</b>			
Technik lernen & verbessern				<b>0,65</b>			
Asthetische Bewegungen				<b>0,70</b>			
Spannung & Nervenkitzel					<b>0,68</b>		
Ausprobieren & Lernen					<b>0,64</b>		
Anerkennung erhalten	<b>0,42</b>					<b>0,60</b>	
Ansehen verbessern						<b>0,77</b>	
Figur verbessern			<b>0,45</b>			<b>0,49</b>	
Andere Länder, Städte, Kulturen							<b>0,65</b>
Naturerlebnis							<b>0,69</b>

#### 4.2.2 Clusteranalyse

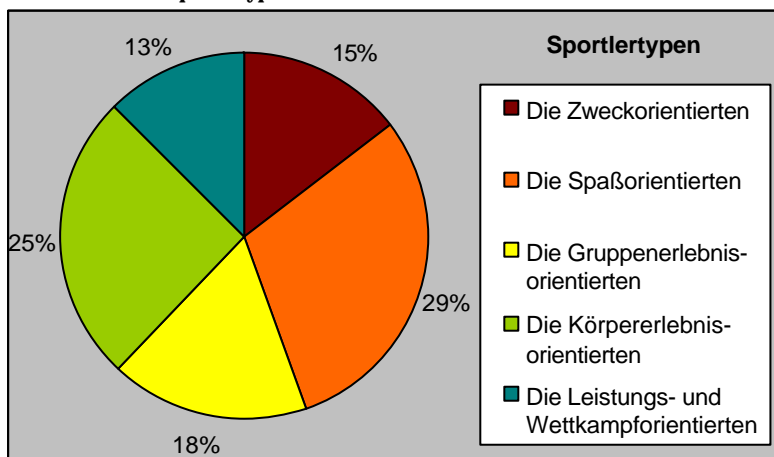
Clusteranalysen können als Gruppenbildungsverfahren verstanden werden, bei denen Gruppen mit ähnlichen Merkmalsausprägungen gebildet werden. Ziel ist dabei das Erreichen maximaler Gruppenhomogenität (d.h. alle einem Cluster zugehörigen Fälle besitzen möglichst große Ähnlichkeiten) bei gleichzeitiger maximaler Heterogenität zwischen den Gruppen (d.h. die Fälle mit unterschiedlicher Clusterzugehörigkeit weisen möglichst große Unterschiede auf) (Backhaus et al. 2006). Im vorliegenden Fall gehen die in der Faktorenanalyse ermittelten sieben Faktoren „Mannschafts- und Wettkampforientierung“, „Gruppenerlebnisorientierung“, „Körperliche Verausgabung“, „Körperkontrolle und -inszenierung“, „Neugierde und Spannung“, „Prestige und Außenwirkung“ und „Umwelterfahrungen“ mit ihren jeweiligen Faktorenwerten in die Bildung von Clustern ein.

Die durch die Clusteranalyse bestimmten Konsumententypen sind als Cluster zusammengefasster Personen mit ähnlichen Merkmalsausprägungen bezüglich ihrer Einstellungen zum und Motive für ihr Sporttreiben zu verstehen. In der vorliegenden Untersuchung wurde eine Hierarchische Clusteranalyse (Ward-Methode) durchgeführt. Sowohl statistische als auch inhaltliche Kriterien flossen in die Entscheidung über die endgültige Anzahl der Cluster ein. Die sinnvollsten Ergebnisse wurden dabei bei einer Clusterzahl von fünf erreicht.

#### 4.2.3 Sportlertypen und ihr Sportverhalten

Unter den Studierenden in Würzburg lassen sich – basierend auf Unterschieden bezüglich ihrer Sporteinstellungen und Sportmotive – fünf Sportlertypen klassifizieren, die im Folgenden vorgestellt werden (vgl. Abbildung 27).

Abb. 27: Die fünf Sportlertypen



##### Die Zweckorientierten (15%)

Diese Gruppe der Studierenden ist primär sportaktiv, um damit einen körperlichen Ausgleich zum Alltag zu schaffen, um Bewegungsmangel zu kompensieren, um einfach mal raus zu kommen, Natur zu erleben und vor allem um die eigenen Fitness & körperliche Leistungsfähigkeit sowie die eigene Figur zu verbessern. Es geht also nicht um die Sportart selbst, sondern um die **damit verbundenen Effekte** wie Ausgleich, Erhalt der Leistungsfähigkeit und Gewichtsverlust.

An Wettbewerben teilnehmen, sich in Gruppen und Mannschaften engagieren, Teamgeist, neue Sportarten und Techniken erlernen und verbessern spielen genauso wie Spaß, neue Leute kennen lernen und Gruppenerlebnisse eine deutlich untergeordnete Rolle.

*Die Spaßorientierten (29%)*

Die Spaßorientierten stellen mit 29% die größte Gruppe da. Sie treiben Sport hauptsächlich deswegen, weil sie Spaß haben wollen, eine gute Zeit mit Freunden und Bekannten erleben wollen, weil sie unter Gleichgesinnten sein wollen, neue Leute, Städte, Länder und Kulturen kennen lernen wollen und weil sie neue Dinge ausprobieren und lernen wollen. Nicht ganz unbedeutend sind zugleich Anerkennung und Ansehen. Hingegen spielen Disziplin und Konzentration, Teamgeist und Wettkämpfe ebenso wie das Leiten und Führen anderer eine deutlich unterdurchschnittliche Rolle. **Nicht Leistung, sondern Spaß** steht im Vordergrund der Sportaktivitäten.

*Die Gruppenerlebnisorientierten (18%)*

Die Sozialmotivierten bewerteten überdurchschnittlich viele Aspekte des Sporttreibens mit „völlig unwichtig“ und „unwichtig“. Vor allem körperliche Verausgabung, Körpererlebnisse, das Ausreizen körperlicher Grenzen, Spannung und Nervenkitzel, das sich weiterentwickeln, Techniken lernen und verbessern spielt eine relativ geringe Rolle. Vergleichsweise wichtig sind Gruppenerlebnisse und Gruppenengagement, Teamgeist, das Kennenlernen neuer Leute, unter Gleichgesinnten zu sein, mit Freunden und Bekannten eine gute Zeit zu verbringen, gemeinsame Aktivitäten nach dem Sporttreiben und auch das Durchführen ästhetischer Bewegungen (z.B. beim Tanzen). Unter den Team- und Gruppenorientierten spielen also soziale Interaktionen beim und vor allem nach dem Sporttreiben und Bewegen (z.B. beim Tanzen) eine überdurchschnittliche Rolle. Sport wird überdurchschnittlich stark als Plattform betrachtet, um **soziale Kontakte aufzubauen, zu pflegen und zu erleben**.

*Die Körpererlebnisorientierten (25%)*

Für die Körpererlebnisorientierten spielen das Spüren, Fühlen, Empfinden, Erfahren, Erleben, Disziplinieren und manchmal (Über-) Strapazieren des eigenen Körpers die zentrale Rolle. Konzentration, das Ausreizen von Grenzen, das sich bis zur Erschöpfung auspowern wird ebenso für überdurchschnittlich wichtig betrachtet wie das Erlernen und Verbessern von Körpertechniken, Spannung und Nervenkitzel sowie das Erleben von Natur. Anerkennung und Ansehen, das sich Messen und Erfolge haben sowie das Verbessern der eigenen Figur sind zugleich von äußerst geringer Bedeutung. Beim Sporttreiben steht also die **Beschäftigung mit dem eigenen Körper** und das damit verbundene Erleben und Spüren eindeutig im Vordergrund.

*Die Leistungs- und Wettkampforientierten (13%)*

Die Leistungs- und Wettkampforientierten bilden das kleinste der fünf Cluster. Für sie nimmt sportliche Aktivität und vor allem sportliche Leistung und sportliche Wettkämpfe eine sehr wichtige Stellung im Leben ein. Die meisten der angegebenen Aspekte beim Sporttreiben wurden für wichtig oder sehr wichtig gehalten. Besonders wichtig sind dabei die Teilnahme an Wettkämpfen und Wettbewerben, das sich Messen und Erfolge haben, daneben das Erhalten von Anerkennung andere zu leiten und zu führen, das Engagement in Gruppen, Mannschaften und Vereinen, Teamgeist, das Gruppenerlebnis sowie die Verbesserung des eigenen Ansehens. Ebenfalls von überdurchschnittlicher Bedeutung ist das unter Gleichgesinnten sein, Disziplin, Konzentration, Spannung und Nervenkitzel sowie das sich weiterentwickeln und Erfolge sehen. Von relativ geringer Bedeutung sind das Naturerlebnis, das Durchführen ästhetischer Bewegungen und das Kennenlernen anderer Städte, Länder und Kulturen.



Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass **Leistung und Wettbewerb** (meist im Verbund einer Mannschaft) eindeutig im Vordergrund der Sportaktivitäten dieser Studierendengruppe stehen.

*Korrelationen mit sozioökonomischen Eigenschaften*

Zwischen der Zugehörigkeit zu den fünf Sportlertypen und sozioökonomischen Eigenschaften bestehen in den wenigsten Fällen signifikante Korrelationen. Alle fünf Sportlertypen zeichnen sich durch eine ähnliche Alters-, Einkommens- und Gewichtsklassenzusammensetzung aus. Unterschiede sind bei der Geschlechterzusammensetzung und dem durchschnittlichen Studiumsaufwand zu erkennen:

- Der Frauenanteil ist bei den Zweckorientierten mit 68% (Gesamtstichprobe 60%) am höchsten sowie bei den Gruppenergebnisorientierten und den Spaßorientierten mit 66% über dem Durchschnitt. Dagegen gehören nur 31% der Leistungs- und Wettkampforientierten dem weiblichen Geschlecht an.
- Je leistungs- und wettkampforientierter die Sportler sind, desto geringer ist in der Regel der durchschnittliche wöchentliche Aufwand für das Studium. Dieser liegt bei den Zweckorientierten (34,1 h/Woche) und den Spaßorientierten (33,3 h/Woche) deutlich über sowie bei den Leistungs- und Wettkampforientierten (30,8 h/Woche) deutlich unter dem Durchschnitt.

*Unterschiede bezüglich der Sportorganisation und -aktivitäten*

Die fünf Sportlertypen zeichnen sich durch relativ große Unterschiede bezüglich ihrer Sportorganisation und -intensitäten, ihrer bevorzugten Sportarten, ihrer Teilnahme an Wettbewerben und Wettkämpfen sowie ihrer Offenheit gegenüber neuen Sportarten aus (vgl. Tabellen 5 und 6).

**Tab. 5: Eigenschaften der Sportlertypen (in %)**

	<b>Die Zweckorientierten</b>	<b>Die Spaßorientierten</b>	<b>Die Gruppenergebnisorientierten</b>	<b>Die Körperergebnisorientierten</b>	<b>Die Leistungs- und Wettkampforientierten</b>
<b>Sportorganisation</b>					
Verein	16	13	39	36	76
Universitätssport	37	47	35	44	50
Öffentl. Einrichtung	30	36	24	30	27
Kurse	1	5	6	5	0
Kommerz. Anbieter	19	16	20	12	12
Privat organisiert	73	71	63	82	65
<b>Sporthäufigkeit</b>					
Mind. 4 Mal/Woche	15	13	18	22	34
2-3 Mal/Woche	41	47	35	45	53
Einmal wöchentlich	28	27	28	21	11
Seltener	16	14	19	12	3
<i>Insgesamt</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
<b>Wettkampfteilnahme</b>					
> 2 mal/Monat	6	5	8	14	48
Seltener	10	17	24	19	29
Nie	84	78	68	67	23
<i>Insgesamt</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
<b>Offenheit gegenüber neuen Sportarten</b>					
Im Urlaub gerne neue Sportarten ausprobierend	27	48	33	40	46

Folgende Muster sind zu erkennen:

- Die **Zweckorientierten** sind selten in Sportvereinen organisiert, nützen dafür relativ häufig kommerzielle Sportangebote (v.a. Fitnessstudios). Sie treiben vergleichsweise selten Sport und nehmen so gut wie nie an sportlichen Wettkämpfen und –wettbewerben teil. Gegenüber neuen Sportarten sind sie (z.B. im Urlaub) weit weniger aufgeschlossen als andere. Sie üben überdurchschnittlich häufig die Sportarten Joggen, Fitness & Kraftsport, Radfahren, Wandern & Spazieren sowie Inlineskating aus. Dies sind typische Sportarten, um relativ unkompliziert im eigenen Wohnumfeld zu entspannen, sich abzulenken, körperlichen Ausgleich zum (denkenden) Alltag zu schaffen, Bewegungsmangel zu kompensieren, die eigene Fitness und körperliche Leistungsfähigkeit zu steigern sowie die eigene Figur zu verbessern. Mannschaftssportarten wie Fußball, Basketball und Volleyball ebenso wie Kampfsportarten und Tanzen spielen daher eine relativ unbedeutende Rolle.
- Die **Spaßorientierten** nehmen sehr gerne die Angebote der Sportuni bzw. öffentlicher Einrichtungen (wie Bäder oder Kunsteisflächen) in Anspruch. Immerhin ist knapp die Hälfte 2-3 Mal pro Woche sportaktiv, auch wenn die Teilnahme an Sportwettkämpfen und –bewerben ähnlich wie bei den Zweckorientierten relativ gering ausfällt. Die Neugierde und Spaßorientierung dieser Gruppe zeigt sich in der hohen Offenheit gegenüber neuen Sportarten. Immerhin knapp die Hälfte probiert im Urlaub auch mal neue Sportarten (meist Fun-, Trend- und Extremsportarten) aus. Überdurchschnittlich beliebt sind Schwimmen, Skifahren und Snowboarding sowie Tanzen, also Sport- und Bewegungsarten, die häufig mit Erlebnis und Spaß assoziiert werden.
- Die **Gruppenerlebnisorientierten** sind häufiger in Vereinen als in der Sportuni organisiert. Sie nutzen überdurchschnittlich häufig kommerzielle Sportangebote, während private Organisation vergleichsweise von geringer Bedeutung ist. Zu den Gruppenerlebnisorientierten gehören relativ viele Wochen- und Gelegenheitssportler. Wettkämpfe spielen immerhin für ca. 1/3 eine Rolle. Die Offenheit gegenüber neuen Sportarten unterdurchschnittlich ausgeprägt. Während Mannschaftssportarten (z.B. Fußball, Basketball, Volleyball) durchschnittlich bzw. leicht überdurchschnittlich, Tanzen und Tanzsport stark überdurchschnittlich beliebt sind, spielen Fitness-, Ausdauer- und Individualsportarten (z.B. Joggen, Fitness & Kraftsport, Radfahren, Inlineskating) eine relativ geringe Rolle. Es werden also Sportarten bevorzugt, in denen soziale Interaktionen von größerer Bedeutung sind.
- Die **Körpererlebnisorientierten** sind relativ häufig privat organisiert sportlich aktiv. Immerhin gehören 2/3 von ihnen zu den Dauer- und Intensivsportlern (>2 Mal/Woche Sport) und 1/3 nimmt zumindest hin und wieder an sportlichen Wettkämpfen und –bewerben teil. Die Körpererlebnisorientierten bevorzugen einerseits Sportarten, die körperliches Auspowern und das Ausreizen körperlicher Grenzen ermöglichen (z.B. Joggen, Radfahren, Tennis & Squash, Wandern, Klettern) sowie andererseits Sportarten, die Konzentration, Disziplin, spezielle Körpertechniken erfordern und zugleich ein spezielles Körpererleben und –fühlen ermöglichen (z.B. Kampfsportarten, Yoga und Jonglieren). damit stark erfordern.
- Die **Leistungs- und Wettkampforientierten** sind v.a. in Vereinen organisiert. Fast 90% treiben mehr als zweimal pro Woche Sport; und fast die Hälfte nimmt zumindest zwei bis dreimal im Monat an Sportwettkämpfen und –bewerben teil. Dieses Cluster umfasst also die überdurchschnittlich sportaktiven Vereinssportler, die regelmäßig an Wettkämpfen teilnehmen. Zugleich sind die Leistungs- und Wettkampforientierten überdurchschnittlich offen gegenüber neuen Sportarten. Fußball spielt in diesem Cluster die herausragende Rolle. 45% der Studierenden des Clusters gehen der Sportart nach (insgesamt: 17%). Aber auch andere Mannschafts- und Ballsportarten werden wie Volleyball, Basketball, Tennis, Squash und Badminton sind

überdurchschnittlich beliebt. Individualsportarten wie Schwimmen, Fitness & Kraftsport, Wandern und Spaziergehen, Tanzen und Inlineskating sind von relativ geringer Bedeutung.

**Tab. 6: Die bevorzugten Sportarten der einzelnen Sportlertypen (in%)**

	<b>Die Zweck-orientierten</b>	<b>Die Spaß-orientierten</b>	<b>Die Gruppen-erlebnis-orientierten</b>	<b>Die Körper-erlebnis-orientierten</b>	<b>Die Leistungs- und Wettkampf-orientierten</b>
Joggen	54	40	26	46	45
Schwimmen	34	33	32	25	22
Fitness & Kraftsport	40	29	26	26	26
Radfahren	31	21	14	27	12
Fußball	7	10	19	14	45
Ski & Snowboard	3	18	8	14	12
Wandern & Spazieren	18	12	10	14	2
Tanzen & Tanzsport	3	13	16	9	7
Aerobic	14	14	13	8	3
(Beach-) Volleyball	3	9	12	8	21
Tennis & Squash	4	5	8	9	11
Kampfsport	3	6	7	10	9
Basketball	2	6	7	5	12
Badminton	3	5	5	7	9
Inlineskating	6	5	4	5	1
andere Sportart	24	38	33	39	39

## 5. Räumliche Muster und Interaktionen der Sportaktivitäten

### 5.1 Sport als räumliches Angebots- und Nachfragesystem

Im bisherigen Verlauf der Untersuchungen wurde davon ausgegangen, dass die Sportangebote und -möglichkeiten homogen im Raum verteilt sind. Das Sportverhalten der Studierenden wird aus dieser Perspektive sehr stark von geschlechter-, alters-, einkommens-, gewichtsklassen und studienfachtypischen „Prägungen“ determiniert oder einfach nur logische Konsequenz individueller Einstellungen und Motive. Der einzelne Sportaktive wählt demnach seine Sportart bzw. seinen Sportstandort ausschließlich gemäß seines Geschlechts, seines Alters, seines Einkommens, seines Studienfachs, seiner Einstellungen usw. aus. Doch entspricht dies der alltäglichen Realität?

Sicher nicht ausschließlich. Sinnvoll erscheint es vielmehr **Sport als räumliches Angebots- und Nachfragesystem** aufzufassen. Das heißt, die Sportaktivitäten (der Nachfrageseite) orientieren sich am verfügbaren Angebot vor Ort oder in näherer Umgebung. Gleichzeitig richtet sich die Angebotsseite an den sich wandelnden Wünschen und Bedürfnissen der Nachfrageseite aus und erweitert, verändert daraufhin regelmäßig die Sportangebote und -möglichkeiten. Zwischen beiden bestehen permanente Wechselwirkungen, die so zur räumlichen Dynamik des Systems Sport beitragen.

Trotz Globalisierung, Pluralisierung, Individualisierung, zunehmender Mobilität und scheinbarer (postmoderner) Regellosigkeiten ist auch heute noch Sport eine stets lokalisierbare Tätigkeit des Menschen, die alles andere als „im luftleeren Raum“ stattfindet. Sport ist wie kaum eine andere Beschäftigung mit Bewegung im Raum, mit Interaktionen mit der Umwelt, mit Erschließung der Umgebung verbunden und geschieht daher niemals unabhängig seiner strukturellen Vorgaben. Solche Vorgaben wirken *nicht determinierend*, spielen aber bei den Wahrnehmungen und Entscheidungen der Sportaktiven eine entscheidende Rolle:

- Für Indoor-Sportarten ist beispielsweise wichtig: Bauliche Gestaltung, Architektur, Gebäudezustand, Modernitätsgrad, Serviceangebot, Multifunktionalität, Kopplungsmöglichkeiten von Beschäftigungen, Anfahrts- und Parkmöglichkeiten, Erreichbarkeit und Einzugsgebiete, relative Lage zu anderen Einrichtungen
- Für Outdoor-Sportarten: Klima/Wetter, Landschaft, Vegetation, Zustand der Anlagen (z.B. Wege), Bewegungsfreiheit, Zugangsmöglichkeiten, Lichtverhältnisse, Lärm, Sicherheit ebenso Anfahrts- und Parkmöglichkeiten, Erreichbarkeit und Einzugsgebiete, relative Lage zu anderen Einrichtungen

Übertragen auf Würzburg bedeutet dies: Nicht alle Teilräume der Stadt ermöglichen und fördern im gleichen Maße sportliche Aktivitäten. Beispielsweise sind Wohnquartiere in Park- oder Mainnähe deutlich „geeigneter“ für Outdoor-Sportarten wie Joggen und Radfahren. Zum anderen zeigt die Lage der Schwimmbäder, der Sportuni, der Turnhallen und Vereinssportgelände, dass sich die Möglichkeiten für Indoor-Sportaktivitäten relativ heterogen im Raum verteilen, einige Wohnquartiere dadurch bevorzugt, andere benachteiligt werden.

Im folgenden Abschnitt werden diese räumlichen Zusammenhänge zwischen dem Wohnstandort, dem Sportstandorte sowie den Mobilitätsverhältnissen aufgedeckt. Es wird dabei den Fragen nachgegangen:

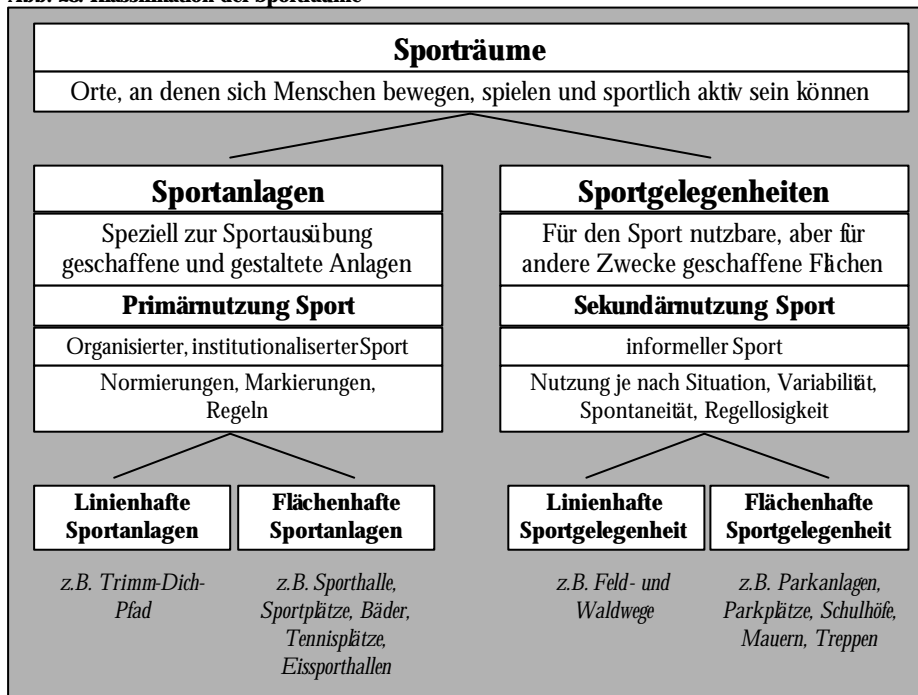
- Welche Sportstandorte und -räume bevorzugen die Studierenden in Würzburg? Welche „Gunst- und Ungunsträume“ für Sportaktivitäten sind zu erkennen?
- Gibt es an den einzelnen Wohnstandorten der Studenten Unterschiede bezüglich des Sportverhaltens, die aus den heterogen im Raum verteilten Angebotsstrukturen resultieren?
- Welche Mobilitätsanforderungen stellen die unterschiedlichen Sportarten?

- Wie sehen die Sportaktivitäten der Würzburger Studierenden in „anderen, fremden Räumen“ wie zum Beispiel im Urlaub aus?

## 5.2 Sporträume

Sporträume werden häufig in Sportanlagen und Sportgelegenheiten untergliedert (vgl. Abbildung 28). Sportanlagen wurden speziell zur Sportausübung geschaffen und gestaltet. Sie bieten Möglichkeiten insbesondere für den organisierten, institutionalisierten Sport (v.a. der Vereine). Vor allem klassische Sportarten wie Leichtathletik, Fußball, Turnen und Schwimmen werden dort ausgeübt. Sportgelegenheiten sind Flächen, die nicht primär für den Sport, sondern für andere Zwecke geschaffen und gestaltet wurden, aber für Sportaktivitäten genutzt werden (können). Durch den in Kapitel 1 beschriebenen Strukturwandel des Sports (Stichworte: Zunahme unnormierter Sportarten, Unverbindlichkeit, Spontaneität, Pluralisierung, Spaß- und Freizeitorientierung) gewinnen Sportgelegenheiten wie Parkflächen, Feld- und Waldwege oder bebaute Umgebungen für junge Menschen als Bühne des Sports zunehmend an Bedeutung. Sport- und Bewegungsarten wie Skateboard, Joggen, Inline-Skating, Streetball, Badminton, Frisbee, Klettern, die auch bei den Studierenden in Würzburg weit verbreitet sind, werden häufig auf derart frei verfügbaren Flächen ausgeübt.

Abb. 28: Klassifikation der Sporträume

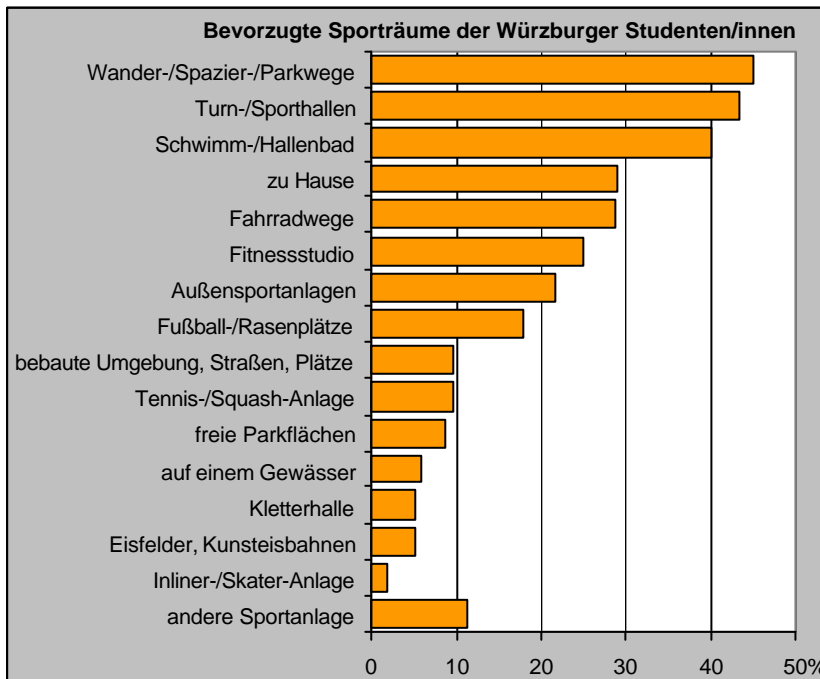


Sportanlagen und Sportgelegenheiten können noch einmal in linienhafte (intensive, geballte Nutzung entlang einer Linie) und flächenhafte (extensive, in der Fläche verteilte Nutzung) gegliedert werden, die sich insbesondere bezüglich des Flächenverbrauchs, der Nutzungsintensität, möglicher Nutzungskonflikte, positiver und negativer Umweltauswirkungen und Instandhaltungskosten unterscheiden.

In Abbildung 29 werden die beliebtesten Sporträume der Würzburger Studierenden dargestellt. Es fällt auf, dass sowohl flächenhafte Sportanlagen, als auch flächen- und linienhafte Sportgelegenheiten von großer Bedeutung sind:

- 45% aller Befragten treiben Sport auf Wander-, Spazier- und Parkwegen, immerhin 28% auf Radwegen. Die überragende Bedeutung der Wander-, Spazier-, Park- und Radwegen v.a. im Wohnumfeld zur Ausübung unterschiedlichster Sport- und Bewegungsarten (z.B. Joggen, Inlineskating, Spazierengehen & Wandern, Skateboard, Radfahren) wird deutlich.
- Turn- und Sporthallen (z.B. Uni-Sportzentrum oder Hallen der Vereine und Schulen) sowie Schwimm- und Hallenbäder (z.B. Dallenbergbad, Wolfgang-Adami-Bad, Sandamare, Nautiland) sind mit Abstand die bedeutendsten Sportanlagen (43 bzw. 40%).
- Immerhin 28% der Studierenden treiben Sport zu Hause. Gymnastik, Yoga, Kraft- und Fitnessstraining spielen hierbei eine große Rolle.
- Fitnessstudios als teils gewerblich organisierte, teils in andere Einrichtungen integrierte Sportanlagen werden von 25% genutzt.
- Außensportanlagen (22%), Fußball- und Rasenplätze (17%) sind die bedeutendsten Outdoor - Sportanlagen. Häufig werden dort Leichtathletik, aber v.a. beliebte Mannschaftsportarten wie Fußball und Basketball ausgeübt. Insbesondere die Sportanlagen am Hubland, am „Sanderrasen“, entlang des Mains und in der Zellerau sind hierbei ebenso von Bedeutung wie kleinere Sportanlagen (v.a. für Basketball) im Frauenland und in Grombühl.
- Tennis- und Squash-Anlagen (9,5%), Kletterhallen (5%), Eis- und Kunsteisbahnen (5%), Inliner- und Skater-Anlagen (2,5%) als speziell für bestimmte Sportarten konzipierte Sportarten spielen eine eher untergeordnete Rolle.
- Der Main als offenes Fließgewässer (6%) ist v.a. für die Anhänger der Sportarten Rudern, Kanu und Kajak von großer Bedeutung.
- Flächen- und z.T. linienhafte Sportgelegenheiten wie freie Parkflächen (9%), bebaute Umgebungen, Straßen und Plätze (9,5%) bieten einer Vielzahl von (neuen) Sport- und Bewegungsarten wie Streetball, Skateboard, Badminton, Jonglieren, Frisbee, Gymnastik, Gesundheitssport, aber auch Fußball oder Volleyball den notwendigen Raum. Der Ringpark, Uferflächen am Main und zum Teil Verkehrsflächen sind hierfür relevant.

Abb. 29: Bevorzugte Sporträume der Würzburger Studenten/innen



### 5.3 Wohnstandort und Sportaktivitäten

#### Wohnstandort und Sportorganisation

Zwischen den Stadtteilen und Wohnorten der Studierenden gibt es deutliche Unterschiede bezüglich der Organisation der Sportaktivitäten (vgl. Tabelle 7).

Die *private Organisation* ist überall mit Abstand die wichtigste Organisation, wobei sie in den Stadtteilen Zellerau, Innenstadt und Sanderau (hier wohnen auch besonders viele Jogger) am stärksten ausgeprägt ist.

Das Angebot der *Sportzentren der Universität* ist für die Bewohner der Sportuni-nahen Stadtteile Sanderau, Innenstadt und Frauenland besonders wichtig, während sie für Bewohner anderer Stadtteile (z.B. Lengfeld, Versbach, Heuchelhof, Rottenbauer) und außerhalb von Würzburg wohnende Studenten/innen von äußerst geringer Bedeutung ist.

Studierende, im Frauenland, in der Innenstadt und in Grombühl wohnend, sind relativ selten sportaktives Mitglied in einem *Sportverein*, während Sportvereine in der Zellerau, in anderen Stadtteilen Würzburgs, in Gerbrunn und außerhalb Würzburgs von überdurchschnittlicher Bedeutung sind. Die Bindung an den „Heimatsportverein“ ist vielfach sogar ein wichtiger Grund, zu Hause außerhalb Würzburgs wohnen zu bleiben bzw. (nahezu) jedes Wochenende nach Hause zu pendeln.

*Öffentliche Einrichtungen* (wie z.B. Schwimmbäder) spielen überall etwa eine ähnliche große Rolle.

*Kommerzielle Angebote* (z.B. Fitnessstudios, Sportcenter, Kampfsportschulen) haben v.a. für die Studenten/innen, die in Grombühl, in der Innenstadt, in anderen Stadtteilen Würzburgs und außerhalb der Universitätsstadt wohnen, eine relativ große Bedeutung. Vor allem größere Fitnessstudios wie MacFit fallen hier deutlich ins Gewicht.

**Tab. 7: Wohnstandort (Montag-Freitag) und Organisation der Sportaktivitäten (Mehrfachnennungen möglich)**

	Frauenland Gartenstadt Keesburg	Sanderau	Innenstadt Mainviertel Pleich	Grom- bühl	Zellerau	andere Stadtteile Würzburgs	Ger- brunn	außer- halb
Privat organisiert	70	<b>75</b>	<b>75</b>	68	<b>78</b>	63	73	65
Sportuni	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	46	45	19	40	14
Verein	33	<b>36</b>	25	24	<b>46</b>	<b>37</b>	<b>53</b>	<b>45</b>
Öffentl. Einrichtung	<b>33</b>	30	25	29	<b>34</b>	26	<b>33</b>	28
Kommerz. Anbieter	12	11	20	<b>27</b>	7	21	13	<b>27</b>
Kurse öffentl. Institutionen	3	3	5	1	3	<b>9</b>	3	7

#### Wohnstandort und momentan ausgeübte Sportarten

Die Muster der Sportaktivitäten der Studierenden unterscheiden sich teilweise ebenfalls sehr deutlich von Wohnort zu Wohnort, von Stadtteil zu Stadtteil. Dies liegt zum an den unterschiedlichen Nachfragestrukturen an den einzelnen Wohnstandorten und in den jeweiligen Stadtteilen, die ihren Grund in der unterschiedlichen sozialen Zusammensetzung der dort lebenden Studierenden (z.B. das Alter, Geschlecht, Studienfächer betreffend) und den sich daraus ergebenden unterschiedlichen Präferenzen finden, und zum anderen an den unterschiedlichen Angebots- und Organisationsstrukturen im näheren und weiteren Wohnumfeld, die die Ausübung gewisser Sportaktivitäten begünstigen und andere erschweren. Folgende Zusammenhänge sind zu erkennen:

Joggen ist v.a. bei den Studierenden, die in der Innenstadt, in Grombühl, in der Sanderau und Zellerau wohnen, sehr beliebt. Die Nähe zum Main, zu den Parks und Weinbergen ist hier von großer Bedeutung. Für viele Studierende ist Joggen *die* Möglichkeit, sich jederzeit, unkompliziert im eigenen Wohnumfeld beginnend, kostengünstig, draußen in der Natur körperlich zu betätigen. Andere Outdoor - Sportarten wären insbesondere in Zentrumsnähe schwer möglich bzw. mit

hohem organisatorischen und finanziellen Aufwand verbunden. Ähnlich sieht es beim Inline Skating und seiner räumlichen Verbreitung in Würzburg aus (vgl. Tabelle 8).

- In den Stadtteilen (z.B. Frauenland, Gartenstadt-Keesburg, Sanderau, Innentadt) und Wohnorten (z.B. Gerbrunn), die durch geringe Distanzen zu bestehenden Schwimmbädern gekennzeichnet sind, ist der Anteil der Studierenden, die schwimmen, deutlich höher.
- Die Beliebtheit des Radfahrens ist relativ homogen im Raum verteilt, während Fußball überdurchschnittlich häufig von den Zellerauern gespielt wird.
- Die Nähe zur Sportuni zum einen sowie zu kommerziellen Fitnessstudios zum anderen erklärt die heterogene Verbreitung von Fitness- und Kraftsportarten sowie von Aerobic. Vor allem Fitnessstudios im Bereich Innenstadt – Grombühl (z.B. MacFit) schlagen sich signifikant im Sportverhalten nieder.
- Relativ viele Studierende der Stadtteile Grombühl und Zellerau üben die in ihrer Beliebtheit seit Jahren steigenden Sportarten Volleyball, Beachvolleyball und Badminton aus.
- Es gibt eine Reihe von Sportarten, die vor allem Wohnstandorten am Stadtrand und im Umland ausüben können und in zentrumsnahen Stadtteilen eine untergeordnete Rolle spielen. Dazu gehören nicht nur das Wandern und Spaziergehen, Tennis und Squash, sondern beispielsweise Reiten, Rudern, Golf, Tischtennis, Schlittschuhlaufen, Gymnastik, Gesundheitssportarten, Surfen und Nordic Walking. Der hohe Anteil (53%) der „anderen Sportarten“ unter den Studierenden, die außerhalb von Würzburg und Gerbrunn wohnen, zeigt, dass sich das Umland generell durch eine größere Vielfalt der dortigen Sportaktivitäten auszeichnet. Diese Vielfalt resultiert aber größtenteils nicht aus der großen Vielfalt der Sportmöglichkeiten vor Ort (beispielsweise in einem kleinen Dorf), sondern aus der Summe der unterschiedlichen Sportmöglichkeiten, die sich im weiten Umland anbieten.

**Tab. 8. Wohnstandort (Montag-Freitag) und die 15 beliebtesten momentan ausgeübte Sportarten**

	Frauenland, Gartenstadt Keesburg	Sanderau	Innenstadt Mainviertel Pleich	Grom- bühl	Zellerau	andere Stadtteile Würzburgs	Ger- brunn	außer- halb
Joggen	39	<b>45</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>44</b>	36	27	28
Schwimmen	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	24	28	23	<b>32</b>	26
Fitness & Kraftsport	31	29	<b>32</b>	<b>33</b>	22	21	19	24
Radfahren	21	24	25	17	20	<b>26</b>	<b>27</b>	19
Fußball	18	17	15	13	<b>27</b>	8	14	18
Ski & Snowboard	13	<b>16</b>	11	10	13	8	14	10
Wandern & Spazieren	<b>14</b>	12	10	9	8	13	<b>14</b>	<b>14</b>
Aerobic	9	11	<b>14</b>	12	5	10	<b>19</b>	12
Tanzen & Tanzsport	10	7	9	9	9	10	<b>14</b>	<b>13</b>
(Beach-) Volleyball	10	9	5	<b>12</b>	<b>14</b>	8	<b>22</b>	8
Tennis & Squash	5	8	7	9	6	<b>15</b>	8	<b>11</b>
Kampfsport	8	8	5	6	5	5	<b>14</b>	9
Badminton	5	3	6	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	3	5
Basketball	6	<b>10</b>	7	6	5	5	3	2
Inlineskating	4	2	<b>7</b>	5	<b>6</b>	0	<b>11</b>	5
andere Sportart	31	35	29	37	36	36	43	<b>53</b>

*Das Sportverhalten der Pendler*

Zwischen Studierenden, die mehr oder weniger permanent am in Würzburg wohnen (59%) und solchen, die unter der Woche in Würzburg wohnen und (fast) jedes Wochenende „nach Hause“



außerhalb Würzburgs fahren (25%) bzw. die mehr oder weniger täglich von außerhalb zu den Hochschulen nach Würzburg pendeln (12%) bestehen nicht nur bezüglich der sozioökonomischen Eigenschaften, Studienfächern und Studiengängen signifikante Unterschiede (vgl. Kapitel 2.2), sondern auch bezüglich des Sportverhaltens:

1. Studierende, die täglich von außerhalb Würzburgs an die Hochschulen pendeln, zeichnen sich durch ein verhältnismäßig geregeltes und strukturiertes Sportverhalten aus. Während 52% der Studenten/innen, die auch am Wochenende in Würzburg bleiben, angaben, keine Regel erkennen zu können, an welchen Wochentag sie bevorzugt Sport treiben, sind es bei den täglichen Pendlern nur 34%. Gleichzeitig sind die täglichen Pendler (im Vergleich zu den anderen) nicht fast ausschließlich am Abend zwischen 18 und 21 Uhr sportaktiv, sondern überdurchschnittlich auch vormittags (20%; Nicht-Pendler: 17%) sowie am frühen (17% zu 9%) und späten Nachmittag (34 zu 27%).
2. Unter den täglich nach Würzburg Pendelnden ist der Anteil der Dauer- und Wettkampfsportler überdurchschnittlich hoch. 74% der sportaktiven Befragten dieser Gruppe gaben an, zwei bis drei mal wöchentlich oder öfter Sport zu treiben (insgesamt 63%); 24% nehmen zwei bis drei mal pro Monat oder öfter an Sportwettkämpfen teil (insgesamt 14%).
3. 48% der Studierenden mit dauerhaftem Wohnsitz außerhalb Würzburgs sind in Sportvereinen organisiert, während dieser Wert bei den permanent in Würzburg wohnenden Studierenden bei nur 28% liegt.
4. Diejenigen Studenten/innen, die von Montag bis Freitag in Würzburg, aber am Wochenende außerhalb Würzburgs wohnen, unterscheiden sich in ihrem Sportverhalten nur geringfügig von anderen.

Die Ergebnisse zeigen, dass Studierende mit Wohnsitz außerhalb Würzburgs, die mehr oder weniger täglich an die Hochschulen nach Würzburg pendeln, durchschnittlich mehr Sport machen, häufiger an Sportwettbewerben teilnehmen und durch ihre Vereinsmitgliedschaften relativ stark an ihren Wohnstandort gebunden sind. Sport stellt für diese Gruppe sicherlich einen wichtigen Entscheidungsfaktor für den Behalt des Wohnstandorts dar.

## 5.4 Sportausübung und Mobilität

In den meisten Fällen beginnen Sportaktivitäten nicht vor der eigenen Haustüre. Vielmehr müssen hierfür – je nach Lage des Wohnstandorts und der bevorzugten Sportstätte – Distanzen überwunden werden. In den letzten Jahren hat die freizeitmotivierte Mobilität, zu der auch die Sportmobilität gehört, immer weiter zugunsten der arbeitsmotivierten Mobilität an Bedeutung gewonnen. Der einzelne Bürger, die einzelne Bürgerin ist immer öfter (*Frequenzen*) und weiter (*Distanzen*) sowie immer häufiger mit dem PKW (*Motorisierung*) unterwegs, um attraktive Konsum-, Freizeit- und Sportstandorte zu erreichen. Die damit auf den ersten Blick einhergehende Erweiterung der Möglichkeitsräume ist aber zugleich mit der Pflicht verbunden, noch mobiler und motorisierter sein zu müssen, noch weiter entfernte und noch „bessere“ Standorte herauszufinden und kennen zu lernen. Die Orientierung auf die „Ferne“ und das „Andere“ führen zugleich zum Vergessen und manchmal auch zum Verfall der eigenen sich im direkten Wohnumfeld befindenden Konsum-, Freizeit- und Sportmöglichkeiten.

In den folgenden Abschnitten werden die Zusammenhänge zwischen den bevorzugten Sportarten, den bevorzugten Verkehrsmitteln und dem Wohnstandorten diskutiert. Dabei sollen Sportarten, die sehr gut im nahen Wohnumfeld ausgeübt werden, ebenso identifiziert werden wie Sportarten, die große Distanzüberwindungen und die Fahrt mit dem PKW bedürfen.

*Ausgangspunkt der Sportaktivitäten*

Die meisten Sportaktivitäten der Würzburger Studierenden finden ihren Ausgangspunkt im eigenen Haushalt (88%). In den meisten Fällen wird also von dort aus aufgebrochen, um sportaktiv zu sein. Seltener wird Sport im direkten Anschluss an den Besuch der Hochschulen (18%), an den Besuch von Freunden und Bekannten (9%), von Eltern oder Verwandten (11%), oder direkt vom Arbeitsplatz (1%) bzw. von anderen Standorten (5%) wie z.B. Versorgungsstandorten aus ausgeübt. Zwischen den Stadtteilen und Wohnorten bestehen diesbezüglich auch keine größeren Unterschiede.

Wohlaber bestehen Unterschiede zwischen den einzelnen Sportarten (vgl. Tabelle 9).

**Tab. 9: Ausgangspunkt der 15 beliebtesten momentan ausgeübte Sportarten (Mehrfachnennungen möglich)**

	zu Hause	Uni/FH	Freunde	Eltern/ Verwandte	Arbeitsplatz	Sonstige
Joggen	<b>96</b>	11	8	11	3	4
Schwimmen	91	21	15	14	2	5
Fitness & Kraftsport	82	<b>30</b>	2	4	5	4
Radfahren	<b>95</b>	16	16	16	2	9
Fußball	92	25	8	9	2	4
Ski & Snowboard	55	10	15	<b>24</b>	1	<b>24</b>
Wandern & Spaziergehen	89	18	12	<b>19</b>	4	10
Aerobic	89	12	5	6	0	0
Tanzen & Tanzsport	87	23	10	10	2	5
(Beach-) Volleyball	84	26	12	15	3	6
Tennis & Squash	85	23	3	<b>19</b>	1	5
Kampfsport	90	<b>32</b>	<b>18</b>	6	2	9
Basketball	86	<b>30</b>	<b>30</b>	7	4	<b>21</b>
Badminton	88	<b>35</b>	4	7	0	5
Inlineskating	<b>98</b>	11	<b>32</b>	<b>25</b>	6	9
andere Sportarten	84	18	13	21	1	19

Eindeutig meist von zu Hause aus werden die Sport- und Bewegungsarten Inlineskating, Joggen und Radfahren ausgeübt. Badminton, Kampfsport, Basketball, Fitness & Kraftsport werden in über 30% der Fälle an den Besuch der Uni/FH gekoppelt. Inlineskating, Basketball und Kampfsportarten werden relativ häufig von Freunden und Bekannten aus ausgeübt. Ebenfalls Inlineskating, aber auch Ski & Snowboard, Wandern & Spaziergehen, Tennis & Squash werden häufig mit dem Besuch der Eltern und Verwandten verbunden. Vor allem die Sportstätten für Ski & Snowboard sowie von Basketball werden häufig von anderen Standorten aus erreicht.

#### *Zur Sportausübung notwendige Distanzüberwindung*

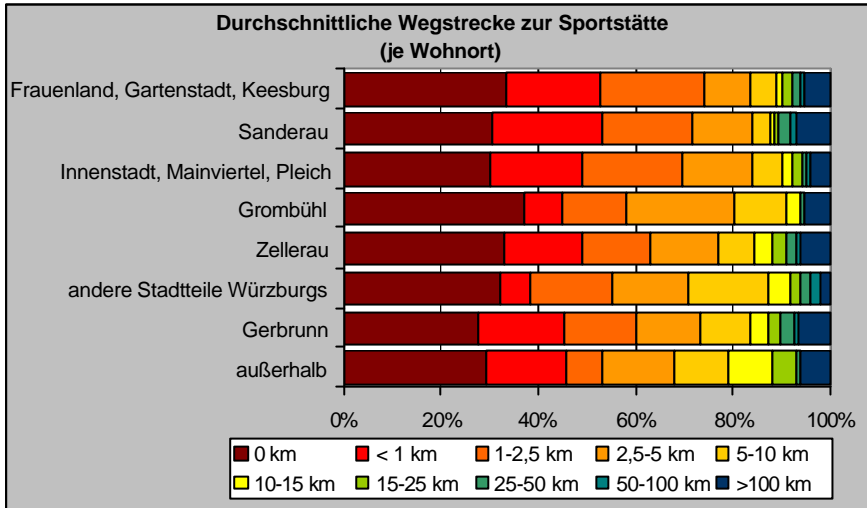
Die zur Sportausübung notwendige Distanzüberwindung schwankt im geringeren Maße zwischen den einzelnen *Wohnstandorten*, jedoch im stärkeren Maße zwischen den einzelnen *Sportarten*.

Durchschnittlich können 32% aller Studierenden ihre Sportaktivitäten ohne jegliche Distanzüberwindung entweder zu Hause oder direkt „vor der eigenen Haustüre“ beginnen. 17% müssen dafür maximal 1 km zurücklegen, 18% zwischen 2,5 und 5 km, 13% zwischen 5 und 10 km. 19% müssen Distanzen über 10 km überwinden.

Die Sportstätten in Würzburg sind v.a. für Studierende, die im Frauenland und in der Sanderau wohnen, besonders praktisch zu erreichen. Mehr als die Hälfte der von dieser Gruppe zurückgelegten Wegstrecken sind unter 1 km lang, also äußerst einfach zu Fuß erreichbar (vgl. Abbildung 30). Zwischen 19 und 21% der zurückgelegten Wege der Bewohner in den Stadtteilen Innenstadt, Sanderau und Frauenland sind zwischen 1 und 2,5 km lang (ebenfalls gut zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar). Diese Stadtteile profitieren im hohen Maße von ihrer Nähe zu den Einrichtungen der Sportuniversität, verschiedener Vereine, den Sportgelegenheiten in Parks und am Main sowie zu den Schwimmbädern.

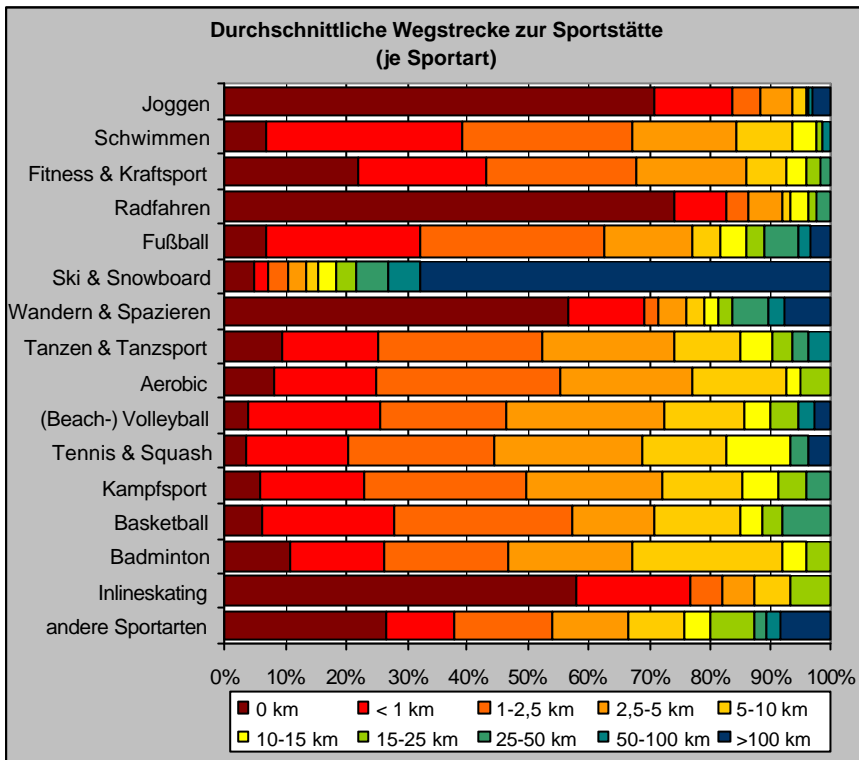
Studierende, die in Grombühl, in der Zellerau und in anderen Stadtteilen Würzburgs wohnen, müssen weitaus häufiger (42%, 37% bzw. 45%) Distanzen über 2,5 km zurücklegen, um an ihre bevorzugte Sportstätte zu gelangen. Gerbrunn als Wohnstandort in Campusnähe profitiert sicherlich von der Nähe zur Sportuni. Lediglich knapp 40% der dort lebenden Studierenden müssen durchschnittlich mehr als 2,5 km zu den favorisierten Sportstätten zurücklegen. Ein relativ hoher Anteil der außerhalb Würzburgs wohnenden Studenten/innen treibt einerseits im direkten Wohnumfeld Sport (0km und < 1km: 45%) bzw. muss andererseits relativ weite Strecken zur Sportausübung zurücklegen (>10 km: 21%).

**Abb. 30: Durchschnittliche Wegstrecke zur Sportstätte je Wohnort**



In Abbildung 31 wird die „verkehrserzeugende“ Wirkung der unter den Würzburger Studierenden 15 beliebtesten Sportarten dargestellt. Dabei sind deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sportaktivitäten zu erkennen.

**Abbildung 31: Durchschnittliche Wegstrecke zur Sportstätte je Sportart**



Sport- und Bewegungsarten wie *Joggen*, *Radfahren*, *Spaziergehen* und *Inlineskating* die im Vergleich zu anderen Aktivitäten keine aufwendigen und spezifischen Sportanlagen benötigen, sondern einfache Sportgelegenheiten besetzen können, bedingen mit Abstand die **kürzesten Wegstrecken**. So beginnen deutlich über 70% der Jogger und Radfahrer ihre das Laufen und Fahren direkt von zu Hause aus.

*Schwimmen*, *Fitness & Kraftsport* sind Sportarten, die für die meisten Studierenden ebenfalls noch relativ unkompliziert im eigenen Wohnumfeld ausübbar sind. Ca. 40% müssen **Wegstrecken unter 1 km** aufwenden, um die entsprechenden Sportanlagen zu erreichen. Nur zwischen 15 und 17% der Anhänger dieser Sportarten weitere Wegstrecken mit einer Länge von über 5 km zurücklegen.

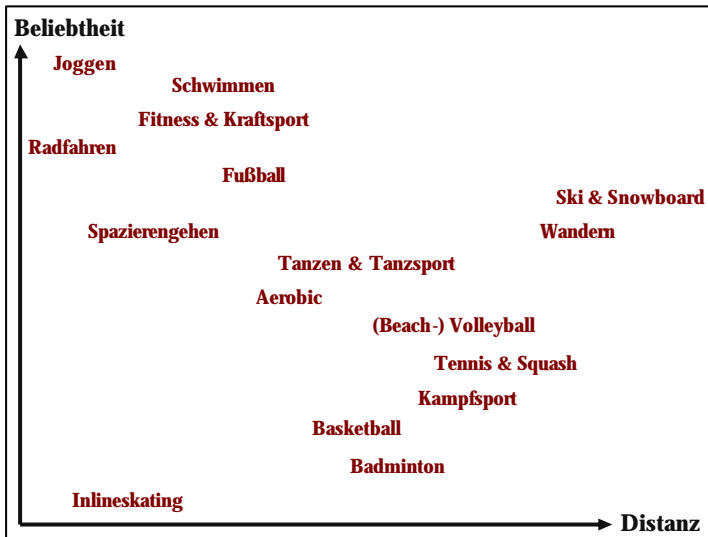
*Fußball*, *Tanzen & Tanzsport*, *Aerobic* und *Basketball* ähneln sich zumindest bezüglich der dafür durchschnittlich zurückzulegenden Distanzen. Mehr als 50% der Studierenden, die diese Sportarten bevorzugen, müssen **weniger als 2,5 km** zurücklegen, um die dafür notwendigen Sportstätten zu erreichen.

Mehr als 50% der Studierenden, die gerne *(Beach-) Volleyball*, *Tennis*, *Squash* und *Badminton spielen* bzw. *Kampfsport* treiben, müssen einfache Fahrstrecken von **mehr als 2,5 km** zurücklegen. Zum Teil mehr als 15% müssen sogar durchschnittliche Distanzen von **mehr als 10 km** in Kauf nehmen.

Die **größten Distanzen** sind für das *Ski- und Snowboardfahren* und zum *Wandern* notwendig. 67% der Ski- und Snowboarder legen durchschnittlich mehr als 100 km zurück, um in die attraktiven Wintersportgebiete der Alpen zu gelangen. Die einigen wenigen, Wintersportgelegenheit in der Region spielen daher eine untergeordnete Rolle. Damit gehören Skifahren und Snowboarding zu den Sportarten, die im Falle ihrer Ausübung den meisten Verkehr erzeugen.

In Abbildung 30 wird noch einmal abschließend der Zusammenhang Beliebtheit (Häufigkeit) der Sportart und der zur Ausübung notwendigen Distanzüberwindung dargestellt.

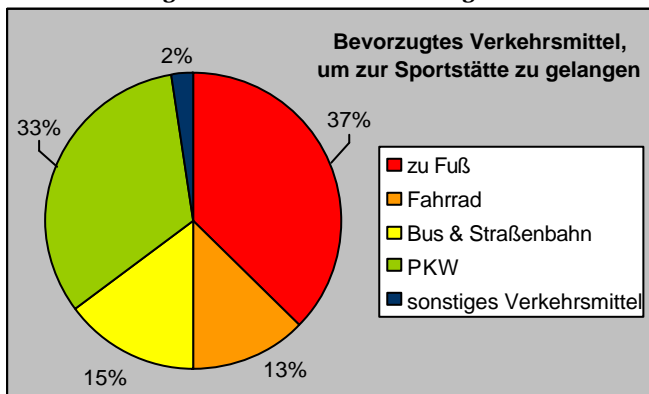
Abb. 32: Zusammenhang zwischen Beliebtheit der Sportart und Distanzen



*Verkehrsmittelwahl*

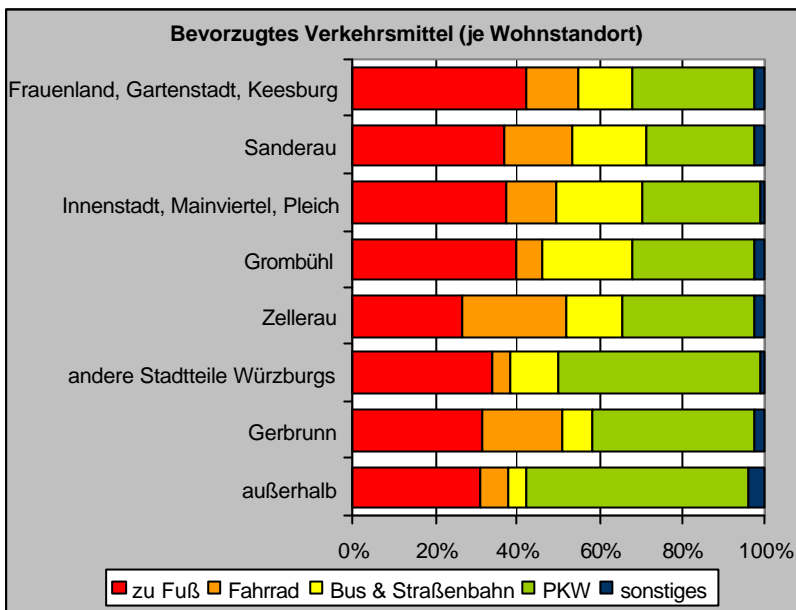
In Abbildung 33 ist zu sehen, welche Verkehrsmittel die Würzburger Studierenden wählen, um zu den jeweiligen Sportstätten zu gelangen. Hierbei wird die überragende Rolle des PKWs ersichtlich. Während in der Regel lediglich 15% der Studierenden den Weg von zu Hause zur Universität bzw. zur FH mit dem Auto zurücklegen, wählen 33% der sportaktiven Studierenden das Auto als Verkehrsmittel, um gewöhnlich zum Sport zu kommen. Sport führt also nicht nur zu mehr körperliche Bewegung und Ertüchtigung unter den Studenten/innen, sondern in vielen Fällen auch zu höherer PKW-Verkehrsbelastung auf Würzburgs Straßen. Bus und Straßenbahn sowie das Fahrrad (als sportliche Alternative zum Auto) spielen unter den sportaktiven Studierenden eine eher untergeordnete Rolle. Zwar gelangen immerhin 37% der sportaktiven Befragten zu Fuß zu den Sportanlagen und Sportgelegenheiten ihrer Wahl, doch enthält dieser Wert auch das Mobilitätsverhalten derjenigen Personen, die direkt zu Hause bzw. direkt von zu Hause aus Sport- und Bewegungsarten (z.B. Joggen, Radfahren, Spaziergehen) ausüben, wozu in der Regel die Benutzung von Verkehrsmitteln nicht notwendig ist.

**Abb. 33: Bevorzugtes Verkehrsmittel der Würzburger Studierenden, um zur Sportstätte zu gelangen**



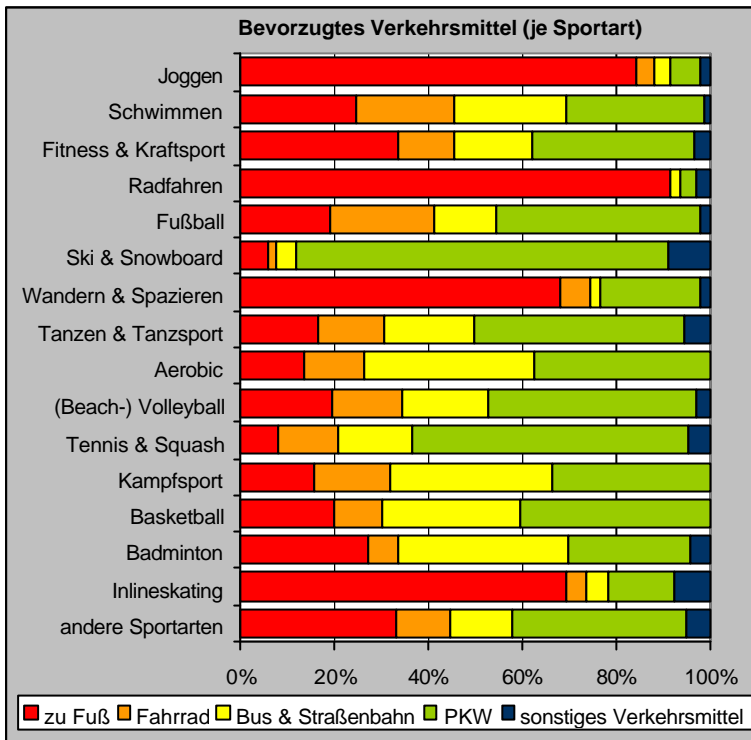
Zwischen den Stadtteilen und Wohnorten gibt es bezüglich der Verkehrsmittelwahl teilweise signifikante Unterschiede (vgl. Abbildung 34).

**Abb. 34: Bevorzugtes Verkehrsmittel der sportaktiven Studierenden je nach Wohnstandort**



Vergleichsweise selten benutzen die in der Sanderau und in der Innenstadt wohnenden Studierenden das Auto, um zur bevorzugten Sportstätten zu gelangen. Viele der potenziellen Sportanlagen und -gelegenheit liegen ebenso wie im Frauenland und in Grombühl sehr nahe, so dass problemlos zu Fuß viele der Standorte leicht zu erreichbar sind. Der Anteil der Fußgänger ist in diesen Stadtteilen mit ca. 40% überdurchschnittlich hoch. Bus und Straßenbahn spielen v.a. für die Sportler/innen aus den Stadtteilen Grombühl, Innenstadt und Sanderau eine relativ große Rolle, das Fahrrad in den Stadtteilen Zellerau, Sanderau und in Gerbrunn. Mehr als die Hälfte der Studierenden, die in anderen Stadtteilen Würzburgs bzw. außerhalb der Hochschulstadt wohnen, benutzen regelmäßig das Auto, um zu den erwünschten Sportstätten zu gelangen. In der Zellerau und den so genannten anderen Stadtteilen, in Gerbrunn sowie in den Wohnorten außerhalb Würzburgs ist das Auto das wichtigste Verkehrsmittel.

Abb. 35: Bevorzugtes Verkehrsmittel der sportaktiven Studierenden je nach Sportart



Zwischen den einzelnen Sportarten existieren erwartungsgemäß ebenfalls große Unterschiede (vgl. Abbildung 35).

Die direkt zu Hause bzw. direkt von zu Hause ausgeübten Sport- und Bewegungsarten wie *Joggen*, *Radfahren*, *Spaziergehen*, *Inlineskating* und z.T. *Fitness & Kraftsport* zeichnen sich durch den **höchsten Fußgängeranteil** (meist deutlich über 60%) aus. Diese Sport- und Bewegungsarten können damit ohne Zweifel als besonders umweltfreundlich bezeichnet werden.

*Schwimmen*, *Fitness & Kraftsport* als beliebte Sportarten v.a. im nahen und weiteren Wohnumfeld sowie *Aerobic*, *Kampfsport* und *Badminton*, die mittlere und zum Teil größere Wegstrecken zur Ausübung erforderlich machen (vgl. Abbildungen 30 und 31), zeichnen sich dadurch aus, dass mehr als 60% der Anhänger dieser Sportarten entweder (**umweltfreundlich**) **zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit Bus & Straßenbahn** anreisen. Insbesondere bei den Anhängern der Sportarten *Aerobic*, *Kampfsport*, *Basketball* und *Badminton* ist die An- und Abfahrt mit **Bus & Straßenbahn** sehr beliebt (> 30%).

Diejenigen Studierenden, die gerne die Mannschaftssportarten *Fußball*, *Basketball* und (*Beach -*) *Volleyball* sowie gerne *tanzen*, benutzen hierfür **überdurchschnittlich häufig das Auto** (>40%). Obwohl sich beispielsweise beim Fußball 64% aller Fußballplätze im Umkreis von 2,5 km zum eigenen Wohnstandort befinden (vgl. Abbildung 29), spielen Fuß und Fahrrad als Verkehrsmittel eine relativ geringe, das Auto allerdings eine entscheidende Rolle.

Über **80%** der *Skifahrer* und *Snowboarder* sowie ca. 60% der *Tennis- und Squashspieler* fahren kommen mit dem **Auto** zu den bevorzugten Sportstandorten. Gründe hierfür liegen in der Lage der dafür notwendigen Sportanlagen und -gelegenheiten. Ein sehr großer Teil der Tennis- und Squashanlagen liegen am Stadtrand oder zeichnet sich durch eine schlechte ÖPNV-Erreichbarkeit aus. Skorte wiederum sind wesentlich einfacher und angenehmer mit dem eigenen PKW anstatt mit Bus & Bahn zu erreichen.

In den vergangenen Teilkapiteln zur Mobilität der sportaktiven Studierenden in Würzburg wurden folgende Zusammenhänge deutlich:

1. Die Sportnachfrage am Wohnort orientiert sich sehr stark am Sportangebot und den Sportmöglichkeiten im eigenen nahen und weiteren Wohnumfeld (bis zu 2,5 km Entfernung). Die Nähe zu den Einrichtungen der Sportuni, zu öffentlichen Einrichtungen wie den Schwimmbädern und Sporthallen, zu Parks, Fahrrad- und Spazierwegen und teilweise zu den Sportanlagen der Sportvereine spielt dabei eine entscheidende Rolle.
2. Die Nähe der Sportstätten zu Einrichtungen der Universität sowie zu den Wohnstandorten der Eltern, Freunde und Bekannte begünstigt eine praktische Kopplung der Sportaktivitäten mit den Aktivitäten „Studium“ und „soziale Kontakte“.
3. Allerdings ist die Bereitschaft, zur Ausübung der jeweiligen Sportart Distanzen zu überwinden sehr unterschiedlich. Vor allem für die Sport- und Bewegungsarten Ski- und Snowboard, Wandern, Tennis & Squash, Badminton und (Bach-) Volleyball nehmen die meisten Studierenden überdurchschnittlich große Fahrtstrecken in Kauf.
4. Die Lage des Wohnstandorts im Stadtraum, die Lage der Sportstätten und ihre Anbindung an das Straßen-, ÖPNV-, Fahrrad- und Fußwegenetz sowie die unterschiedliche und die Verfügbarkeit der unterschiedlichen Verkehrsmittel entscheidet nicht nur über die Bevorzugung und Meidung bestimmter Sportarten, sondern vor allem über die Verkehrsmittelwahl selbst.

## 5.5 Sport im Urlaub

Sport findet nicht nur im Studiumsalltag, sondern häufig auf Reisen, in anderen Städten und Ländern statt. Dabei kann Sport

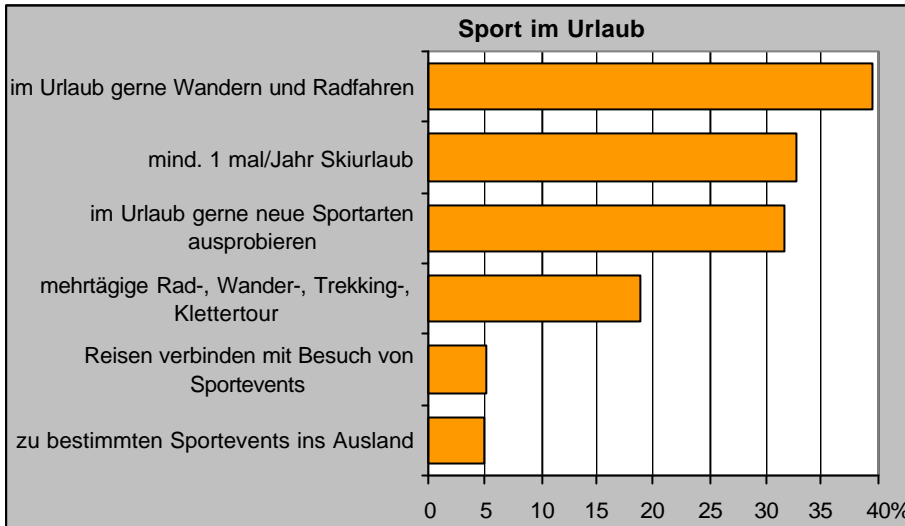
- den eigentlichen Grund der Reise, den Mittelpunkt des Urlaubs darstellen (= *Sporturlaub*)
- eine Beschäftigung neben vielen anderen während des Aufenthalts sein (= *Sport im Urlaub*).

Bei vielen Studierenden in Würzburg spielt Sport im Urlaub eine wichtige Rolle (vgl. Abbildung 36):

- Knapp 40% der Studenten/innen wandern gerne bzw. fahren gerne Fahrrad im Urlaub, wobei Fahrradfahren und Wandern nicht das zentrale Motiv der Reise darstellen. Vor allem Frauen (44%), die Über-24-Jährigen (45%), Stark-Übergewichtige (47%), Theologie- und Biologiestudenten (46 bzw. 45%) fallen in diese Studentengruppe.
- 33% aller Befragten unternehmen mindestens einmal im Jahr einen Ski- oder Snowboardurlaub. Besonders Männer (36%), Studierende des Faches Wirtschaftswissenschaften (46%), Dauersportler (52%) und wettkampforientierte Sportler (46%) bevorzugen diese Sporturlaubsart.
- 32% der Studierenden in Würzburg probieren gerne im Urlaub auch einmal neue Sport- und Bewegungsarten aus, die sie zu Hause nicht treiben (z.B. Tauchen, Fallschirmspringen, Rafting, Canyoning, Wind- und Kitesurfen). Besonders Studierende der Fächer Romanistik (38%), Wirtschaftswissenschaften (37%), Medizin, Anglistik und Geowissenschaften (je 36%), Studenten/innen mit höherem monatlichen Einkommen (>500 €: 38%) und Dauersportler (40%) und Spaßorientierte (48%) sind experimentierfreudig. In vielen Fällen werden die ausprobierten Sportarten „mit nach Hause“ genommen sowie dort oder auf anderen Reisen weiter nach Möglichkeit ausgeübt.

Abb. 36: Sportaktivitäten im Urlaub





- 19% der befragten Studenten und Studentinnen unternahmen innerhalb des letzten Jahres mindestens eine mehrtägige Rad-, Wander-, Ski-, Trekking- oder Klettertour. Hierbei standen Bewegung und Sport, häufig auch Extremsport, eindeutig im Vordergrund. Besonders unter Männern (23%), älteren Studierenden (>24 Jahre: 23%), Theologie-, Medizin- und Geowissenschaftenstudenten/innen (27-30%), aber auch Studierende, die nur selten an Wettbewerben teilnehmen (30%) sind die Touren-Urlaube überdurchschnittlich beliebt.
- Das Reisen zu bestimmten Sportevents im Ausland (Sportevent als zentraler Grund der Reise) sowie das Reisen in Verbindung mit dem Besuch von Sportveranstaltungen (Sportevent als wichtiger Grund der Reise) treffen jeweils nur auf 5% der Befragten zu.

## 6. Sport als Lebensstil

### 6.1 Sport – eine Frage des Lebensstils?

Sport beschränkt sich nicht ausschließlich auf Sportaktivitäten selbst. Sport findet u.a. im Fernsehen, in Zeitschriften, in Computerwelten, in der Mode, in der alltäglichen Unterhaltung oder auf großen Events und Veranstaltungen statt.

In vielen Sportdiskursen in den Medien, der Politik und den Wissenschaften ist heute vom „*Megatrend Sport*“ die Rede, der zunehmend alle Teile des gesellschaftlichen Alltags erfasst und durchdringt. Immer mehr Aspekte der Lebensführung (z.B. Ernährung, Bekleidung, Urlaub, soziale Kontakte, Medienkonsum) und Identitätsfindung (z.B. Identitäten einzelner Individuen, Gruppen, Städte, Regionen und Nationen) ebenso wie immer mehr Bereiche in der Politik (z.B. Gesundheitspolitik), in der Stadt- und Regionalplanung und -entwicklung (z.B. Vermarktung als Sportstadt oder Sportregion) und der Ökonomie werden zuzusagen „versportlicht“.

Sport wird dabei immer häufiger zur Frage des „*Lebensstils*“, mit dem bestimmte Werte-, Einstellungs- und Handlungsmuster verbunden sind, die weit über die einzelne Sportaktivität hinausgehen.

Sport als zentraler Ankerpunkt zeitgenössischer Lebensstile gewinnt immer weiter an Bedeutung,

- je stärker das *Empfinden innerhalb der Bevölkerung* ausgeprägt ist, etwas für den eigenen Körper tun zu wollen/müssen, an Sport gefallen zu finden, je stärker die Tendenz „Sportlichkeit“ als etwas deutliche Positives zu werten, Unsportlichkeit ein „gesellschaftliches Stigma“ wird (Schroer 2005, S.33),
- je stärker Politik, Planung, Verbände und andere öffentliche Institutionen (z.B. Bildungs- und Forschungsinstitutionen, Krankenkassen) *Notwendigkeiten* körperlicher Betätigung, gesunder Lebensweisen, körperlicher Kontrolle und Vitalität *öffentlichkeitswirksam betonen* und gleichzeitig *neue Möglichkeiten hierfür schaffen* (z.B. Sporevents, Sportzentren),
- Je stärker Sport, Sportgroßveranstaltungen und -events *in den Massenmedien präsent* sind, je mehr Sportler/innen medial verstärkt zu Popstars und Idolen werden und durch ihr nicht-sportliches Lebens gesellschaftliche Relevanz erhalten,
- Je mehr *kommerziell angebotene Konsumgüter mit Sportsymbolik* aufgeladen werden, Sportlichkeit repräsentiert werden und kommerziell vermarktet werden; Beispiele sind Sportmode, Sportautos, Sportreisen und Sporternährung.

Auch wenn in der Studentensportstudie 2008 die tatsächlichen Sportaktivitäten sowie die damit verbundenen Organisationsformen, Motive, Einstellungen, räumlichen Strukturen und Interaktionen im Vordergrund stehen, werden nun in diesem Kapitel Zusammenhänge zwischen dem Sportverhalten und Elementen sportlicher Lebensstile ansatzweise aufgezeigt.

Sport wird dabei nicht mehr nur als „Sportaktivität“ aufgefasst, sondern als

- „*inszenierter*“ Sport: Er umfasst v.a. Sportereignisse, an denen „passiv“ als Zuschauer teilgenommen und live „mitgefiebert“ wird, z.B. beim Besuch von Sportveranstaltungen der Profi- und Amateurligen oder beim Besuch von Sportgroßevents wie Fußballweltmeisterschaften, Tennisturnieren, Stadtmarathons, Beachvolleyball Events und Segelwettbewerben
- „*medialer*“ Sport: Darunter versteht man das Verfolgen von Sportereignisse am Fernsehen, im Internet, in der Zeitung und in Zeitschriften, sei es zu Hause, als auch in Kneipen, Cafés, Biergärten oder an anderen Standorten
- „*virtueller*“ Sport: Darunter fallen insbesondere Konsolensportspiele (PC, Playstation, Simulatoren) wie Fußball Manager 08, FIFA Football 2006 oder Winter Sports von ES

Sports sowie webbasierte Sportspielen wie Kicker Managerspiel, Comunio oder Sportbild Bundesliga Manager

- „symbolisierter“ Sport: Zum einen werden durch das Fan-Sein und den Besitz von Fan-Artikeln Identitäten zum Ausdruck gebracht. Zum anderen symbolisieren das Tragen von sportlicher Bekleidung und die Bevorzugung bestimmter Sportmarken „Sportlichkeit“ im Allgemeinen und die Zugehörigkeit zu Gruppen im Speziellen.

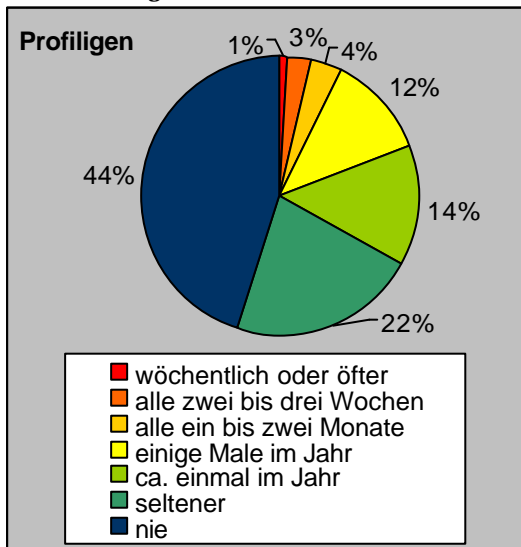
Es wird im Folgenden der These nachgegangen, wonach „Sport“ und „Sportlichkeit“ weite Teile des Alltagslebens der Studierenden auch außerhalb der tatsächlichen Sportaktivitäten prägen

## 6.2 „Inszenierter“, „medialer“ und „virtueller“ Sport

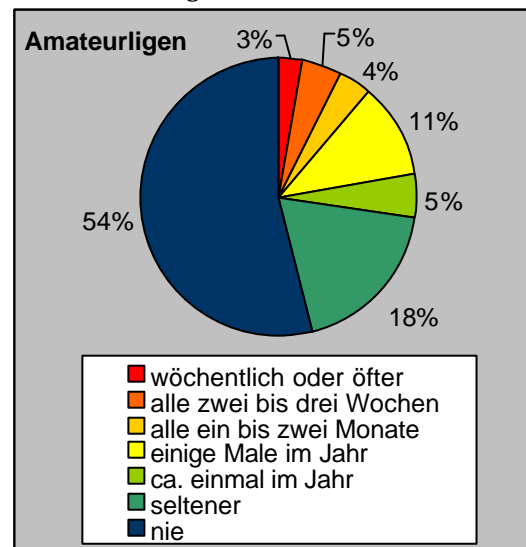
*Besuch von Sportveranstaltungen der Profi- und Amateurligen*

Die Mehrheit der Studierenden hat schon einmal Sportveranstaltungen der Profiligen (z.B. in Fußballstadion, zum Eishockey oder zu Handball- oder Basketballspielen) besucht bzw. tut dies zumindest hin und wieder. Immerhin 1/5 aller Studierenden besucht solche Sportveranstaltungen mehrmals im Jahr. Zu Veranstaltungen der Amateurligen lediglich die Minderheit der Würzburger Studenten/innen (vgl. Abbildungen 37 und 38).

**Abb. 37: Besuch von Sportveranstaltungen der Profiligen**



**Abb. 38: Besuch von Sportveranstaltungen der Amateurligen**



Innerhalb der Studentenschaft gibt es deutliche Unterschiede bezüglich des Besuchs von Sportveranstaltungen in Profi- und Amateurligen:

- Sportevents sind größtenteils „Männersache“. Während 6% der Studenten (Studentinnen: 2%) mindestens alle zwei bis drei Wochen, weitere 40% (23%) ein bis zwölf Mal pro Jahr und lediglich 34% (53%) niemals Sportveranstaltungen der Profiligen besuchen, liegen diese Werte bei Frauen deutlich niedriger.
- Je mehr Sport betrieben wird, desto häufiger werden Sportveranstaltungen der Profi- und Amateurligen besucht. Während mehr als 1/3 der Dauersportler (mind. 4 Mal pro Woche Sport) zumindest mehrere Male im Jahr zu diesen Veranstaltungen gehen, sind es bei den Gelegenheitssportlern weniger als 1/10.

- Je leistungs- und wettkampforientierter Sport betrieben wird, desto größer die Begeisterungen für Sportveranstaltungen. Studierende, die mehrmals pro Monate selbst als aktive Sportler an Wettkämpfen und –bewerben teilnehmen, besuchen besonders häufig Sportveranstaltungen der Profi (11% mind. alle zwei bis drei Wochen; 56% ein bis zwölf Mal pro Jahr) und vor allem der Amateurligen (27% mind. alles zwei bis drei Wochen; 42% ein bis zwölf Mal pro Jahr). Während lediglich 27% der Zweckorientierten (57% nie), 29% der Spaßorientierten (50% nie), 35% der Gruppenerlebnisorientierten (40% nie) und 40% der Körpererlebnisorientierten (40% nie) mindestens einmal im Jahr eine Sportveranstaltung besuchen, tun dies immerhin 53% aller Leistungs- und Wettkampfsportler (14% nie).
- Auch Nicht-Sportler besuchen hin und wieder Sportveranstaltungen. Immerhin 14% dieser Gruppen sind mindestens einmal im Jahr Zuschauer von Profi und/oder Amateurspielen und –wettbewerben.

*Sport im Fernsehen*

Die Mehrheit der Studierenden verfolgt relativ selten (weniger als zwei Stunden pro Woche) Sport am Fernsehen (0 h: 37%; <1 h: 29%; 1-2 h: 14%). Immerhin 17% sehen durchschnittlich zwischen zwei und sieben Stunden pro Woche Sportsendungen an. Und 4% der Befragten gaben an, mehr als sieben Stunden pro Woche Sport im TV zu konsumieren.

Abb. 39: Sportfernsehkonsument pro Woche; Studenten

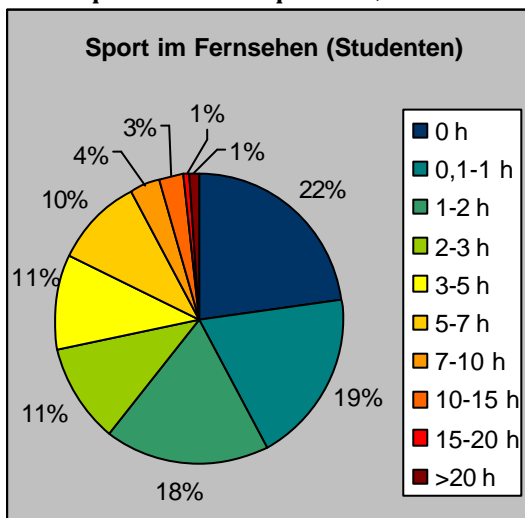
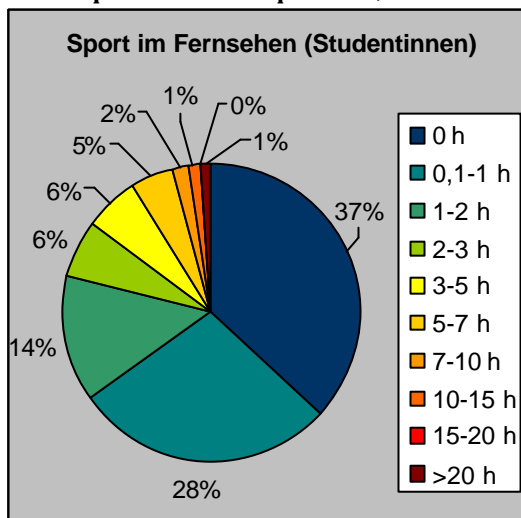


Abb. 40: Sportfernsehkonsument pro Woche; Studentinnen



Auch hier gibt es deutliche Unterschiede:

- *Studenten* sehen deutlich häufiger und länger Sportsendungen am Fernsehen als Studentinnen (vgl. Abbildungen 39 und 40).
- *Leistungs- und Wettkampfsportler* sind am meisten am Sport im Fernsehen interessiert. Während lediglich 22% weniger als eine Stunde pro Woche Sportsendungen ansehen, tun dies mehr als 57% mindestens zwei Stunden pro Woche. Vor allem unter den Zweckorientierten spielt Sport im Fernsehen eine untergeordnete Rolle (< 1h: 80%; > 2h: 11%). In den anderen Clustern liegen diese Werte dazwischen.
- Immerhin 12% der *Nicht-Sportaktiven* sehen mehr als zwei Stunden pro Wochen Sport am Fernsehen.

*Sportübertragungen in der Öffentlichkeit und zu Hause*

Sportmedienkonsum findet in vielen Fällen nicht alleine und zu Hause statt. Vielmehr ist das gemeinsame Verfolgen von Sportveranstaltungen und –events in vielen Fällen ein wichtiger Grund, sich überhaupt mit Freunden und Bekannten zu treffen. Der gemeinsame Sportmedienkonsum wird für viele Studierende so zu einem gewöhnlichen Bestandteil ihres sozialen Alltagslebens. Insbesondere zwei Kontexte spielen dabei eine Rolle. Zum einen trifft man sich in Kneipen, Cafés und Biergärten, die auf großen Bildschirmen und Leinwänden Sport-Live-Übertragungen (z.B. Bundesliga-, Champions League-, UEFA-Cup-, Fußballnationalmannschaftsspiele; Formel 1-Rennen) anbieten. Dabei werden zugleich gastronomische Möglichkeiten (Essen und Trinken) intensiv genutzt. Zum anderen trifft man sich mit Freunden und Bekannten zu Hause, um privat Sportübertragungen zu folgen.

Abb. 41: Verfolgen von Sport-Live-Übertragungen in Biergärten, Kneipen und Cafés

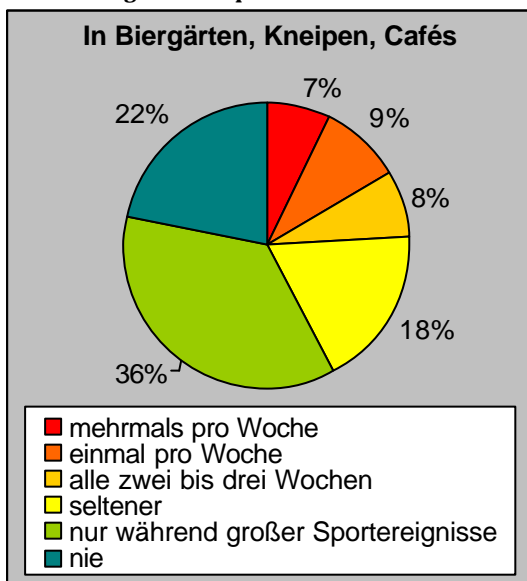
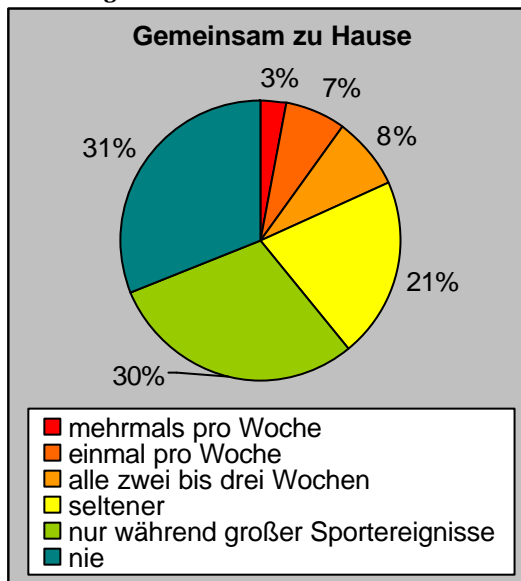


Abb. 42: Verfolgen von Sport-Live-Übertragungen gemeinsam zu Hause mit Freunden/Bekanntem



In den Abbildungen 41 und 42 wird die Beliebtheit der beiden Freizeitbeschäftigungen deutlich:

- Nur ein relativ geringer Teil der Studierenden verfolgt nie Sport-live-Übertragungen in Biergärten, Kneipen und Cafés (Studenten: 17%; Studentinnen: 25%) oder zu Hause mit Freunden und Bekannten (Studenten: 20%; Studentinnen: 40%).
- Besonders häufig (alle zwei bis drei Wochen oder häufiger) verfolgen Männer (Kneipe, Café, Biergarten: 43%; gemeinsam zu Hause: 38%), Dauer- und Intensivsportler (39%; 31%), Leistungs- und Wettkampforientierte (52%; 48%) Sportübertragungen in Kneipen, Cafés, Biergärten oder mit Freunden zu Hause, besonders selten Frauen (12%; 6%), Gelegenheitsportler (23%; 11%), Nicht-Sportaktive (14%; 8%) sowie die Zweckorientierten (16%; 8%).
- Von überragender Bedeutung sind große Sportevents wie die Fußball-WM oder -EM sowie Olympia. Denn dann folgen auch besonders viele Frauen (45%; 45%), Zweckorientierte (43%; 36%) und Spaborientierte (43%; 39%) in Kneipen, Cafés, Biergärten sowie gemeinsam zu Hause den Sport-Live-Übertragungen.

*Sport im Internet, in der Zeitung und in Sportzeitschriften*

In den Abbildungen 43, 44 und 45 wird abgebildet, wie und wie häufig sich die Studierenden in den Medien Internet, Zeitung und Zeitschriften über Sport informieren. Das Internet ist hierbei von größter Bedeutung, gefolgt von den Sportnachrichten in Tageszeitungen und den Sportzeitschriften. Während 24% der Befragten mehrmals pro Woche oder öfter im Internet, 20% sich so häufig in der Zeitung über Sport interessieren, lesen lediglich 4% wöchentlich Sportzeitschriften. Auch hier gibt es sehr starke Unterschiede innerhalb der Studentenschaft:

- *Studenten* (mind. mehrmals pro Woche Internet: 49%; Zeitung: 32%; Sportzeitschrift: 8%) *Leistungs- und Wettkampfsportler* (64%; 44%; 9%), *Dauersportler* (41%; 32%; 8%) informieren sich häufiger und öfter als Studentinnen (7%; 11%; 2%), *Zweckorientierte* (14%; 12%; 2%), *Nicht-Sportaktive* (13%; 10%; 3%) sowie *Gelegenheitssportler* (20%; 11%; 2%).
- Es gibt Unterschiede zwischen den „*Vielinformierern*“ und „*Weniginformierern*“. Diejenigen Studierenden, die eines der drei Medien täglich zum Informieren nutzen, nutzen in der Regel zugleich auch die beiden anderen Medien sehr häufig.

Abb. 43: Sich im Internet über Sport informieren

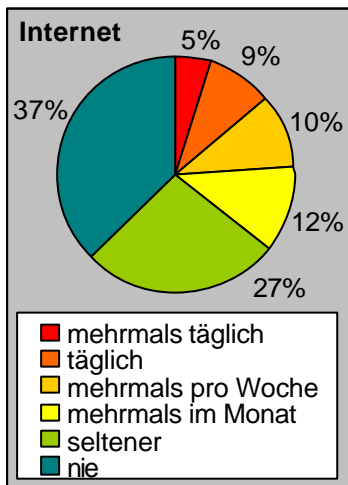


Abb. 44: Sich in der Zeitung über Sport informieren

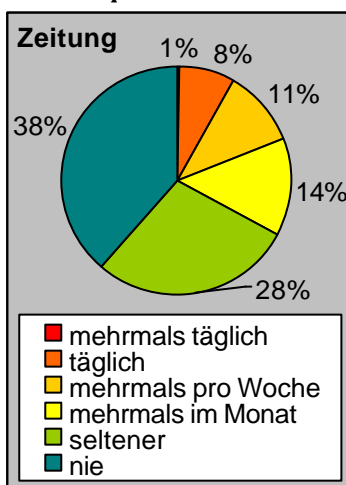
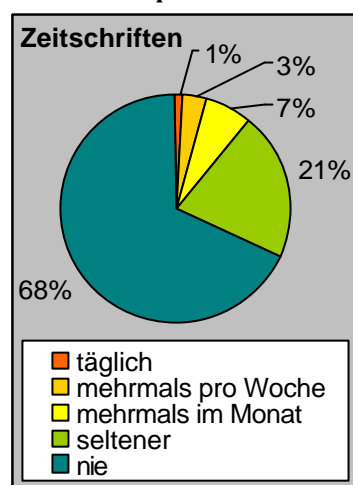


Abb. 45: Sich in Sportzeitschriften über Sport informieren

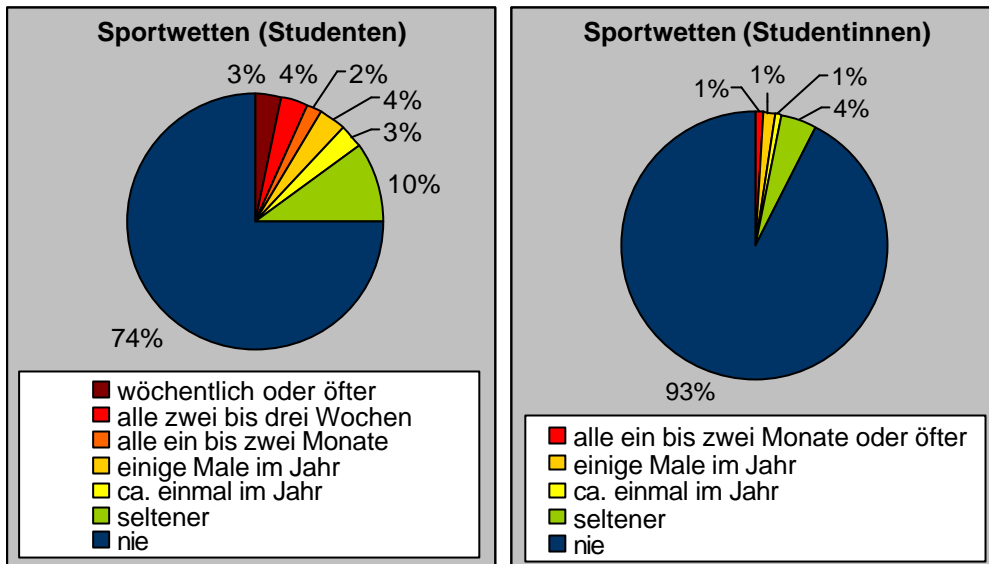


*Sportwetten*

Ein nur sehr geringer Teil der Studierenden nimmt regelmäßig an Sportwetten teil (vgl. Abbildungen 46, 47). Immerhin 7% der Studenten machen alle zwei bis drei Wochen oder öfter bei Sportwetten mit, während unter den Studentinnen die Begeisterung hierfür deutlich geringer ausfällt (1%). Diese Freizeitbeschäftigung zwischen Spiel und Kommerz ist besonders beliebt bei älteren Studierenden (Sportwetten mindestens einige Male im Jahr: 10%), Dauersportlern (12%), Studierenden der Fächer Mathematik & Informatik (15%), Wirtschaftswissenschaften (13%), Politik & Soziologie (12%) sowie den Basketballspielern/innen (14%) und Fußballspieler/innen (23%).

Abb. 46: Teilnahme an Sportwetten; Studenten

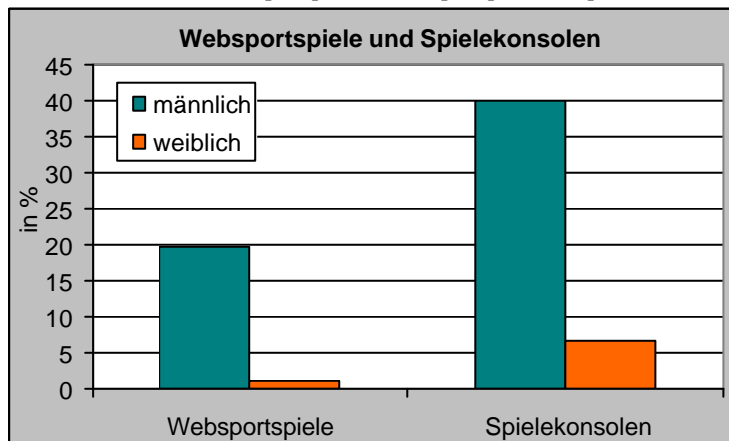
Abb. 47: Teilnahme an Sportwetten; Studentinnen



*Virtuelle Sportwelten*

Nicht nur der „reale“ Sport in „realen“ Sportstätten spielt bei den Studierenden, sondern auch das Sportspielen im Computer. Spiel, Spaß und Spannung stehen dabei im Vordergrund. Es kommt nicht auf die eigene körperliche Bewegung und die eigenen sportlichen Leistungen an, sondern auf die anderer Sportler und Mannschaften, die organisiert und vermarktet werden muss (Websportspiele wie Kicker Managerspiel oder Comunio) bzw. auf die Fähigkeiten, als künstliches Individuum per Drücken und Bewegen des Joysticks an Sportwettbewerben in virtuellen Räumen teilzunehmen (Spielekonsolen wie FIFA Football 2006 oder Winter Sports). In Abbildung 48 wird deutlich, dass virtuelle Sportaktivitäten vor allem „Männersache“ sind. Das Interesse unter Studenten ist um ein vielfaches höher als unter Studentinnen.

**Abb. 48: Teilnahme an Websportspielen sowie Sportspielen an Spielekonsolen**



Überdurchschnittlich beliebt ist der virtuelle Sport bei älteren Studierenden (>24 Jahre: Websportspiele 12%, Spielekonsolen 24%), bei Dauersportlern (12%, 27%), Fußballspielern/innen (40%, 55%), Basketballspielern/innen (20%, 49%) sowie Studierenden der Fächer Wirtschaftswissenschaften (19%, 20%), Mathematik & Informatik (15%, 42%).

### 6.3 „Symbolisierter“ Sport

Sport ist mehr als nur körperliche Bewegung. Er repräsentiert, bringt Identitäten, Zugehörigkeiten und Grenzen zum Ausdruck. Häufig dient Sport

- als zentraler Anker dafür, um sich selbst zu definieren und darzustellen („Ich bin jung, dynamisch und sportlich“, „Ich stehe voll auf Fußball“)
- als Ausgangspunkt von Gruppenbildungen bzw. die Bildung von Subkulturen („Ich liebe Sonne, Beach-Volleyball, unkompliziertes Leben, Australien und coole Mücke!“)
- als Kristallisationskern regionalen Bewusstseins bzw. regionaler Zusammengehörigkeitsgefühle („Als Franke – da bin ich natürlich Club-Fan“)
- als wichtige Säule nationaler Identität („Deutschland soll Europameister werden! - Das wird eine große Party!“).

Grundlage hierfür sind Zeichen, die Sportlichkeit und Zugehörigkeiten zum Ausdruck bringen. Prädestiniert hierfür sind zum einen Marken der Sportmode und zum anderen Fanartikel.

#### *Sportmarken und Bekleidungskonsum*

Sportmarken sind das zentrale Mittel, um Sportlichkeit im alltäglichen Bekleidungskonsum zu symbolisieren. Dabei spielen das Modebewusstsein, Trendorientierung, Wissen über technischen Entwicklungen (z.B. bei Sportschuhen oder Trekking-Bekleidung), Styling und Inszenierungen eine große Rolle.

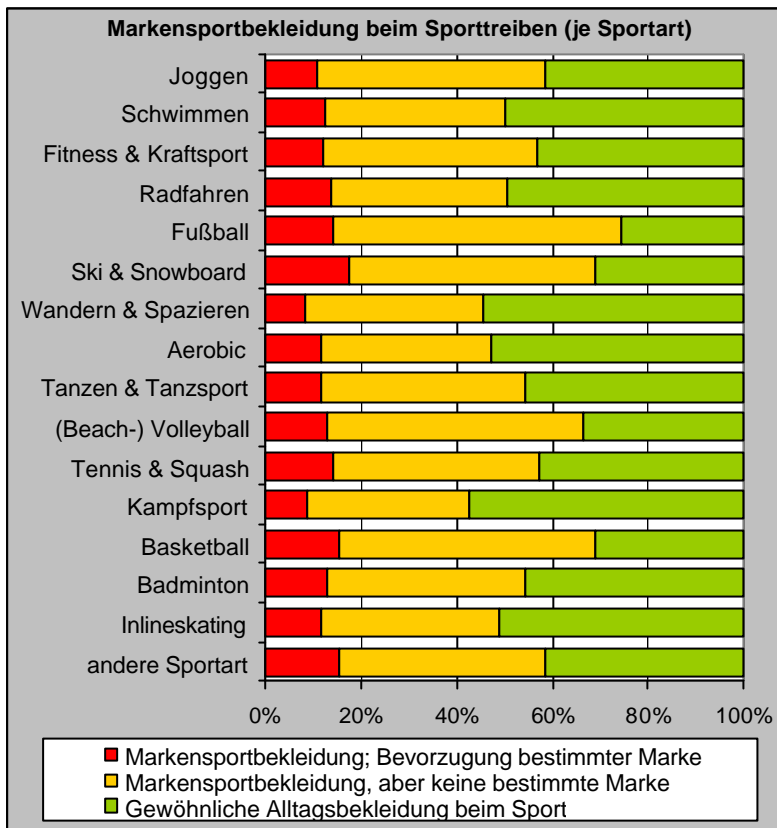
Untersuchungen zum Bekleidungskonsum zeigen, dass sportliche Kleidungsstile v.a. Attribute wie Vitalität, Aktivität, Körperbewusstsein und zugleich Modebewusstsein, aber auch Offenheit und Lockerheit repräsentieren. Gleichzeitig ist die Orientierung am Stil und an den Marken bestimmter Sportler und Mannschaften sehr wichtig.

Die Bedeutung von Markensportbekleidung beim Sporttreiben schwankt zum einen je nach Sporttyp und zum anderen je nach Sportart (vgl. Abbildung 49):

- Die Zweckorientierten legen am wenigsten Wert auf Markensportbekleidung. Nur 5% tragen bei ihren Sportaktivitäten bestimmte Marken (insgesamt: 12%). 37% tragen Markenbekleidung, bevorzugen allerdings keine bestimmten Marken (43%). Die deutliche Mehrheit (58%; insgesamt: 45%) trägt gewöhnliche Alltagsbekleidung beim Sport. Ähnlich, allerdings nicht derart deutlich ausgeprägt, sieht das Bild bei den Spaß-, den Gruppenerlebnis- und den Körpererlebnisorientierten aus.
- Die Leistungs- und Wettkampforientierten legen i.d.R. deutlich mehr Wert auf Markensportbekleidung. 81% tragen meistens Markenkleidung (21% bevorzugen bestimmte Marken, 60% haben keine eindeutige Markenpräferenz). Die große Bedeutung des Sports in ihrem Leben schlägt sich auch im Bekleidungskonsum nieder.
- Markensportbekleidung spielt vor allem bei den Mannschaftssportarten Fußball (74%) und Basketball (69%), bei Ski & Snowboard (68%) sowie bei den Ballsportarten (Beach-)Volleyball (66%), Tennis & Squash (57%) eine große Rolle.
- Hingegen trägt die Mehrheit in den Sport- und Bewegungsarten Kampfsport (57%), Wandern & Spazieren (54%), Aerobic (53%), Inlineskating (51%) und Schwimmen (50%) beim Sporttreiben gewöhnliche Alltagsbekleidung.
- Markensportbekleidung scheint zugleich keine Sache der „Reichen“ zu sein. Es gibt keine unter den Studierenden keine Korrelation zwischen dem Einkommen und dem Tragen von Markensportbekleidung.

**Abb. 49: Tragen der Markensportbekleidung beim Sporttreiben (je Sportart)**

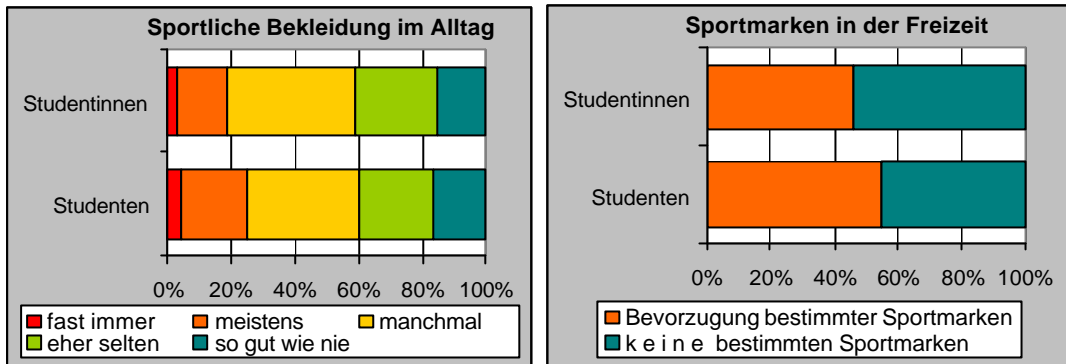




Sportliche Bekleidung spielt auch außerhalb der Sportaktivitäten im Lebensalltag der meisten Studierenden eine große Rolle. Vor allem Turnschuhe, Outdoor- und Trekkingbekleidung) sind von Bedeutung. 4% der Studenten/innen sind im Alltag fast immer sportlich bekleidet, 19% meistens und 39% zumindest manchmal. Lediglich 26% kleiden sich eher selten und 12% so gut wie nie sportlich. Diejenigen Studenten/innen, die beim Sporttreiben Marken tragen, kleiden sich auch im Alltag häufiger sportlich. Zwischen 69 und 76% dieser Gruppen gaben an, manchmal, meistens oder fast immer sportliche Bekleidung im Alltag zu bevorzugen (insgesamt 60%). Es bestehen zudem Korrelationen zwischen der Sporthäufigkeit und dem Sportmodekonsum. Leistungs- und Wettkampforientierte sowie Dauersportler tragen viel häufiger sportliche Klamotten auch im Alltag als beispielsweise Zweckorientierte oder Gelegenheitssportler. Signifikante Unterschiede gibt es zwischen Männern und Frauen (vgl. Abbildungen 50 und 51). Sportliche Bekleidung und Sportmarken spielen im Alltag der Studenten eine deutlich größere Rolle als bei Studentinnen.

Abb. 50: Sportliche Bekleidung im Alltag (je nach Geschlecht)

Abb. 51: Bedeutung von Sportmarken in der Freizeit (je nach Geschlecht)



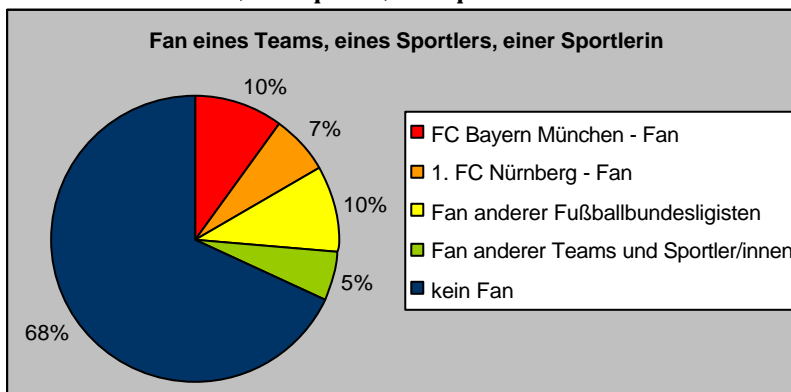
Männliche Befragte identifizierten sich mehrheitlich und weitaus ausgeprägter als weibliche Befragte über Sportmarken. Die Marken Adidas (48%), Puma (34%), Nike (30%) werden dabei mit Abstand am häufigsten bevorzugt.

*Fan-Sein und Fan-Artikel-Haben*

Fan eines Sportlers bzw. einer Sportmannschaft zu sein bedeutet, sich mit jemandem identifizieren, sich dazugehörig fühlen und zugleich sich von anderen abgrenzen zu können. Fan-Sein geht einher mit stark emotional geprägten Ereignissen, Events und Erlebnissen sowie der Verbundenheit mit bestimmten Orten und Räumen. Ähnlich wie in der Sportmode spielen dabei Zeichen die zentrale Rolle, die das Fan-Sein ausdrücken und sichtbar machen. Solche Zeichen können Wappen und Farben der einzelnen Vereine oder Gesänge im Stadion ebenso die Architektur und Lage einer Sportstätte oder Fanartikel sein.

Mehr als 2/3 der Studierenden bezeichnen sich selbst nicht als Fan einer bestimmten Mannschaft bzw. eines bestimmten Profi-Vereins (vgl. Abbildung 52). Während immerhin knapp die Hälfte der Studenten (48%) Fan ist, liegt dieser Anteil bei den Studentinnen deutlich niedriger (21%). Auch hier wird das größere Identifikationspotenzial von Sport für Männer ersichtlich. Unterschiede gibt es auch zwischen den einzelnen Sporttypen: Während Zweckorientierte sich sehr selten (18%) als Fans bezeichnen, tut dies hingegen die Mehrheit der Leistungs- und Wettkampforientierten (55%).

**Abb. 52: Fan eines Teams, eines Sportlers, einer Sportlerin**



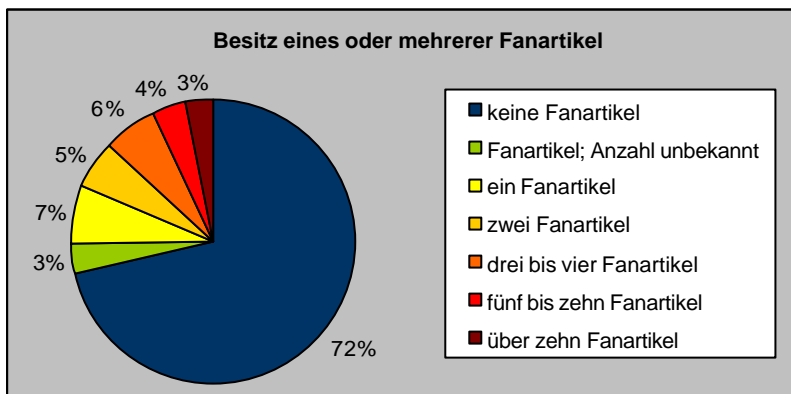
Fußballvereine spielen als Identitätsanker sportbegeisterter Studierender eine zentrale Rolle. Von gewisser, aber deutlich nachrangiger Bedeutung sind deutsche Handball-, Basketball- und Eishockeymannschaften bzw. nordamerikanische Basketball- und Baseballmannschaften.

Immerhin 10% der befragten Studierenden bezeichnen sich als FC Bayern München – Fan, 7% als 1.FC Nürnberg-Fan, weitere 10% als Fans anderer Fußballbundesligavereine und zugleich nicht als Bayern- bzw. FCN-Fan.

Fans zeichnen sich durch einen deutlich intensiveren Sportmedienkonsum sowie durch regelmäßige Besuche von Sportveranstaltungen aus. Während 82% aller Nicht-Fans weniger als zwei Stunden pro Woche Sport am Fernsehen verfolgen, sehen 47% der Fans wöchentlich mehr als zwei Stunden. Zugleich besuchen immerhin 38% der Fans einige Male im Jahr bzw. öfter Sportveranstaltungen der Profiligen (Nicht-Fans: 9%).

Die große Mehrheit der Studierenden (72%) besitzt keine Fanartikel (vgl. Abbildung 53). Während 66% der Fans einen oder mehrere Fanartikel haben, tun dies nur 11% der Nicht-Fans (Abbildung 63).

Abb. 53: Besitz von Fanartikeln



### 6.4 „Fußball ist unser Leben!“

„Fußball ist unser Leben“ - So beginnt nicht nur der Refrain eines berühmten Schlagers aus vergangenen goldenen Zeiten des deutschen Fußballs. So könnte man auch den Lebensalltag vieler Studierenden umschreiben: Fußball als Liebessportart, als zentraler Kristallisationskeim sozialer Kontakte, als Grund, sich in Kneipen, Cafés, Biergärten oder zu Hause zu treffen und Sport im Fernsehen zu schauen; Fußball als zentraler Bestandteil des täglichen Medienkonsums, Informierens und Kommunizierens; Fußball-Fan sein und sich zugehörig fühlen, ins Stadion gehen, Sportwetten abschließen, bei webbasierten Sportspielen mitmachen bzw. zu Hause am Computer...

Alles scheint sich um Fußball zu drehen.

In Tabelle 10 werden einige signifikante Unterschiede zwischen Fußballern/innen und Nicht-Fußballer/innen dargestellt. „Fußballer/in“ bedeutet, dass die entsprechenden Personen momentan aktiv Fußball spielen, sei es in einem Verein oder privat organisiert. „Nicht Fußballer/in“ bedeutet hingegen, dass momentan nicht aktiv Fußball gespielt wird.

Tab. 10: Unterschiede zwischen Fußballern/innen und Nichtfußballern/innen

	Fußballer/in	Nicht-Fußballer/in
Geschlechterverteilung (m: männlich; w: weiblich)	m: 88%; w: 12%	m: 32%; w: 68%
Sportlertyp Zweckorientierte	6%	16%
Sportlertyp Spaßorientierte	18%	32%
Sportlertyp Gruppenerlebnisorientierte	19%	17%
Sportlertyp Körpererlebnisorientierte	21%	26%
Sportlertyp Leistungs- und Wettkampforientierte	34%	8%
In einem Verein organisiert	62%	29%

Wettkampfteilnahme: mindestens einmal pro Woche	39%	5%
Sportschauen in Kneipen, Cafés, Biergärten: mindestens einmal pro Woche	50%	10%
Sportschauen zu Hause zusammen mit Freunden und Bekannten: mindestens einmal pro Woche	40%	5%
Sport im Fernsehen: <2h/Woche	35%	86%
Sport im Fernsehen: 2-5h/Woche	33%	9%
Sport im Fernsehen: >5h/Woche	32%	5%
Sport im Internet: mind. einmal täglich	46%	8%
Sport in der Zeitung: mehrmals pro Woche oder öfter	48%	14%
Sport in Sportzeitschriften: mehrmals im Monat oder öfter	24%	9%
Mitspielen bei Websportspielen	39%	3%
Sportspiele auf Spielekonsolen	54%	14%
Teilnahme an Sportwetten: zumindest mehrmals im Jahr	22%	4%
Besuch einer Sportveranstaltung einer Profiligen: zumindest mehrmals im Jahr	44%	14%
Fan einer Mannschaft, eines Sportlers, einer Sportlerin	70%	25%
Im Alltag sportlich bekleidet: fast immer bzw. meistens	38%	18%
Bestimmte Sportmarken im Alltag bevorzugend	64%	47%
Gewöhnliche Alltagsbekleidung beim Sport tragend	26%	54%

Das Beispiel Fußball zeigt sehr gut, wie weite Teile des Alltagslebens vieler Menschen heutzutage von Sport durchdrungen werden, was sich also nicht nur auf die Sportaktivitäten selbst, sondern auf alle anderen Bereiche des Lebens auswirkt.

## 7. (Un-) Sportliche Studenten/innen in Würzburg – Was nun?

### 7.1 Zusammenfassung und Ausblick

Die Studentensportstudie Würzburg 2008 gibt einen breiten Überblick sowohl über die Sportaktivitäten der Studierenden als auch über Aspekte des Alltagslebens (wie zum Beispiel Freizeitgestaltung, Mediennutzung, Bekleidungskonsum), in denen Sport eine wichtige Rolle spielt. Es wurde deutlich, dass Sport im Leben der Studenten/innen jeweils sehr unterschiedliche Bedeutungen und Funktionen hat und sich dadurch Häufigkeiten, Intensitäten, Regelmäßigkeiten und Intentionen des Sporttreibens je nach Alter, Geschlecht, Einkommen, Körpergewicht und Studiengang, je nach Einstellungen und Motive, je nach Wohnstandort und Mobilitätsverhalten von einander unterscheiden.

Folgende Aspekte sind von Bedeutung:

- **Sportaktivität und -häufigkeit:** Die deutliche Mehrheit der Studierenden war im Befragungszeitraum Januar sportlich aktiv. Knapp ein Drittel bezeichnet sich als sportaktiv, treibt allerdings gerade keinen Sport. Nur 14% sind generell nicht sportaktiv. Sportaktivität zumindest ein- bis dreimal in der Woche ist für die meisten Studierenden ein selbstverständlicher Teil des Alltages. Männer, ältere Studierende, Normalgewichtige und Studierende mit höherem Einkommen treiben dabei häufiger, intensiver und länger Sport als Frauen, jüngere Studierende, stark Unter- und Übergewichtige sowie Studierende mit niedrigem Einkommen. Zwischen Nebenjobtätigkeiten, dem Studienaufwand und der Sportaktivität bestehen keine Korrelationen.
- **Sportarten und Gründe dafür:** Die zehn beliebtesten momentan betriebenen Sport- und Bewegungsarten unter der Studierenden in Würzburg sind Joggen, Schwimmen, Fitness & Kraftsport, Radfahren, Fußball, Ski & Snowboard, Wandern & Spazierengehen, Tanzen & Tanzsport, Aerobic, Volleyball & Beachvolleyball. Sportarten wie Fuß-, Basket- und Handball, Tischtennis, Kampf- und Kraftsport werden deutlich häufiger von Studenten betrieben, werden Studentinnen im stärkeren Maße Radfahren, Inlineskating, Tanzen, Aerobic und Yoga bevorzugen. Hauptgründe der Ausübung der jeweiligen Sportart sind Entspannung, Ablenkung, Ausgleich sowie Fitness und Konditionsaufbau. Mit deutlichem Abstand folgen positive Körpererlebnisse, Gesundheit und Prävention, etwas für die Figur tun, Erlebnis und Spaß. Es gibt große Unterschiede zwischen den einzelnen Sportarten, Geschlechtern und Gewichtsklassen.
- **Sportorganisation und Wettkampfteilnahme:** Die meisten Sportaktivitäten werden privat organisiert (v.a. von Gelegenheits- und Wochensportlern). Knapp die Hälfte der Studierenden nutzt Sportangebote der Universität, immerhin gut ein Sechstel kommerzielle Angebote beispielsweise der Fitnessstudios. Über ein Drittel ist Mitglied eines Sportvereins (Männer weitaus häufiger als Frauen). Vor allem wettkampforientierte Sportaktive sind weiterhin sehr stark in Vereinen organisiert.
- **Sportlertypen, ihre Einstellungen und Motive:** Faktoren- und Clusteranalysen ermöglichten die Typisierung der Würzburger Studierenden an Hand ihrer Sportmotive und Einstellungen zum Sport. Die sechs Sportlertypen „Zweckorientierte“ (15%), „Spaßorientierte“ (29%), „Gruppenerlebnisorientierte“ (18%), „Körpererlebnisorientierte“ (25%) sowie „Leistungs- und Wettkampforientierte“ (13%) unterscheiden sich v.a. bezüglich ihrer Zweck-, Ergebnis-, Erlebnis- und Wettkampforientierung, der Ausprägung ich-bezogener und auf den sozialen Kontext bezogener Sportmotive, bezüglich ihrer bevorzugten Sportarten, ihrer Sportorganisation und -häufigkeit sowie ihrer Offenheit gegenüber neuen Sportarten.
- **Wohnstandort und Sporträume:** Für Studierende spielt vor allem ein kostengünstiges und einfach zu erreichendes Sportangebot im direkten oder weiterem Wohnumfeld eine

große Rolle. Neben traditionellen Sportanlagen (speziell zur Sportausübung geschaffene und gestaltete Anlagen) wie Sporthallen, Sportplätze und Schwimmbäder gewinnen zunehmend Sportgelegenheiten (Für Sport nutzbare, aber für andere Zwecke geschaffene Flächen) wie Feld- und Waldwege, Parks, Parkplätze, Steinmauern zur Ausübung immer beliebter werdender Sport- und Bewegungsarten wie Joggen, Inlineskating, Streetball, Badminton, Frisbee, Jonglieren, Klettern, Skateboard, Tanzen oder Yoga an Bedeutung. Die beliebtesten Sporträume unter den Studierenden sind Wander-, Spazier-, Parkwege; danach folgen Turn- und Sporthallen, Schwimm- und Hallenbäder, das eigene zu Hause, Fahrradwege und schließlich Fitnessstudios. Vergleicht man die bevorzugten Sportarten bzw. die Sportorganisationsformen in den einzelnen Stadtteilen Würzburgs bzw. der Wohnstandorte des Umlandes, wird der Einfluss der Nähe des Wohnstandorts zu potenziellen Sporträumen. Beispiele sind der hohe Jogger-Anteil in den Stadtteilen entlang des Mains, der hohe Schwimmeranteil in Gerbrunn, im Frauenland, in der Innenstadt und in der Sanderau, die überdurchschnittlich ausgeprägte Beliebtheit der Sportuniversitätsangebote in den Stadtteilen Sanderau und Frauenland sowie der hohe Anteil Kraftsporttreibender in Grombühl.

- **Sport und Mobilität** Die Bereitschaft weite Distanzen zur Sportausübung schwankt je nach Motorisierungsgrad, Anbindung des Wohn- und Sportstättenstandorts an das ÖPNV-, Fahrrad- und Fußwegenetz, sowie je nach Sportart selbst (z.B. Vergleich Joggen und Skifahren). Generell sind die durchschnittlichen Distanzen in Innenstadtnähe geringer als in Stadtteilen am Stadtrand bzw. in Umlandorten. Sportarten, die zur An- und Abfahrt geringe Distanzen erfordern, einen hohen Fußgänger- und Radfahreranteil ermöglichen und geringe Verkehrsmengen erzeugen, sind Joggen, Spazierengehen, Inlineskating, Radfahren, Schwimmen und zum Teil Fitness & Kraftsport. Sportarten, die zur An- und Abfahrt große Distanzen erfordern, einen sehr hohen PKW-Anteil und damit zusätzlichen Verkehr erzeugen, sind Skifahren, Snowboard, Klettern, Tennis, Squash, Golf und zum Teil Wandern, Fuß-, Basket- und (Beach-) Volleyball. Insgesamt nutzt über ein Drittel das Auto, um zum Sport zu kommen.
- **Sport als Teil des Lebensstils:** Sport ist für viele Studierende mehr als nur eine regelmäßige körperliche Betätigung. Vor allem für Leistungs- und Wettkampforientierte, Dauer- und Intensivsportler, für Fußball- und Basketballanhänger und Männer generell spielen Sport in den Medien, das Sportschauen zusammen zu Hause oder in Kneipen, Cafés und Biergärten, Sportspiele (Computer, Internet), Sportwetten, der Besuch von Sportveranstaltungen, sportliche Bekleidung, Sportmarken im Leben und die Identifikation mit Mannschaften und Sportlern eine zentrale Rolle.

Insgesamt zeigt sich, dass Sport im Alltag der Studierenden in Würzburg eine feste Größe darstellt und eine vergleichsweise große Rolle spielt. Damit Würzburg das Image einer jungen, vitalen, lebendigen, offenen, sportlichen Stadt beibehalten bzw. weiterentwickeln kann, erscheint es wichtig, weiter das Sportangebot für jüngere Menschen zu verbessern. Dies muss sich nicht nur auf die Bereitstellung attraktiver Sportanlagen wie Schwimmbäder und Turnhallen und auf die kontinuierliche Ausweitung des Angebots der Sportuniversität beschränken, sondern sollte vor allem unkomplizierte Bereitstellung und Öffnung öffentliche Räume wie Parks, Plätze, (Hinter-) Höfe, Mauern, Brachflächen oder Mainuferabschnitte sowie die Verbesserung der Fahrrad- und Fußgängerfreundlichkeit in der Stadt miteinbeziehen.

Von zunehmender Bedeutung (nicht nur innerhalb der Studentenschaft) sind vor allem die „Spaßorientierten“ (größte Gruppe unter den Studierenden) und die „Zweckorientierten“.

*Spaßorientierte* bevorzugen unkomplizierte, unnormierte, unverbindliche Sportaktivitäten in kleinen Gruppen, verbinden Sport sehr gerne mit anderen angenehmen Freizeitbeschäftigungen und zeichnen sich durch eine starke Offenheit gegenüber neuen Sportarten, durch eine starke Konsumorientierung sowie eine geringe Leistungs- und Wettkampforientierung. Sie werden in

Zukunft – eingebettet in den gesellschaftlichen Wandel („Individualisierung, Pluralisierung, Hedonismus“ usw.) – noch einen größeren Anteil unter den Studierenden und damit in der Gesamtbevölkerung Würzburgs einnehmen. Die Nachfrage nach neuen und besonders attraktiven Sportanlagen (z.B. Erlebnisbäder, Eishalle, Kletterhalle und -garten, Beachvolleyballplätze, Wasserskimagöglichkeiten), nach kostengünstigen und leicht zugänglichen Freizeiträumen im öffentlichen Raum (z.B. Parks, freie Rasenflächen, repräsentative Plätze zur Sportperformance) sowie nach attraktiven Sportevents wird dadurch weiter steigen.

Zu den *Zweckorientierten* hingegen gehören (nicht nur unter den Studierenden) sehr viele weniger sportbegeisterte Personen, die Sport vor allem mit den konkreten Ziel treiben, die Gesundheit, körperliche Leistungsfähigkeit und Fitness zu erhalten, an der Figur zu arbeiten, Prävention zu betreiben oder einen Ausgleich zum stressigen (körperlosen) Arbeits- und Studiumsalltag zu schaffen. Sportaktivitäten sind eher ein „Muss“, fast immer Mittel zum Zweck. In Zeiten zunehmender Individualisierung und Privatisierung, in der die (gefühlte) Eigenverantwortung über die Kontrolle, den Zustand und Erhalt des eigenen Körpers ebenfalls zunimmt und sich Diskussionen in der Politik und in den Medien über Körper, Gesundheit, Übergewicht und Sozialsysteme intensivieren, wird diese Gruppe in den nächsten Jahren sicherlich an Bedeutung gewinnen. Um diesen Sportlertyp auch weiter zu aktivieren, benötigt er attraktive, unkompliziert erreichbare und kostengünstige Sportanlagen und -gelegenheiten im nahen Wohnumfeld (v.a. kostenlose Jogging-, Radfahr- und Inliner-Strecken; leicht erreichbare Spazier- und Wanderwege; kostengünstige Schwimmbäder und Kraftsporteinrichtungen).

Die *Leistungs- und Wettkampforientierten* hingegen bilden schon heute die kleinste Gruppe unter den Studierenden und werden auch in Zukunft in ihrer Bedeutung stagnieren. Leistung und Wettkampf in der Freizeit verlieren ebenso an Bedeutung wie Disziplin, das langfristige Engagement in einem Verein, verbindliche Regeln und langfristige Bindungen. Vereine und Wettkampfsportanlagen verlieren damit zunächst an Bedeutung. Eine weitere Öffnung der Sportvereine für neue, unkonventionelle, trendorientierte Sportarten sowie für Spaßorientierte (bevorzugen unverbindliche und unnormierte Sportaktivitäten), sowie eine weitere unkomplizierte Umnutzung bestehender Wettkampfsportanlagen für spontanen, unkonventionellen und unorganisierten Sport, erscheint sicherlich notwendig.

## 7.2 Entwicklungsmöglichkeiten der Universität und der Stadt Würzburg

### *Zufriedenheit der Studierenden mit den Sportangeboten des Sportzentrums der Uni und der Stadt Würzburg*

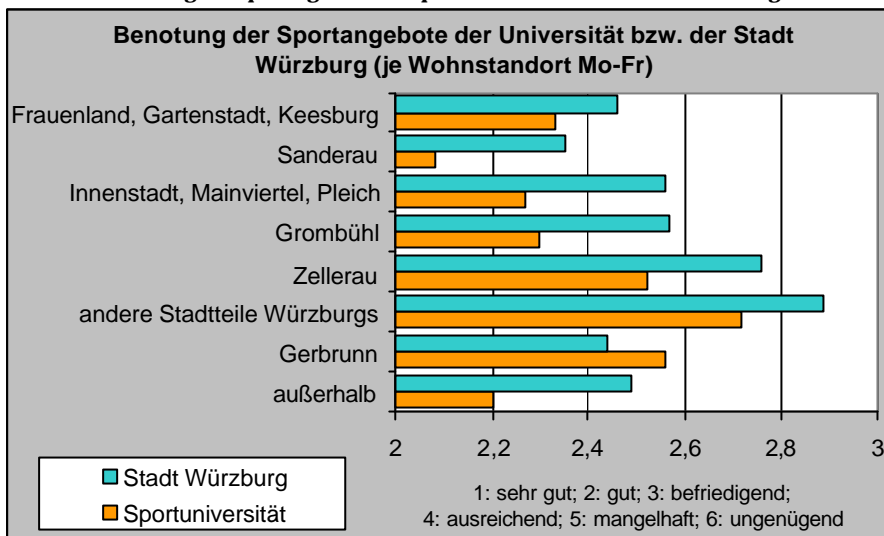
Der Großteil der Würzburger Studenten/innen ist relativ zufrieden mit den Sportangeboten der Universität bzw. der Stadt Würzburg (vgl. Abbildung 54).

Während die Angebote des Uni-Sportzentrums durchschnittlich mit 2,30 bewertet wurden, bekamen die Sportangebote der Stadt Würzburg die Note 2,52. Die Unterschiede bezüglich der Bewertung zwischen einzelnen sozioökonomischen Klassen, Studienfächern und Sportlertypen fallen dabei relativ gering aus. Im Durchschnitt bewerten Männer (Sportuni: 2,40; Stadt Würzburg: 2,67), die Über-24-Jährigen (2,44; 2,61), Gelegenheitssportler (2,40; 2,73), Nutzer/innen kommerzieller Anbieter (2,47; 2,54) und die Zweckorientierten (2,47; 2,63) die Angebote schlechter als andere.

Die größten Unterschiede gibt es zwischen den Bewohnern/innen der einzelnen Stadtteile bzw. des Umlandes. Am positivsten bewerten die Sanderauer/innen das Sportangebot. Die Nähe zur Sportangebot und die Vielfalt der Sportmöglichkeiten im direkten Wohnumfeld wirken sich hier sicherlich positiv aus. Überdurchschnittlich gut wird das Uni-Sportzentrum von denjenigen Studierenden bewertet, die in den Stadtteilen Innenstadt, Pleich, Mainviertel und Grombühl bzw. die außerhalb Würzburgs wohnen. Vergleichsweise negativ werden das Uni-Sportzentrum und die Stadt Würzburg von den Bewohnern der „uni-fernen“ Stadtteile Zellerau sowie anderen

Würzburger Stadtteile wie Versbach, Lengfeld, Heidingsfeld, Heuchelhof und Rottenbauer benotet.

Abb. 54: Beurteilung der Sportangebote der Sportuniversität und der Stadt Würzburg



*Kritik am Sportzentrum der Universität Würzburg und an der Stadt Würzburg*

Ein Teil der Befragung bot den Studierenden die Möglichkeit, auf wahrgenommene Mängel und Defizite im Sportangebot der Universität Würzburg und in der Stadt Würzburg hinzuweisen und offen Kritik zu äußern bzw. Verbesserungsvorschläge zu machen. In der anschließenden Auswertung konnten die Kritik- und Anregungspunkte folgenden sechs Kategorien zugewiesen werden:

- *Quantität des Angebots* Darunter fallen zum Beispiel die Anzahl angebotener Kurse, die Anzahl der Sportstätten für eine Sportart im Stadtgebiet von Würzburg bzw. die Sportstättendichte.
- *Sportarten-Angebot*: Hiermit ist die angebotene Palette an unterschiedlichen Sportarten gemeint bzw. das Fehlen von Angeboten für bestimmte Sportarten.
- *Zeitliche Aspekte* Diese umfassen v.a. Kurs- und Trainingszeiten, Öffnungszeiten und saisonale Angebote sowie Sportangebote in den Semesterferien oder am Wochenende.
- *Lage, Räume & Erreichbarkeit*: Hierunter fallen die Gunst- oder Ungunstlage von Standorten, die Erreichbarkeit der Sportstätten (z.B. Busverbindungen), die Parkplatzsituation, aber auch die Forderung nach baulichen und gestalterischen Maßnahmen.
- *Service & Organisation*: Aspekte wie die Qualifikation der Trainer/innen, wie Ordnung und Sauberkeit der Sportanlagen gehören auch ebenso wie die Außendarstellung, Werbung, Vermarktung und Informationspolitik.
- *Kosten*: Damit sind insbesondere Mitgliedsbeiträge, Kursgebühren und Eintrittsgelder gemeint.

Während die Kritik am Sportzentrum der Universität Würzburg vor allem die Quantität des Kurses, das Angebot an unterschiedlichen Sportarten sowie zeitliche Aspekte umfasste, wurden in Bezug auf die Stadt Würzburg insbesondere die Lage, Räume & Erreichbarkeit der Sportanlagen und -gelegenheiten sowie die Quantität der Angebote kritisiert (Abbildungen 55 und 56).



Abb. 55: Kritik am Sportangebot der Uni Würzburg (Mehrfachnennungen möglich)

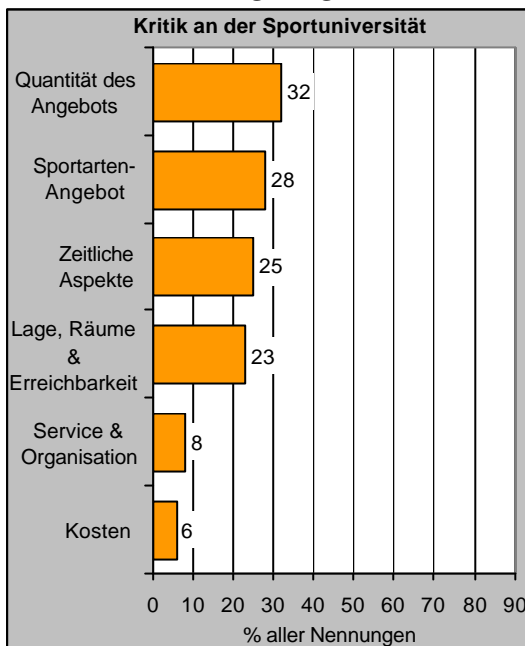
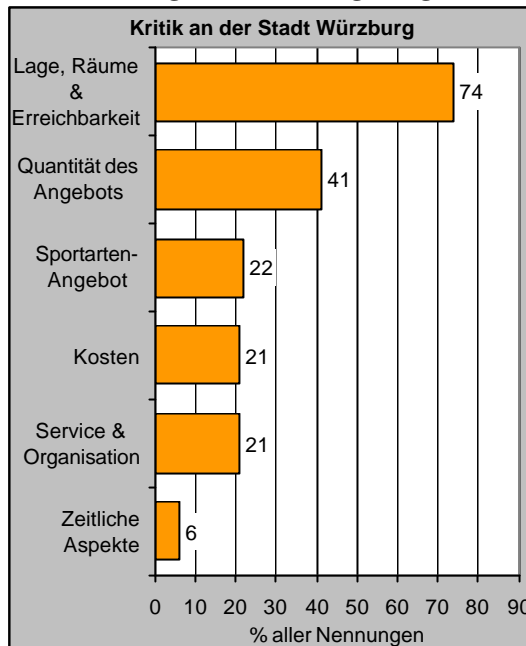


Abb. 56: Kritik am Sportangebot der Stadt Würzburg (Mehrfachnennungen möglich)



In den Tabellen 11 und 12 werden noch einmal detaillierte die Kritik- und Anregungspunkte der Studierenden aufgezeigt.

Die Studierende wünschen sich vom Sportzentrum der Universität Würzburg insbesondere folgende sechs Punkte (vgl. Tabelle 11):

1. Ausweitung des Angebots zum einen im Hinblick auf neue Sportarten (z.B. Adventure- und Trendsportarten, Kampfsportarten, Capoeira, Tennis, Yoga, Sportakrobatik, klassischer Tanz, Flag Football, Reiten) und neue Angebotsformen (z.B. Ski- und Trekkingtouren) sowie zum anderen in zeitlicher Hinsicht. Mehr Angebote morgens, am Vormittag, am Wochenende und in den Semesterferien. Öffnungszeiten verlängern.
2. Damit verbunden ist die Senkung der durchschnittlichen Gruppengrößen.
3. Mehr Raum und Zeit für flexiblere Nutzungen und häufigere Trainingstage.
4. Langfristige Lösung/Überwindung der Zweiteilung der Unisportstandorte am Judenbühlweg und am Hubland bzw. gegebenenfalls Schaffung neuer Unisportangebote in Grombühl und in der Zellerau (v.a. Gymnastik, Tanz, Aerobic).
5. Mehr uni-interne Sportveranstaltungen und -wettbewerbe; verstärkte Nutzung des Unigeländes für unkonventionelle, spontane, flexible, unnormierte Sportaktivitäten; freie, unkomplizierte Nutzungsmöglichkeiten der Sportanlagen der Universität.
6. Modernisierung und Verbesserung der Außendarstellung und der Informationspolitik (v.a. im Internet).

Bei der Auswertung der Befragung fiel auf, dass viele Studierende ein großes Wissens- und Informationsdefizit bezüglich der bestehenden Sportmöglichkeiten am Sportzentrum der Uni Würzburg aufwiesen. Viele der Forderungen und Wünsche wären demnach nicht formuliert worden, wenn die Vielfalt der Möglichkeiten stärker bekannter wären.

**Tab. 11: Kritik- und Anregungspunkte der Studierenden an/für das Sportzentrum der Universität Würzburg**

<b>Quantität des Angebots</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurse oft zu voll (21 Nennungen), v.a. Aerobic, Pilates, Fatburner (3)</li> <li>• Mehr Veranstaltungen und Kurse (20)</li> <li>• Zu große Kurse, stattdessen lieber kleinere Kurse (10)</li> <li>• Mehr Angebote am Hubland (4)</li> </ul>
<b>Sportarten – Angebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Sportarten anbieten; Angebot ausweiten; vielfältigeres Angebot (8)</li> <li>• Schwimmen am Hubland (5)</li> <li>• Mehr Kletterkurse und Kletterwände (2)</li> <li>• Mehr Turniere und uniweite Sportwettbewerbe (2)</li> <li>• Angebote Skifahren, Snowboarden (2)</li> <li>• Folgende Sportarten anbieten: mehr Adventure- und Trendsport (3), Kung Fu (3), Capoeira (2), Ball- und Mannschaftssport (2), Tennis (1), Yoga (1), Sportakrobatik (1), klassischer Tanz (1), Flag Football (1), Reiten (1)</li> <li>• Mehr Anfängerkurse, Kurse mehr nach Leistungsniveau staffeln (2)</li> </ul>
<b>Zeitliche Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unisportzeiten liegen ungünstig (9)</li> <li>• Längere Öffnungszeiten (7), Fitnessräume länger offen (2)</li> <li>• Schwimmzeiten verlängern und verbessern (6)</li> <li>• Mehr Früh- und Vormittagskurse (4)</li> <li>• Besseres Angebot am Wochenende (4) und in Semesterferien (2)</li> <li>• Variable Zeiten, flexible Trainingszeiten (3)</li> <li>• Häufigere Trainingstage (v.a. bei Mannschaftssportarten) (3)</li> <li>• Sportplätze immer offen (2)</li> </ul>
<b>Lage, Räume &amp; Standorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr und größere Räume; v.a. Krafraum und Räume für Aerobic, Gymnastik, Bauch/Beine/Po und Fatburner (15)</li> <li>• Große Kletterhalle (5)</li> <li>• Schwimmbad am Hubland (4)</li> <li>• Bessere Erreichbarkeit (4); Sportuni zu weit weg (3); bessere Busverbindungen, v.a. 14er Linie und abends (2); mehr Parkplätze (1)</li> <li>• Problem: Zerteilung Hubland-Judenbühlweg (3); mehr ans Hubland verlegen (3)</li> <li>• Tennishalle (2)</li> <li>• Basketballplätze im Unigelände (1)</li> </ul>
<b>Service &amp; Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Trainer, bessere Betreuung (4); mehr persönliche Trainer (1)</li> <li>• Mehr Werbung und Informationsmöglichkeiten (3)</li> <li>• Intensität des Programms (2)</li> <li>• Unisport-Homepage unübersichtlich, mehr Bilder (2)</li> <li>• Mehr uni-interne Wettbewerbe und Turniere (2)</li> <li>• Hallen sind schmutzig (1)</li> </ul>
<b>Kosten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Billiger, niedrigere Gebühren (7)</li> <li>• Sportuni sollte kostenlos sein (4)</li> </ul>

Bezüglich des Sportangebots erwarten die Studierenden folgende sechs Verbesserungen von der Stadt Würzburg (vgl. Tabelle 12):

1. Schaffung weiterer und Vernetzung bestehender öffentlicher Grün-, Rasen-, Parkflächen; mehr Sport- und Bewegungsmöglichkeiten in öffentlichen Räumen; Förderung studenten-, sport- und fahrradfreundlicher Atmosphären.
2. Verbesserung des Wegenetzes für Radfahrer/innen, Jogger/innen und Inlineskater/innen; Anpassungen in der Verkehrsführung; Vernetzung mit dem Umland.
3. Verbesserung der Zugangsmöglichkeiten für öffentliche Außen- und Hallensportanlagen; Ermöglichung flexibler, spontaner, unkomplizierte Nutzung für kleine Gruppen.
4. Schaffung zeitgemäßer Angebote v.a. für die Sport- und Bewegungsarten Klettern (Kletterhalle), Wintersport (Eishallen), Beachvolleyball (Sandplätze) und Skateboard (Skateparks); Modernisierung und Ausbau der Schwimmbäder.

5. Freier und v.a. kostengünstiger/-loser Zugang zu Sportanlagen und -gelegenheiten; mehr Studentenermäßigungen.
6. Verbesserung der Verkehrsanbindung an die Bedürfnisse und Möglichkeiten der Sportaktiven, v.a. Buslinien und Abendverbindungen; neue Sportanlagen in zentraler Lage und mit guter ÖPNV-, Rad- und Fußgängerwegeanbindung.

Die Auswertung der Befragung zeigte, dass viele Studierende ein großes Wissens- und Informationsdefizit bezüglich bestehender Sportmöglichkeiten und den in vielen Fällen sehr guten und breiten Sportangeboten der einzelnen Sportvereine aufwiesen. Viele der Forderungen und Wünsche beruhen demnach auf mangelnden Kenntnissen und weniger auf mangelnden Möglichkeiten.

**Tab. 12: Kritik- und Anregungspunkte der Studierenden an/für die Stadt Würzburg**

<b>Lage, Räume &amp; Standorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kletterhalle, mehr Kletterwände (21 Nennungen)</li> <li>• Fahrradwege ausbauen und verbessern (15); Erneuerung der Wege am Main (1)</li> <li>• Mehr (freie) Fußballplätze, mehr Rasenplätze (13)</li> <li>• Bessere Hallensportmöglichkeiten (10)</li> <li>• Mehr öffentliche Sportplätze für jedermann (wie z.B. Sanderrasen) (8)</li> <li>• Mehr Park- und Grünflächen für alle, v.a. in Grombühl (8); Begrünung der Innenstadt (2)</li> <li>• Mehr &amp; schönere Joggingrouten, Laufstrecken in die Umgebung ausbauen (7)</li> <li>• Mehr Wintersportmöglichkeiten, v.a. eine moderne Eishalle (6)</li> <li>• Prinzipiell mehr Sportanlagen und Räume für Sport (6); mehr öffentliche Plätze (4)</li> <li>• Schwimmbäder modernisieren, ausbauen, erweitern (5); besseres Saunaangebot (2)</li> <li>• Erreichbarkeit der Sportstätten (4); bessere Busverbindungen v.a. abends (4)</li> <li>• Mehr Beachvolleyball- und Sandplätze (3); Skateparks (2); mehr Wege für Inlineskating (2); mehr Streetballplätze (2); mehr öffentliche Basketballplätze (2); BMX-Halle und Dirt-Anlagen (1); Squashplätze (1); Kanurodeomöglichkeiten am Main (1)</li> <li>• Bessere Vernetzung der Grünanlagen und Wege (1)</li> </ul>
<b>Quantität des Angebots</b>	<p>Hier gibt es sehr viele Überschneidungen mit dem Punkt Lage, Räume &amp; Standorte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr öffentliche Grün-, Park-, Fußball- und Rasenflächen; freier Zugang und freie Nutzung für jedermann (20)</li> <li>• Ausbau des Fahrradwegenetzes (10)</li> <li>• Mehr Hallensportmöglichkeiten, freier Zugang und flexible Nutzung der Hallen (9)</li> <li>• Mehr Möglichkeiten zum Joggen (5)</li> <li>• Städtische Sportanlagen und Schwimmbäder modernisieren (4)</li> <li>• Angebote verbessern für Beachvolleyball (2), Kraftsport (2), Wintersport (1), Basketball &amp; Streetball (4) und Squash (1)</li> </ul>
<b>Sportarten – Angebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klettermöglichkeiten (13)</li> <li>• Sportveranstaltungen und Events (2)</li> <li>• Indoor-Skihalle (2), Möglichkeiten für Eissport (2)</li> <li>• BMX-Halle und Dirt-Anlage (1), Trimm-Dich-Pfade (1), Beachvolleyball (1)</li> <li>• Sportangebot verbreitern (1)</li> </ul>
<b>Kosten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwimmbadpreise senken (10); Gebühren und Mitgliedsbeiträge senken (4)</li> <li>• Sport sollte eigentlich kostenlos sein (5)</li> <li>• Mehr Studentenermäßigungen (4)</li> <li>• Mehr öffentliche Sportgelegenheiten, die kostenlos nutzbar sind (4)</li> </ul>
<b>Service &amp; Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freier Zugang zu Sport- und Fußballplätzen (11)</li> <li>• Freier Zugang zu Sport- und Turnhallen (8)</li> <li>• Mehr Informationen über Sportmöglichkeiten in der Stadt (3)</li> <li>• Mehr Vereine (2)</li> <li>• Mehr Sportevents (2)</li> <li>• Mehr Fahrradfreundlichkeit (1); Fahrradwege besser ausschildern (1)</li> </ul>
<b>Zeitliche Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sportanlagen länger öffnen (7), v.a. Sanderrasen</li> <li>• Sportanlagen immer geöffnet lassen (4)</li> <li>• Schwimmbäder bis 23 Uhr öffnen (2)</li> </ul>

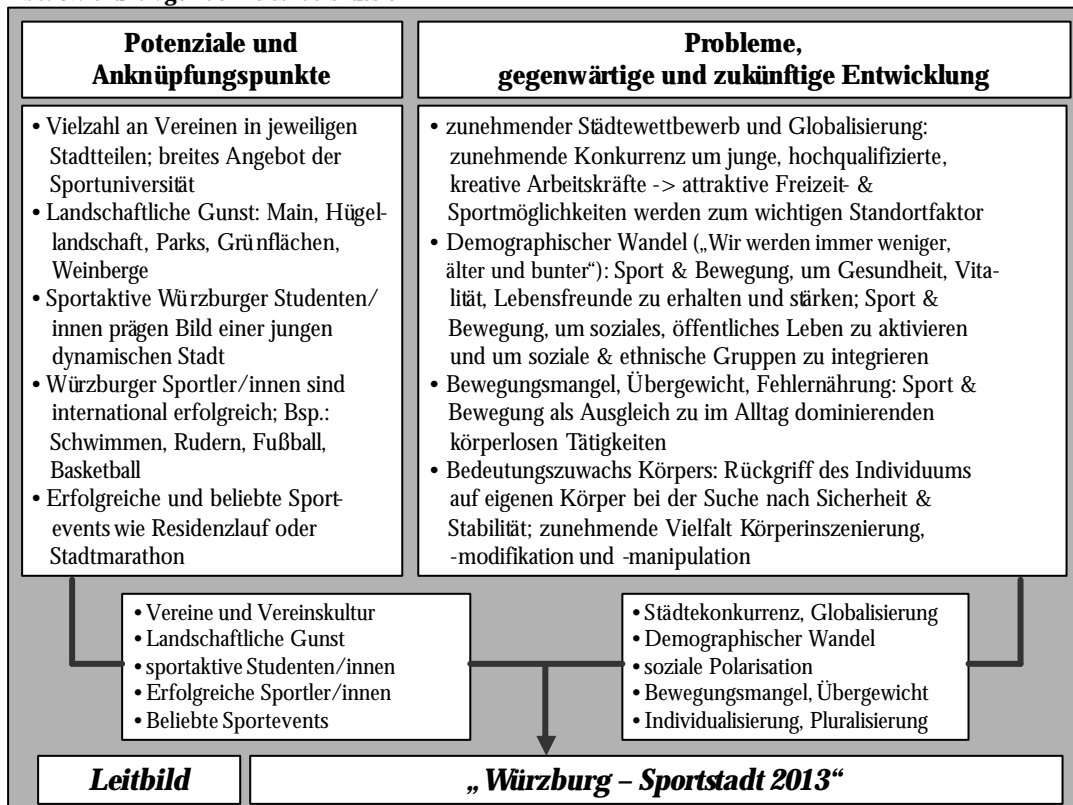
### 7.3 Leitbild „Würzburg – Sportstadt 2013“

Im Zuge der Ergebnisdiskussion mit den Studierenden reifte die Idee, ein Leitbild der zukünftigen Stadtentwicklung zu entwickeln und auszuarbeiten, das Sport und Bewegung nicht nur der Studierenden, sondern der Gesamtbevölkerung im Fokus hat.

Unter dem Arbeitstitel „Würzburg – Sportstadt 2013“ wurde versucht, zunächst Gründe für eine verstärkte Berücksichtigung der Aspekte Sport und Bewegung in der Stadtentwicklung Würzburgs zusammenzutragen, darauf aufbauend Ziele zukünftiger Entwicklung in den Bereichen Sport und Bewegung zu formulieren, um schließlich daraus konkrete Maßnahmen und Handlungsschritte für die nächsten fünf Jahre ableiten zu können. Beim jetzigen Arbeitsstand handelt es sich jedoch allenfalls um Ideenskizzen, die ihren Ursprung in den Ergebnissen der Studentensportstile, in Beobachtungen und Gesprächen finden. Eine Intensivierung der Leitbilddiskussion würde eine Erfassung aller Sportanlagen und Sportgelegenheiten im Stadtgebiet, weitere Erhebungen zu den aktuellen und potenziellen Sportaktivitäten der Würzburger Bevölkerung sowie eine Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen der momentanen Sport- und Bewegungsmöglichkeiten in der Stadt Würzburg als auch in seinem Umland voraussetzen.

In Abbildung 57 werden die Grundlagen einer möglichen vertieften Leitbilddiskussion dargestellt. Es werden gegenwärtige und zukünftige allgemeine und z.T. problematische Entwicklungen von Gesellschaft und Sport den spezifischen Begebenheiten, Potenzialen und Anknüpfungspunkten gegenübergestellt. Daraus können wiederum Handlungsziele und die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs abgeleitet werden.

Abb. 57: Grundlagen der Leitbilddiskussion



Vor allem sich verstärkende Globalisierungs-, Individualisierungs- und Pluralisierungstendenzen, der demographische Wandel sowie Veränderungen im Arbeits- und Lernalltag, die mit Bewegungsmangel, Übergewicht und Fehlernährung einhergehen, zwingen die Kommunen, das Thema Sport und Bewegung neu zu bewerten und Maßnahmen daran neu auszurichten.

Die Kommunen spielen in diesem Zusammenhang eine sehr wichtige Rolle, weil sie es sind, die die in der Bundes- und Landespolitik gefassten Ziele und beschlossenen Programme (z.B. „fitt statt fett“) konkret vor Ort mit Leben füllen und umsetzen sowie dafür die notwendigen Räume schaffen müssen.

Formuliert man das sehr ambitionierte Oberziel, wonach Würzburg innerhalb von fünf Jahren zu einer überregional bekannten Sportstadt mit überdurchschnittlich attraktiven Sportstätten und einer überdurchschnittlich bewegungs- und sportaktiven, vitalen und gesunden Bevölkerung werden soll, ergeben sich sofort fünf Unterziele (vgl. Abbildung 58), die die möglichen Handlungsfelder aufzeigen:

- **Handlungsfeld Verkehrsentwicklung, -planung und -steuerung** Im alltäglichen Mobilitätsverhalten (z.B. nur 26% der Studierenden kommen erreichen zu Fuß oder mit dem Fahrrad die Hochschulen; nur 33% der Studierenden fahren mit dem Auto zum Sport) liegt sicherlich das größte Potenzial, mehr Menschen zu mehr körperlicher Aktivität zu bringen. Würde der größte Teil der täglichen Wege zur Arbeit, zum Studium, zur Versorgung, zur Freizeit usw. mit dem Fahrrad oder zu Fuß anstatt mit dem Auto erfolgen, wären die Probleme Bewegungsmangel und fehlender körperlicher Ausgleich mehr oder weniger beseitigt. Folgende Maßnahmen erscheinen geeignet, um diesen Ziel näher zu kommen (Auswahl):
  - Verhinderung weiterer Versorgungs- und Erlebniseinrichtungen in Stadtrandlage, die nur mit dem PKW angenehm erreichbar sind
  - Ausbau des Rad- und Fußwegenetzes; Abbau von Barrieren; Ermöglichung kreuzungsfreien Radfahrens und zu Fuß-Gehens; Verbesserung der Beschilderungen für Fußgänger und Radfahrer; mehr und sicherere Fahrradstellplätze, „Fahrradparkhäuser“; mehr Fahrradtransportmöglichkeiten im ÖPNV; Vorrang des Fahrrad- und Fußgängerverkehrs vor dem Autoverkehr
  - Zusammenarbeit von Politik, Planung, Behörden, Schulen, Unternehmen und Verbänden, um in gemeinsamen Aktionen zum Umsteigen zu bewegen (z.B. „Mit dem Fahrrad zur Arbeit“); Zertifizierung sport- und bewegungsfördernder Unternehmen und gesundheitsfördernder Gastronomiebetriebe; Sport- und Bewegungspass einführen (für sportliche Leistungen und gesunde Ernährung) mit diversen Vergünstigungen und Ermäßigungen
  
- **Handlungsfeld Wohnbereiche, unmittelbares Wohnumfeld** Vor allem Menschen, die nicht über einen eigenen Garten verfügen bzw. nicht in unmittelbarer Nähe eines Parks wohnen, verfügen häufig nicht über ausreichende Möglichkeiten, sich unkompliziert im direkten Wohnumfeld in angenehmer naturnaher Umgebung an der frischen Luft aufzuhalten. Häufig prägen betonierte und geteerte Innenhöfe (meist als Autostellplätze verwendet) und wenig begrünte Straßenzüge die Wohnquartiere. Gleichzeitig werden Sport- und Bewegungsarten wie Skateboardfahren, Klettern, Streetball und Streetsoccer nicht geduldet bzw. werden Freizeitbeschäftigungen wie Grillen, Sich unkompliziert Treffen, Singen, Tanzen untersagt, die häufig Ausgangspunkt von gemeinschaftlicher Bewegung und Sport sind. In vielen Wohnquartieren fehlen Fahrradabstellplätze. Folgende Maßnahmen erscheinen sinnvoll (Auswahl):
  - Mehr Grün in der Innenstadt; mehr tolerantes Leben und freies Bewegen in den Gassen, Höfen und auf Plätzen

- o Grüne Innenhöfe in der Innenstadt und in Quartieren mit Blockrandbebauung; Bewegen statt Parken, Gras statt Beton, Menschen statt Autos
- o Barrierefreie, sichere Aufenthalts- und Bewegungsräume für Senioren, Kinder, Jugendliche und Familien an der frischen Luft direkt vor der eigenen Haustüre; noch mehr (unkommerzielle) Treffpunkte und –möglichkeiten im Freien; Anpassung der Verkehrswege an die Bedürfnisse dieser Gruppen
- o Abbau von Angsträumen und Barrieren in der räumlichen Wahrnehmung; Gestaltung öffentlicher Räume und Straßenzüge verstärkt aus der Perspektive der Fußgänger und Radfahrer
- o Mehr Fahrradabstellplätze

■ **Handlungsfeld Sportstättenplanung und –entwicklung in den einzelnen Stadtteilen, Flächennutzung, Grünflächenplanung**

Die meisten Studierenden ebenso wie der Großteil der Bevölkerung treiben Sport im eigenen oder im angrenzenden Stadtteil. Nur wenn dort attraktive Sportanlagen und –gelegenheiten einfach, bequem, ohne großen organisatorischen Aufwand und ohne größere Zugangsbeschränkungen geboten sind, können mehr Menschen als bisher dazu gebracht zu werden, ihre Wohnung zu verlassen, sich in ihrer Freizeit mehr zu bewegen, in ihrer Umgebung Sport zu machen. Hier bestehen in den meisten Stadtteilen Würzburgs durchaus weitere Entwicklungspotenziale (Auswahl):

- o Zwischennutzungen: Momentane Brachflächen innerhalb der Wohngebiete, aber auch beispielsweise entlang des Bahngeländes zumindest temporär in Sporträume umwandeln; Nutzungen z.B. für Fußball, Basketball, Streetball, Klettern
- o Mehr Sandflächen z.B. im Ringpark und entlang des Mains für Beach-Volleyball
- o Ausweisung und Markierung von Laufstrecken; nicht nur entlang des Mains und im Steinbachtal
- o Entwurf eines Jogging-, Radfahrer- und Inlineskateratlas mit Routen, Beschreibungen und Karten
- o Mehr Grünflächen, zum Beispiel entlang der Pleichach
- o In bestehende Grünanlagen, noch mehr Streetball-Körbe und Tischtennisplatten u.ä.; Schaffung von „Abenteuerflächen“ („Dreck-, Schutt- und Schmutzhügel“, „Wasser- und Planschareale“, „Hütten aus Holz und Holzabfällen“)
- o Mehr multifunktionale Flächen (z.B. im Sommer zum Inlinen, im Winter vereisbar)
- o Besser beleuchtete Geh-, Walking-, Inliner- und Radwege; dadurch mehr Sport- und Bewegungsmöglichkeiten in den Abendstunden sowie in den Wintermonaten
- o Schaffung frei zugänglicher Sportanlagen und –gelegenheiten v.a. für Fußball und Basketball in und am Rande aller Wohngebiete; noch mehr Bolzplätze
- o Sport- und Turnhallenkonzept: Ermöglichung flexibler und spontaner Nutzungen durch nicht-organisierte Kleingruppen
- o Weitere Öffnung und Ausgestaltung der Schulhöfe zu bewegungsfreundlichen Schulhöfen
- o Viele Bürger sind sehr uninformatiert darüber, was in ihrem Stadtteil passiert, wo welche Sporträume und –möglichkeiten bestehen, was Vereine anbieten usw. Stadtteilmagazine und –homepages (wie sie für einige Stadtteile bereits bestehen) könnten diese Informationsdefizite mindern.

■ **Handlungsfeld Events, Veranstaltungen, Nutzung des öffentlichen Raumes**

Alle Untersuchungen zum Sportverhalten der Bevölkerung Deutschlands, aber auch anderer europäischer und nordamerikanischer Länder, zeigen, dass Spaß und Erlebnis immer wichtigere Aspekte in der Freizeitgestaltung und beim Sporttreiben werden. Einen größeren Teil der Bevölkerung für Bewegung und Sport heißt also, v.a. mehr Freizeit, und Bewegungserlebnismöglichkeiten zu schaffen. Sportereignisse und Events spielen dabei ebenso eine große Rolle wie offene, spontan nutzbare öffentliche Räume:

- o Mehr Sportevents; z.B. Sportwettkämpfe zwischen den Stadtteilen im Rahmen eines Stadtfestes; Main-Triathlon; Sport im Rahmen der Musikfestivals (U&D, Afrikafestival); Inlineskater-Rennen, „Skatenights“; Festival internationaler Sportarten
  - o Erhöhung der Aufenthaltsqualität öffentlicher Plätze: mehr Grün, mehr Bänke, mehr Bewegungsmöglichkeit für Menschen; mehr Aufenthalts- und Treffpunkte für junge Menschen und Abbau von Verhaltensregeln, -vorschriften und -verboten; Gefühl von Erwünschtheit
  - o „Sport-Campus“: Mehr Sport in und um die Uni herum; Ermöglichung flexibler und spontaner Sport- und Bewegungsaktivitäten innerhalb der Gebäude bzw. auf den Grünflächen der Universitätsgeländes; Abbau bürokratischer Hürden
  - o Nutzungen der Schulsportanlagen außerhalb der klassischen Unterrichtszeiten; mehr Ganztagesangebote und flexibler Zugangsmöglichkeiten für Schüler/innen
  - o Mehr Möglichkeiten zum kostengünstigen Public Viewing
  - o Mitmachen beim bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands aktivste Stadt“, Bewerbung zur Ausrichtung des „Festivals für Sport“
  - o Schaffung einer Informationsplattform im Internet für Sport (vergleichbar mit [www.freiburg.sportalis.de](http://www.freiburg.sportalis.de)); darin: Sportlandkarte mit Sportgelegenheiten für einzelne Zielgruppen, Sportpartnerbörse, Sportevents- und Sportvereinsverzeichnis
- **Handlungsfeld Sportstättenplanung und -entwicklung auf gesamtstädtischer und regionaler Ebene** Erstens machen Freizeit, Bewegung und Sport nicht an der Stadt- und Stadtteilgrenze halt, sondern sind regional verankert. Zweitens sind attraktive Sportanlagen mit überdurchschnittlich hohen Investitionen und Unterhaltskosten verbunden, die eine einzige Kommune häufig alleine nicht aufbringen kann. Drittens benötigen große attraktive Sportanlagen eine gewisse Einzugsbietsmindestgröße, um zumindest teilweise kostendeckend unterhalten werden zu können. Diese drei Punkte verdeutlichen, dass interkommunale und intraregionale Abstimmung und Planung bezüglich Sport und Freizeit unabdinglich sind. Nicht jede Kommune kann dabei ein eigenes attraktives Erlebnisbad oder eine Eissporthalle, aber jede Region kann in Zusammenarbeit folgende Sportmöglichkeiten bieten:
- o Bau und Betrieb einer Eissporthalle bzw. einer multifunktionalen Halle, die auch zum Eissport verwendet werden kann
  - o Erhalt und schrittweise Ausbau der Schwimmbäder; Ausbau eines Schwimmbads zu einem Erlebnisbad mit regionaler Bedeutung; Ermöglichung kostengünstiger Schwimmmöglichkeiten (Ermäßigungen für Studierende, Geringverdiener, Senioren)
  - o Mehr Naturbade- und schwimmplätze im Stadtgebiet und in der Region; bessere Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, Fahrrad oder zu Fuß
  - o Deutliche Verbesserung des Kletterangebotes: Kletterfelsen, Kletterhallen, Hochseilgarten, Klettern an Gebäuden
  - o Mehr Beach-Felder
  - o Schaffung eines „Nordic Fitness Parcs“ (ähnlich wie Langlaufloipen) im nahen Umland mit Nordic-Walking-Strecken unterschiedlichster Schwierigkeitsgrade und Längen
  - o Eröffnung eines Familienbauernhofes im Stadtgebiet (oder im direkten Umland) mit Möglichkeiten, Landleben und Natur zu erleben, mit Tiere in Kontakt zu kommen, am Bauernhof mitzuarbeiten
- **Handlungsfeld Arbeits- und Lernalltag, Ernährung und Aufklärung** Gesunde Ernährungsweisen und ausreichende Bewegung dürfen nicht nur Lippenbekenntnisse des Schulunterrichts bzw. Krankenkassenbroschüren sein. Wenn Schüler direkt vor dem Schulhof v.a. nur kostengünstige Döner- und Pizzabuden vorfinden, Arbeitnehmer sich im Arbeitsumfeld mittags nur von ungesunden Fastfood-Angeboten oder fettreichem Kantinenessen ernähren können und Mensa, Cafeterien und Süßigkeitenautomaten der Universität im noch zu geringen Maßen gesunde und nachhaltige Speisen und Getränke anbieten, verpuffen sehr schnell Forderungen nach

gesunden Lebensweisen. Bisher wurden zwar schon einige Anstrengungen unternommen, einige Ideen könnten allerdings noch umgesetzt werden (Auswahl):

- o Eine ernsthafte Umsetzung der Idee „Fit statt fett“ benötigt unvermeidbar deutlich mehr Investitionen in hochwertige, ganztägige Kantinen- und Mensaangebote in den Schulen, Universitäten, Behörden, Seniorenheimen, Krankenhäusern und Unternehmen; Preise für gesundes Essen können dadurch niedrig gehalten werden
- o Weniger Automaten, mehr Angebote für frisches Obst und Gemüse; Obst- und Gemüsegeschäft, Frische Obstsäfte am Campus
- o Vergünstigungen von Radfahrern und Fußgängern in Mensen und Kantinen; Angebot gesunden „Radfahrer- und Sportleressens“; Zertifizierung und Förderung besonders vorbildlicher und innovativer Realisierungskonzepte in Unternehmen, Kantinen und Mensen.
- o Unternehmen, Behörden, Schulen und Universitäten schaffen mehr Raum und Zeit für kurze Erholung und Bewegung an der frischen Luft im direkten Arbeits- und Lernumfeld; dafür sind v.a. Abstimmungen in der Arbeits- und Unterrichtsorganisation nötig
- o Regelmäßige Ernährungs- und Bewegungsschulung der Arbeitnehmer; Förderung nicht-institutionalisierter kleiner Sportgruppen innerhalb der Firmen und Behörden, Verbesserung der Kommunikation über Ernährung, Sport und Bewegung innerhalb der Firmen und Behörden

An dieser Stelle könnten sich noch mehr Handlungsfelder und konkrete Handlungsschritte angeführt werden. Es wird klar, dass sich die unterschiedliche Akteursgruppen aus den Bereichen Politik, Planung, Verkehr, Medien, Kultur, Vereine und Verbände, Kinder-, Jugend- und Familienarbeit, Schulen und Universitäten, Seniorenbetreuung und Altenpflege sowie Gewerkschaften und Unternehmen auch weiterhin und im verstärkten Maße an einen „Runden Tisch für Ernährung, Bewegung und Sport“ setzen und gemeinsam an einer Vision der Sportstadt Würzburg und der damit verbundenen Umsetzung konkreter, aufeinander abgestimmter Maßnahmen arbeiten sollten. Es kann nur nachhaltig etwas passieren, wenn alle Beteiligten und nicht nur der einzelnen Bürger auf sich allein gestellt, ihren Beitrag leisten.

Die Bedingungen in Würzburg hierfür sind sehr gut. Es sei auf die vielen bereits bestehenden und erfolgreichen Bemühungen unterschiedlichster Institutionen und Vereine verwiesen, die in den letzten Jahren attraktive Sporträume und –events für Jung und Alt schufen und damit wichtige Impulse zur Entwicklung Würzburgs hin zu einer gesunden und sich bewegenden „Sportstadt“ gaben. Dazu gehören unter anderem Angebote von Kids, Jiz & Fiz, der Stadtteil- und Jugendzentren, der Abenteuerspielplatz Lengfeld, Ferienangebote für Kinder und Jugendliche (z.B. Ferienzirkus, Sportferienlager), der Stadtmarathon Würzburg e.V. und der Residenzlauf sowie die vielen Vereinstätigkeiten und –angebote in den einzelnen Stadtteilen



Abb. 58: Leitbild „Würzburg – Sportstadt 2013“ und seine Ziele



## Bibliographie

- Bach, L. (2005): Sportentwicklungsplanung. In: Sportwissenschaft. The German Journal of Sport Science. Jahrgang 35, Heft 1, S.39-60.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2006): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung.
- Bale, J. (2003): Sports Geography. New York: Routledge.
- Brosius, F. 1998: SPSS 8: Professionelle Statistik unter Windows. Bonn.
- BBE Retail Experts (2007): Sport 2007. Marktstudie.
- Brandmaier, S. & Schimany, P. (1998): Die Kommerzialisierung des Sports (= Sportsoziologie, Band 5). Münster: LIT.
- Deutscher Wellness Verband 2008a: Wellness Marktdaten. Zukunftsmarkt Wellness.
- Deutscher Wellness Verband 2008b: Wellness Marktdaten. Das Ende der Fun-Fitness – Umfrage des Magazins Shape Up.
- Egner, H. (2002): Freizeit als „Individualisierungsplattform“. Entwicklung und Ausdifferenzierung sportorientierter Freizeitbeschäftigungen aus systemtheoretischer Perspektive. In: Geographische Zeitschrift, Jahrgang 90, Heft 2, S.89-102.
- Egner, H. (2003): Homo ludens oder homo careens? Über das Menschenbild in der Geographie der Freizeit und des Tourismus. In: Hasse, J. & Helbrecht, I. (Hrsg.): Menschenbilder in der Humangeographie (= Wahrnehmungsgeographische Studien, Band 22). Oldenburg: BIS, S.33-52.
- Eickelpasch, R. & Rademacher, C. (2004): Identität. Bielefeld: Transcript.
- Gabler, H., Nitsch, J.R., Singer, R. (2002): Einführung in die Sportpsychologie. Schorndorf: Hofmann.
- Gans, P., Horn, M. & Zemann, C. (2003): Sportgroßveranstaltungen – ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen. In: Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaften, Band 112. Schorndorf: Hofmann.
- Gebauer, G., Alkemeyer, Th., Boschert, B., Flick, U. & Schmidt, R. (2004): Treue zum Stil. Die aufgeführte Gesellschaft. Bielefeld: Transcript.
- Giffinger, R., Kanonier, A. & Kramar, H. (2004): Multifunktionale Sportarenen – Chancen und Risiken für die Stadtentwicklung (= Endbericht zum Projekt 3). Wien.
- Gugutzer, R. (2006): Der body turn in der Soziologie. Eine programmatische Einführung. In: Gugutzer, R. (Hrsg.): Body turn. Soziologie des Körpers und des Sports (= Materialitäten, band 2). Bielefeld: Transcript, S.9-53.
- Herrmanns, A. (2001): Sportsponsoring und sein gesellschaftlicher Stellenwert. In: Trosien, G., Haase, H. & Mussler, D. (Hrsg.): Huckepackfinanzierung des Sports. Sportsponsoring unter der Lupe (= Sportökonomie, Band 2). Schorndorf: Hofmann; S.123-125.
- Hilscher, P., Norden, G., Russo, M. & Weiß, O. (2007): Entwicklungstendenzen im Sport (= Sport und Gesellschaft, Band 2). Münster: LIT.
- Horn, M. (2005): Steigerung des Gemeinwohls durch die Ausrichtung einer Sportgroßveranstaltung. Entwicklung eines Bewertungsverfahrens von sportlichen Großereignissen. In: Mannheimer Geographische Arbeiten, Band 57.

- Hübner, H. & Wulf, O. (2006): Grundlagen der Sportentwicklung in Mülheim an der Ruhr: Sportverhalten – Sportstättenatlas – Sportstättenbedarf (=Schriften der Körperkultur, Band 47). Münster: LIT.
- Klee, A. (2001): Der Raumbezug von Lebensstilen in der Stadt. Ein Diskurs über die schwierige Beziehung mit empirischen Befunden aus der Stadt Nürnberg (= Münchner Geographische Hefte, Band 83). Passau.
- Knobbe, T. (2000): Spektakel Spitzensport. Der Moloch aus Stars, Rekorden, Doping, Medienwahn, Sponsorenmacht (= Sportpublizistik, Band 8). Münster: LIT.
- Kreisel, W. (2007): Trends in der Entwicklung von Freizeit und Tourismus. In: Becker, C., Hopfinger, H. & Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München und Wien: Oldenbourg, S.74-84.
- Langenhagen-Rohrbach, C. (2007): Neue Trendsportarten im Outdoor-Bereich. In: . In: Becker, C., Hopfinger, H. & Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München und Wien: Oldenbourg, S.345-354.
- Magnusson, J. (2003): Sportsplanering. Örebro: Storbrun.
- Peters, C. & Roth, R. (2006): Sportgeographie – Entwurf einer Systematik von Sport und Raum (=Schriftenreihe Natursport und Ökologie, Band 20). Köln.
- Raithel, J. (2005): Expressive Lebensstile Jugendlicher und sportliche Aktivitäten. In: Sportwissenschaft. The German Journal of Sport Science, Jahrgang 35, Heft 2, S.167-180.
- Rulle, M. (2007): Gesundheitstourismus in Europa im Wandel. In: Becker, C., Hopfinger, H. & Steinecke, A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München und Wien: Oldenbourg, S.225-237.
- Opaschowski, H. W. (2000): Xtrem. Der kalkulierte Wahnsinn. Extremsport als Zeitphänomen. Hamburg: B.A.T. Freizeitforschungsinstitut GmhH.
- Opaschowski, H. W. (2001): Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben. Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft. Hamburg: Germa Press Verlag.
- Sander, I & Breuer, I. (2003): Die Genese von Trendsportarten im Spannungsfeld von Sport, Raum und Sportstättenentwicklung (= TrendSportWissenschaft, Band 9). Hamburg: Feldhaus.
- Schildmacher, A. (1998): Trends und Moden im Sport. In: dvs-Informationen 13, S.13-19.
- Schilkaneck, M. (2006): Vom Fuballverein zum Fußballunternehmen. Medialisierung, Kommerzialisierung, Professionalisierung (Sportökonomie, Band 1). Münster: LIT.
- Schmerberg, S. (2005): Der Entwicklungsprozess Herzogenaurachs zur Sportstadt – Sport als Element des Stadtmarketings (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Landesplanung, Band 241). Bayreuth.
- Schrödl, D. (2007): Die „Sportisierung“ Schwedens – geographische Grundüberlegungen zur Rolle des Sports in Schweden: In: Schrödl, D. & Rauh, J. (Hrsg.): Geographien des Nordens. Norwegen und Schweden im gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Wandel (= Würzburger Geographische Manuskripte, Band 72), S.60-75.
- Schroer, M. (Hrsg.)(2005): Soziologie des Körpers, Frankfurt a. Main: Suhrkamp, S.7-47.

- Schubert, A. (2003): Profifußball in Deutschland: Eine Analyse von Strukturen und Vermarktungsprozessen aus sportökonomischer Perspektive (= Diplomarbeit an der Fakultät für Sozialwissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum). Bochum
- Schulze, (1992): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. Main: Campus.
- Splett, G. (1993): Sport und Mode. Eine Untersuchung über den Zusammenhang zwischen Körperlichkeit und Bekleidung unter Berücksichtigung der weiblichen Körperproblematik (= Reihe Studien zur Sportsoziologie, Band 2). Münster: LIT.
- Steiniger, A. (2003): Das Konzept „Arena Auf Schalke“. In: Trosien, G. & Dinkle, M. (Hrsg.): Ökonomische Dimensionen von Sportevents. Faktoren – Fallbeispiele – Folgerungen. Butzbach-Griedel: Afra.
- Swieter, D. (2002): Eine ökonomische Analyse der Fußball-Bundesliga. In: Beiträge zur angewandten Wirtschaftsforschung, Band 21, Berlin: Duncker und Humblot.
- Wulf, O. & Braicks (2005): Sporttreiben in Paderborn 2003. Ergebnisse der Einwohnerbefragung und Trends im Sportverhalten der Paderborner seit 1993 (= Schriften zur Körperkultur, Band 45). Münster: LIT.