



Mülheim macht Sport

# Digitales im Sport

## Kurzpapier

„Digitales im Sport“ ist Schwerpunkt Nr. 10 der gemeinsamen Sportentwicklungsplanung von Mülheimer SportService (MSS) und Mülheimer Sportbund e. V. (MSB).

Der Sport befindet sich in einem permanenten Wandel, Sportarten werden mehr oder weniger ausgeübt und die Interessen der Bürger und Bürgerinnen verlagern sich. Die gemeinsame Sportentwicklung des Mülheimer Sportbundes und des Mülheimer SportService nimmt diese Veränderungen auf und wird genau hier im Sinne der Bürgerschaft aktiv. Zu den bisher neun Schwerpunkten der Sportentwicklungsplanung wurde im Jahr 2020 ein zehnter hinzugefügt: „Digitalisierung im Sport“. Digitalisierung war schon in den letzten Jahren immer wieder ein Thema und soll nun zentral behandelt werden. Im Folgenden wird die Mülheimer Sportlandschaft im Hinblick auf die Digitalisierung untersucht, ein Leitziel erarbeitet und daraus erste Projekte abgeleitet.

## Wie digital kann der Sport werden?

- ein überzeichneter Ausblick für einen „klassischen Schwimmbadbesuch“

Der Schwimmer Tom schaut sich das Schwimmbad online im 360 Grad Blick an, verabredet sich per Messenger mit einem Freund zum Training und lässt sich per Navigationsapp dorthin navigieren. Am Eingang wird an der vollautomatischen Kasse per Handy bezahlt und noch eine Poolnudel als Trainingsgerät ausgeliehen. Der Spind lässt sich mit dem Handy oder der Uhr öffnen und schließen. Am Wasser angekommen wird die Farbe der Bahn auf lila gewechselt - für ein größeres Wohlbefinden der Sportler. Sie überlegen kurz sich zu beschweren, denn das Wasser ist laut Smartwatch drei Grad zu kalt. Beim Training hat der Sportler Tom einen wasserdichten Kopfhörer im Ohr. Dieser spielt zum einen Musik ein und zum anderen erklärt er das heutige Workout der Schwimmapp des örtlichen Schwimmvereins. Während die



Smartwatch das Training aufzeichnet, hat sich der Trainingspartner dafür die Schwimmuhr des Bades ausgeliehen. Die Ergebnisse werden auf seiner smarten Schwimmbrille angezeigt. Anschließend wird das Training in der App gespeichert und an ihren Trainer vom Schwimmverein gesendet, der damit hochzufrieden ist. Die Freunde bewerten das Bad noch schnell online (Ein Punkt Abzug wegen dem kalten Wasser), nachdem Sie ein Foto von sich Instagram gepostet haben und fahren mit dem E-Bike nach Hause.

(Foto: www.pixabay.com/)

Technologisch ist all dies jetzt schon umsetzbar, wie zum Beispiel die smarte Schwimmbrille oder die Schwimmuhr zum Leihen fürs Bad wie in Erfurt.

Brille: <https://www.formswim.com/products/form-swim-goggles>

Schwimmuhr: [https://www.stadtwerke-erfurt.de/pb/swe/produkte+\\_leistungen/baeder+\\_egapark/swimtag-digitaletrainingshilfe](https://www.stadtwerke-erfurt.de/pb/swe/produkte+_leistungen/baeder+_egapark/swimtag-digitaletrainingshilfe)

## 1 Die Sportlerinnen und Sportler



Foto: Pixabay.com

### **Digitalisierung der Sportlerinnen und Sportler**

Die Digitalisierung der Sportlerinnen und Sportler ist bereits weit voran geschritten. Das zeigt auch die Mülheimer Befragung. Besonders **beim Thema Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wurde bereits viel getan.**

**Elektronische Geräte** zur Unterstützung des Sports werden immer günstiger und werden auch häufig genutzt. Von der Actioncam bis hin zum smarten Fußball – es ist alles möglich. Dabei sinken die Preise, sodass die **Verbreitung noch mehr zunehmen** wird. Neue Technologien müssen auch im Hinblick auf Sicherheitsaspekte oder rechtliche Vorgaben beobachtet werden.

**Es wird in Zukunft noch viel mehr digitale Sportangebote geben.** Auch das zeigt die Befragung, denn die Bereitschaft für Onlinetrainings ist schon relativ hoch. Das bedeutet für die Zukunft, dass Sportanbieter und Nutzer nicht mehr zwangsläufig am gleichen Ort sein müssen. Dies könnte vor allem zum Problem von Fitnessanbietern werden. Die Vereine haben dies schon als Chance in der Pandemiezeit genutzt und sollten dies weiterverfolgen.

**Digitale Usability:** Die Forderungen der Sportlerinnen und Sportler bezüglich der Benutzerfreundlichkeit werden immer größer. Internetseiten müssen schön aussehen und sollen funktionieren. Kontaktloses Bezahlen wurde in diesem Jahr zum Standard, Auftanken von E-Bikes wird gefordert und vieles mehr.

## 2 Der Organisierte Sport

„ Alles, was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert. “

Trifft das auch auf Sportorganisationen zu?

**JA!**

Quelle: Vortrag DOSB, Sportinfra 2016

### Digitalisierung des organisierten Sports

Sportvereine nutzen die Digitalisierung vor allen Dingen, um die **Verwaltungsprozesse zu verbessern** und die **ehrenamtlichen Mitarbeiter zu entlasten**. Die Schnittstellen mit Verbänden und Kommunen müssen entsprechend angepasst werden.

Im Bereich der **Öffentlichkeitsarbeit wird dies schon hervorragend umgesetzt**. Dies liegt unter anderem auch daran, dass die Zielgruppe meist nur noch schwer über klassische Medien, wie eine Vereinszeitung erreicht werden kann.

**Chancen der Digitalisierung** sollten genutzt werden, wie Angebote von Onlinetrainings, Trainingsauswertungen, digitale Kommunikation und vieles mehr. Dies wird auch bereits von vielen Mitgliedern erwartet.

Bei anderen Dingen, wie Sportstätten, Mitgliedsausweisen, Hilfswerkzeugen und vielem mehr ist die **Digitalisierung noch ausbaufähig**.

**Der Mülheimer Sportbund** als Dachverband der Vereine hat bereits eigene Projekte zur Digitalisierung umgesetzt. Die Satzung wurde geändert, zur Mitgliederversammlung wird digital eingeladen und das papierlose Büro wird angestrebt. Für letzteres wurde eine eigene Cloud erstellt, auf die auch der Vorstand zugreifen kann. Auch die Öffentlichkeitsarbeit läuft bereits digital, z.B. wird über Internetseite, Facebook und Instagram informiert.

### 3 Die Kommunale Sportverwaltung



Foto: MSS

#### Digitalisierung der Sportverwaltung

Das Onlinezugangsgesetz verpflichtet die Kommunen ihre Dienstleistungen bis Ende 2022 digital anzubieten.

Die Sportverwaltung kann die Digitalisierung aktuell noch nicht so schnell umsetzen, wie gewollt. Es gibt hier **viele Barrieren, vor allem Gesetze** (Datenschutz etc.), die die Umsetzung erschweren. Zudem **müssen Produkte langfristig angeschafft** werden und müssen sehr **zuverlässig funktionieren**. Allerdings wird der **Druck aus der Bevölkerung** und den Institutionen größer, schnelle und einfache Abläufe zu generieren. Dies betrifft vor allem zuerst Verwaltungsprozesse (Beispiel Onlinebuchung für ein Schwimmbad während der Pandemie).

Die Digitalisierung kann sowohl durch die Nutzerinnen und Nutzer, als auch durch den Anbieter eingebracht werden. Die Technologie sollte daher unbedingt beobachtet werden, damit die **Sicherheit der Bürgerschaft** (Daten, Recht am Bild etc.) gewährleistet werden kann.

Gleichzeitig werden Voraussetzungen in der Infrastruktur gefordert, die auch umgesetzt werden sollten. Insellösungen, sollten nicht gewählt werden, sondern immer Lösungen für die Gesamtstadt geschaffen werden. Medienbrüche sind generell zu vermeiden, daher muss zum Beispiel ein Onlinebezahlssystem eingeführt werden.

Nicht zuletzt kann die Digitalisierung auch als Chance gesehen werden, die **Bürgerschaft besser in Prozesse einzubinden**.

## 4 Das Leitziel „Digitalisierung im Sport“

Die Digitalisierung sollte in allen Bereichen vorangetrieben werden, um die Prozesse im Sinne der Bewegungsförderung und des Sports zu verbessern. Ein gemeinsames Leitziel soll dabei helfen, eine gemeinsame Haltung zu diesem Thema aufzubauen.

*Die Digitalisierung ist als Querschnittsthema zu denken, um bessere und innovativere Rahmenbedingungen für den Sport zu bieten. Dies soll umgesetzt werden durch:*

- 1. Leichter Zugang auf digitalen Wegen zu allen Sportangeboten für Bürgerinnen und Bürger, die sich sportlich betätigen wollen sowie Unterstützung beim persönlichen sportlichen Training auch durch bauliche Umsetzung.*
- 2. Unterstützung der gemeinnützigen Sportvereine bei der Digitalisierung, damit diese besser und effektiver für die Sportaktiven arbeiten können. Zudem optimierte Zusammenarbeit mit der Verwaltung durch schnelle und einfache Verwaltungsabläufe.*

## 5 Projektideen zur Unterstützung der Digitalisierung

*„Während die Kommune in der Vergangenheit den Breitensport durch die Bereitstellung sportfachgerecht ausgestatteter Sportstätten sowie die finanzielle und fachliche Unterstützung förderte, so wird sie in Zukunft eher als digitale Plattform für den Breitensport agieren. Der öffentliche Raum in unseren Städten und Gemeinden wird zukünftig mit einem starken Blick auf eine bewegungsfreundliche Gestaltung entwickelt. Menschen wollen unabhängig und spontan Sport treiben.“* So die Agentur Imago aus Dortmund.

(Quelle: <https://www.imago-dortmund.de/smart-city-sportstadt-4-0.html>, Zugriff am 25.08.2020)

### 1. Onlineportal

Einige Projekte, wie die Geoportale zum Auffinden der Sportorte oder Sportangebote wurden bereits realisiert. Insgesamt hat die Digitalisierung aber noch viel Potential für die Bürgerinnen und Bürger. Es fängt mit der Öffentlichkeitsarbeit an. Um all dies zu verbessern, sollte ein Onlineportal für sportliche Bürgerinnen und Bürger erschaffen werden. Im Mittelpunkt könnte die Suche nach einem Sportangebot stehen. Ein funktionierendes Beispiel wäre die Sportunion (Sportfachverband aus Österreich).

### 2. Förderprogramm

Mit der Sofortunterstützung für Mülheimer Sportvereine wurde ein Förderprogramm für die Unterstützung digitaler Angebote ins Leben gerufen. Innerhalb von zwei Wochen konnten so 10.000 Euro für digitale Projekte vergeben werden. Dies zeigt, dass die Sport anbietenden selber oftmals längst in der digitalen Welt angekommen sind oder sich gerade auf den Weg machen. Gefördert wurden zum Beispiel Laptops, Cloud-Services, die DOSB Vereins-App, Software und vieles mehr. Die Hard- und Software sollte gerne sofort zum Einsatz kommen und die Vereine in der aktuellen Krise unterstützen. Aber auch darüber hinaus soll diese Förderung einen Beitrag zur Digitalisierung der Sportvereine leisten. Das Programm könnte seine Fortsetzung in der Beihilferichtlinie der Stadt erfahren.

### 3. Seminare, Fortbildungen, Workshops

Bei der Befragung der Sportvereine wurde der Wunsch nach Fortbildungen sehr deutlich, in der gemeinsamen Sportentwicklung soll ein Fortbildungsprogramm für 2021 erarbeitet werden. Hier können auch Angebote des LSB NRW oder sonstiger Anbieter zusammengefasst werden.

#### **4. Großprojekt Vereinsportal**

Der MSS kümmert sich neben der Sportstättenbelegung um die Vermietung/Verpachtung von städtischen Sportanlagen sowie um Förderungen und Beihilfen für Mülheimer Sportvereine. Um die aktuellen Kontaktdaten der Ansprechpartner der Mülheimer Sportvereine zu erhalten, wird in jedem Jahr eine Bestandserhebung mit dem MSB durchgeführt. Die Rückmeldequote auf diese Erhebung liegt bei rund 50 %. Um die Kommunikation mit den Mülheimer Sportvereinen zu erleichtern und zu vereinfachen wäre die Einrichtung eines Vereinsportals sinnvoll. Das Vereinsportal soll als Tool und Online-Postfach für die Kommunikation zwischen MSS, MSB und Verein dienen. Die jährliche Eingabe von Ansprechpartner und Adressen soll verpflichtend sein, um entsprechende Förderungen zu erhalten. Der Verein soll über das Vereinsportal beispielsweise den Status von Förderungen/Beihilfen, sowie Bescheide oder Belegungsbestätigungen einsehen können. Darüber hinaus sollen im Vereinsportal alle relevanten Antragsformulare in digitaler Form abrufbar bzw. ausfüllbar sein, sodass Anträge per Post nicht mehr notwendig werden. Die Kommunikation per Post kann dann ersatzlos entfallen.

#### **5. Smarte Steuerung**

Die städtischen Sportstätten sollen in Anlehnung an das „Smart Home“ durch digitale und vernetzte Gerätschaften unter anderem eine effizientere Energienutzung bewirken. Die zentrale Steuerung von Licht und Heizung ist hierbei ein Beispiel. Daneben wäre es sinnvoll elektronische Schließsysteme in den Sporthallen zu nutzen, die eine direkte Schnittstelle zum Buchungssystem haben.

#### **6. Digitale Beteiligungsverfahren für Sportbauvorhaben**

Bürgerinnen und Bürger sowie Institutionen, wie Vereine sollen und wollen an neuen Bauvorhaben beteiligt werden. Bei ersten Projekten, wie dem Bau der Skateanlage, wurde über Mailings, Facebook und Foren digital mit Planern und zukünftigen Nutzern zusammengearbeitet. Dies soll ausgeweitet und standardisiert werden.

### Aktuelle Projekte beim Mülheimer SportService

- **Google Places:** Fast alle Sportorte mit der Stadt als Betreiber wurden bei Google identifiziert und werden nun von der Stadt verwaltet.
- **Geoportal:** Viele Mülheimer Sportangebote können digital gefunden werden. Das entsprechende Portal besteht schon seit längerem: <https://geo.muelheim-ruhr.de/vereine/angebote/sport>  
Ebenso werden alle frei zugänglichen Sportorte gelistet: <https://geo.muelheim-ruhr.de/sportorte>  
!Wunsch: optische Anpassung und Einbindung sowie bessere Auffindbarkeit
- **Digitale Schlüssel Sporthalle Von-Bock-Straße.** In der Sporthalle werden erstmals digitale Schlüssel eingesetzt. Verloren gegangenen Schlüssel können aus dem System gelöscht werden und temporäre Belegungen/Sperrungen sind möglich.
- **Schlüssellose Öffnung und Steuerung per App im Sportpark Styrum:** Im Sportpark Styrum wird die Steuerung per App (NFC) eingesetzt. Da die Anlage für die Öffentlichkeit gebaut wurde, kann es keine Schlüssel /Dongelausgabe geben. Gebäudeteile können nach Buchung freigegeben werden, Spinde werden geöffnet und Sportmaterial kann aus Containern entliehen werden. Die App für den Sportpark kann den Betreibern zusätzlich für eine smarte Steuerung dienen.
- **Digitale Sportangebote** im Sportpark Styrum: digitale Torwand, Laufgeschwindigkeitsmessung etc
- **Onlinebuchung:** Alle Kurse des Jugendprogramms TrendSport Mülheim, die Angebote im Sportpark Styrum und teilweise die Angebote des Mülheimer Sportbundes können online gebucht werden.  
!Wunsch: Die Vorgänge sind aktuell noch nicht medienbruchfrei und es fehlt das e-Payment zudem muss die Internetseite überarbeitet. Eine Empfehlung wäre ein Onlineshop für alle Bezahlvorgänge der Stadt.
- **Digitale Öffentlichkeitsarbeit** (Facebook, Instagram, WhatsApp): Um die Zielgruppe zu erreichen setzt TrendSport Mülheim sowie der Sportpark Styrum auf die sozialen Medien. Dabei werden die klassischen Medien nicht vergessen und ebenfalls bedient. Aber gerade Kurse können so direkt an die Zielgruppe gebracht werden. Die Rückmeldung zeigt, dass die Zielgruppe auf direktem Weg erreicht werden kann und viele Plakate/Flyer gespart werden.  
!Wunsch: Es werden Werbebudgets für passgenaue (Internet-) Werbung benötigt.