



Bundesministerium  
des Innern, für Bau  
und Heimat

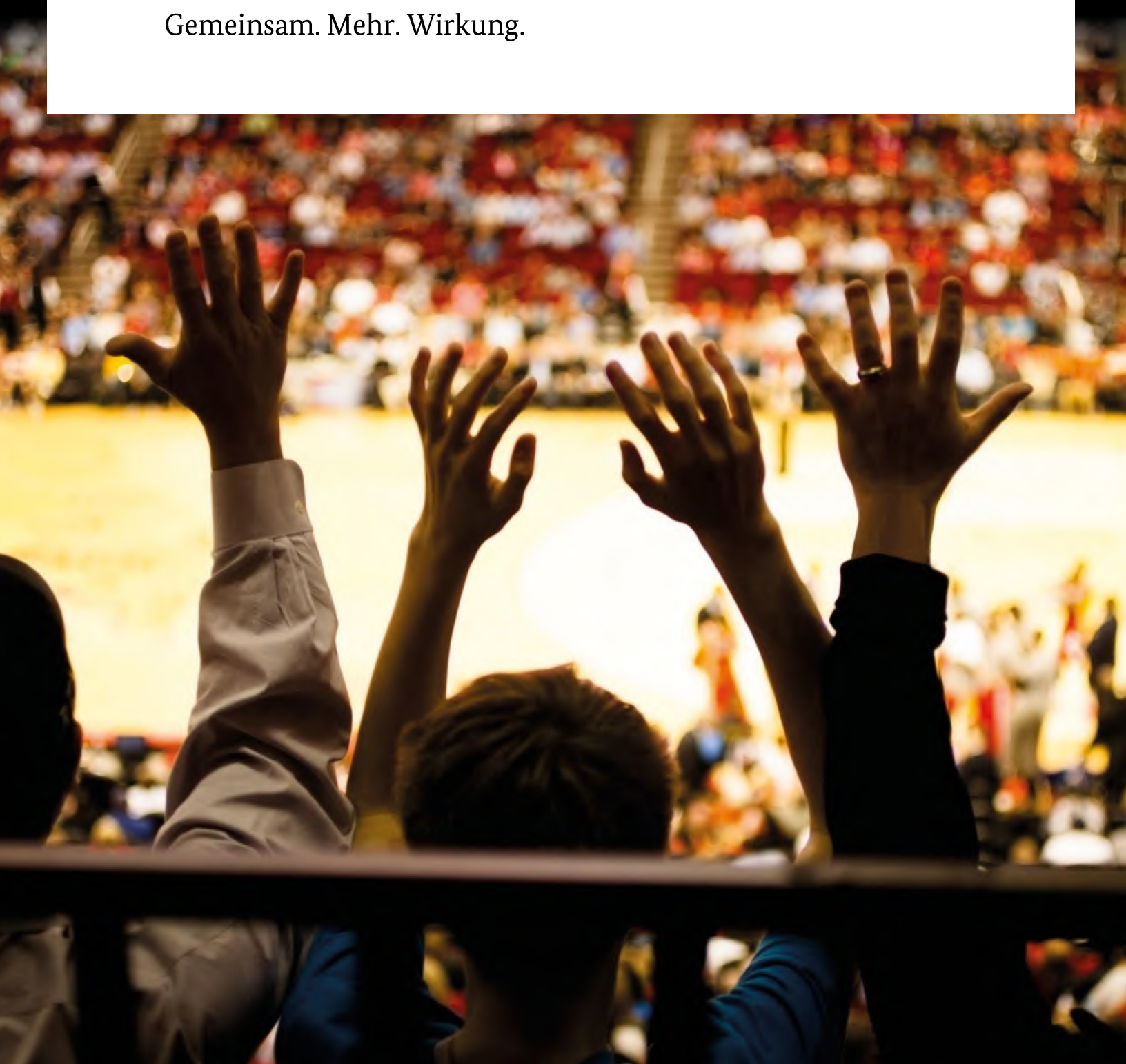


# Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen

Gemeinsam. Mehr. Wirkung.

Deutscher Bundestag  
Sportausschuss

Ausschussdrucksache  
19(5)305



# Inhalt

1	Einleitung.....	2
2	Auftrag und Vorgehen .....	6
3	Wirkung der Nationalen Strategie.....	8
4	Aktuelle Herausforderungen.....	11
5	Definition Sportgroßveranstaltungen .....	12
6	Strategischer Rahmen.....	15
6.1	Strategische Ziele .....	15
6.2	Bewertung der übergreifenden Zielerreichung .....	23
6.3	Mindeststandards.....	26
7	Dialog und Beteiligung .....	28
8	Internationale Vernetzung.....	33
9	Maßnahmen und Werkzeuge zur Umsetzung.....	37
9.1	Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen.....	38
9.2	Unterstützungsleistungen.....	44
9.3	Zuwendungsverfahren .....	48
10	Weitere Schritte .....	49
A	Subziele der Nationalen Strategie.....	53
B	Übersicht möglicher Bewertungskriterien .....	61
C	Kriterien zur Typisierung.....	67
D	Nutzerreise durch den SGV-Referenzprozess .....	69
E	Übersicht möglicher Unterstützungsleistungen.....	73
F	Glossar .....	84
G	Übersicht Mitglieder der Arbeitsgruppen.....	91
	Abbildungsverzeichnis .....	96
	Abkürzungsverzeichnis.....	97
	Quellenverzeichnis.....	100

# 1 Einleitung

Der Sport hat in unserer Gesellschaft und weltweit zu Beginn der dritten Dekade des 21. Jahrhunderts eine universelle und hervorgehobene Stellung erlangt, die mit kaum einer anderen Passion vergleichbar ist. Er fasziniert Menschen überall auf der Welt und bringt sie auf einmalige Art zusammen: Als aktive Sportler:innen auf allen Ebenen, als Engagierte rund um Training und Wettkämpfe, bei der Organisation von Sportereignissen und als Zuschauer:innen. Spitzensport in den Arenen und Stadien dieser Welt live zu erleben, ist für die Besucher:innen meist ein unvergessliches Erlebnis. Zudem können heutzutage Milliarden Menschen solche Ereignisse unmittelbar über digitale Medien verfolgen. Das schafft immer wieder kollektive Erlebnisse, auf nationaler und internationaler Ebene, von denen es auch wegen der wachsenden Vielfalt individualisierter Medien-Angebote nur noch wenige gibt. Auf der Basis der Werte des Sports können Großereignisse friedliche, emotionale und verbindende Erlebnisse für Menschen ermöglichen, unabhängig von Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, Religion und Weltanschauung.

Deutschland hat als traditionell starke Sportnation und weltweit anerkannter Gastgeber zahlreicher Sportereignisse in den vergangenen Jahrzehnten einen nicht unerheblichen Anteil daran, dass der Sport diese herausragende Stellung einnimmt. Neben international erfolgreichen deutschen Athlet:innen und Mannschaften in zahlreichen Sportarten und hochattraktiven nationalen Ligen sowie einem weltweit einzigartigen Breitensportfundament mit rund 28 Millionen Mitgliedschaften in rund 90.000 Sportvereinen haben dazu auch eine Reihe herausragender Sportgroßveranstaltungen (SGV) beigetragen: Der Olympiapark in München mit seinem einzigartigen Stadiondach zieht auch knapp 50 Jahre nach den Olympischen Spielen von 1972, den bislang letzten in Deutschland, Gäste aus aller Welt an. Gleichzeitig beherbergt er viele Sportstätten, die sowohl im Breiten- wie im Spitzensport bis in die Gegenwart genutzt werden. Wie nachhaltig das olympische Erbe hier wirkt, zeigt sich auch daran, dass hier im „Jubiläumsjahr“ 2022 das Herz der European Championships schlagen wird. Darüber hinaus war die Welt allein im vergangenen Jahrzehnt bei über 50 Welt- und Europameisterschaften in Deutschland „zu Gast bei Freunden“, darunter bei der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen (2011), der Eishockey-Weltmeisterschaft (2017) und bei der Handball-Weltmeisterschaft der Männer (2019). Auch wurden erfolgreich neue Formate im Sommer- und im Wintersport entwickelt, wie die

Leichtathletik-Europameisterschaften 2018 im Rahmen der European Championships in Berlin und die Biathlon World Team Challenge in Gelsenkirchen.

Bei diesen Sportgroßveranstaltungen ist es regelmäßig gelungen, nicht nur gut organisierte Wettkämpfe auszurichten, sondern auch Orte und Anlässe für Gemeinschaftserlebnisse zu schaffen. Dank des Sports präsentiert sich Deutschland als weltoffene tolerante, faire und nachhaltig orientierte Gesellschaft. Dieses haben Welt- und Europameisterschaften in vielen weiteren Sportarten bewiesen, die in den vergangenen Jahrzehnten in Deutschland ausgetragen worden sind.

Der Sport und besonders der Spitzensport bei Sportgroßveranstaltungen haben eine enorme Strahlkraft auf und für die Gesellschaft. Kinder und Jugendliche eifern ihren sportlichen Vorbildern nach und nehmen darüber auch die Werte des Sports auf: Toleranz, Integration, Fairness, Leistung, Respekt und viele weitere. Sportgroßveranstaltungen können diese Werte fördern und weiterverbreiten. Gleichzeitig wirken solche Veranstaltungen auch über nationale Grenzen hinaus. Sie sind ein Aushängeschild für Deutschland und seine demokratische und freiheitliche Verfasstheit. Sie stehen gleichzeitig aber auch für Verlässlichkeit, Organisationstalent und Kompetenz bei der Organisation von Sportgroßveranstaltungen.

Trotz und wegen der besonderen Strahlkraft von Sportgroßveranstaltungen und den spätestens seit den 1980er Jahren gewachsenen politischen, ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimensionen, gibt es auch kritisch zu betrachtenden Begleiterscheinungen. Dazu gehören etwa Korruptionsaffären bei Bewerbungsprozessen, z.B. rund um die Vergabe der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006, Leistungsmanipulationen und andere Betrugsversuche, politische Instrumentalisierungen durch Regierungen, explodierende Kosten, ökologische Schäden und die Verletzung von Menschenrechten. Gleichzeitig ist besonders in Deutschland die Sensibilität für das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Formen, für die Teilhabe der Bevölkerung und für Good Governance deutlich gestiegen. Dieses Gesamtklima war sicher ein wichtiger Grund dafür, dass kommunale Bürgervoten die jüngsten zwei Bewerbungen um Olympische und Paralympische Spiele für München 2022 und für Hamburg 2024 gestoppt haben. Fehlende mehrheitliche Zustimmung in der Bevölkerung ist aber kein rein deutsches Phänomen, sondern zeigte sich letzthin auch in anderen demokratischen Staaten, etwa in der Schweiz, in Schweden oder

Norwegen. Auch Boston (USA), zunächst vermeintlicher Favorit für die Olympischen und Paralympischen Spiele 2024, musste seine Bewerbung zurücknehmen, weil die Bürger:innen den Plan nicht ausreichend unterstützten. Daraus lässt sich folgern, dass es nicht genügt, wenn sich der organisierte Sport und die öffentliche Hand entschließen, ein Sportgroßereignis auszurichten. Sondern es braucht – zumindest bei Mega-Events – auch die Zustimmung der Bevölkerung.

Die „Berliner Erklärung“ der 5. UNESCO-Weltsportministerkonferenz 2013, initiiert von der Bundesregierung, enthält erste Vorgaben für solche Bewerbungen. In ihr wurden Selbstverpflichtungen der Regierungen, aber auch Bedingungen für den Sport formuliert, um eine Bewerbung für Sportgroßveranstaltungen in ein schlüssiges und verantwortbares Gesamtkonzept zu bringen. Das gilt besonders im Hinblick auf finanzielle Verpflichtungen und Garantien. Einen wesentlichen Reformschritt stellte zudem die Agenda 2020 dar, die das Internationale Olympische Komitee (IOC) 2014 verabschiedete und als Agenda 2020+5 in diesem Jahr mit wegweisenden Impulsen fortschreibt. Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen greift die Ziele und Standards dieser internationalen sportpolitischen Referenzdokumente auf.

Wofür also eine Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen, wenn es auch ohne sie viele herausragende Wettkämpfe in Deutschland gab und dank bereits erfolgter Zuschläge in den kommenden Jahren geben wird? Die Antwort lautet: Die Konkurrenz um solche Veranstaltungen ist in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen. Verschiedene Länder in Asien haben ihre Position auf dem Sportmarkt stark ausgebaut, die Golf-Staaten setzen auf Sportgroßveranstaltungen als Wachstumsmotoren und mit Südamerika (Fußballweltmeisterschaften 2014, Olympische und Paralympische Spiele 2016 in Rio de Janeiro (Brasilien), Olympische Jugendspiele 2018 in Buenos Aires (Argentinien) und Afrika (FIFA Fußballweltmeisterschaften 2010 in Südafrika, Olympische Jugendspiele 2026 in Dakar (Senegal) sind weitere Kontinente erfolgreich in den weltweiten Wettbewerb um Mega-Events eingetreten.

Auch der Blick auf andere erfolgreiche Sportnationen kann bei der Beantwortung der Frage nach der Notwendigkeit einer Strategie hilfreich sein. Kanada, das Vereinigte Königreich und Dänemark haben jeweils langfristig angelegte Strategien für Sportgroßveranstaltungen entwickelt und eigenständige Organisationsstrukturen für die Bewerbung, Koordination und Organisation

geschaffen<sup>1</sup>. Diese Länder möchten international eine führende Rolle bei der Austragung von Sportgroßveranstaltungen einnehmen. Ein Vergleich der strategischen Ansätze zeigt, dass deren Ziele ähnlich sind. Sie lauten: Den Sport samt seines gesellschaftlichen Nutzens fördern, die Wirtschaft (insbesondere den Tourismus) entwickeln, das eigene Image aufwerten und die (Sport-) Infrastruktur eines Landes verbessern. Länder mit einer Strategie für Sportgroßveranstaltungen haben in der Folge zentrale Mechanismen für die Koordinierung und Steuerung geschaffen. In Kanada und das Vereinigte Königreich haben die Verantwortlichen aus Sport und Politik ihren gemeinsamen strategischen Weg zugleich dafür genutzt, sich erfolgreich um Olympische und Paralympische Spiele zu bewerben. Der strategische Weg wurde nach den Wettkämpfen dort übrigens konsequent fortgesetzt.

Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass wir besser werden und weiterhin aktiv bleiben müssen, um das hohe deutsche Niveau in der Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen bei international wachsendem Wettbewerb zu halten. Auch braucht es eine strategische und koordinierte Herangehensweise, damit solche Events die gewünschten positiven Wirkungen für Sport und Gesellschaft entfalten. Zudem wollen wir negative Begleiterscheinungen von Sportgroßveranstaltungen reduzieren. Zugespitzt lautet unser Ziel mit dieser Strategie:

### **Gemeinsam. Mehr. Wirkung**

mit und für Sportgroßveranstaltungen zu erreichen. Deshalb wollen wir Sportgroßveranstaltungen künftig auf Basis dieser gemeinsam entwickelten Nationalen Strategie ausrichten.

Das kann auch zu einer Bewerbung um und vielleicht sogar Austragung von Olympischen und Paralympischen Spielen in Deutschland führen, die künftig in jedem Fall auf dieser Strategie fußen wird. Der Erfolg der Nationalen Strategie wird jedoch nicht an einer erfolgreichen Bewerbung um Olympische und Paralympische Spiele gemessen. Ihr Nutzen liegt vielmehr auf den vielfältigen Wirkungen, die Sportgroßveranstaltungen auf den Sport und die Gesellschaft entfalten. Sie reicht damit über einzelne Sportgroßveranstaltung hinaus.

---

<sup>1</sup> Dänemark hat mit „Sport Event Denmark“ auch eine internationale Strategie entwickelt. Im Vereinigten Königreich gibt es „UK Sport“ und Kanadas Regierung koordiniert Sportgroßveranstaltungen mit der „Federal policy for hosting international sport events“. Andere Länder, wie die Schweiz und Österreich sind dabei, derartige Strategien zu entwickeln.

## 2 Auftrag und Vorgehen

Um die steigenden Herausforderungen zu meistern, soll der „(...) Aufbau und die Umsetzung einer langfristig angelegten Strategie für Sportgroßveranstaltungen, insbesondere Olympische und Paralympische Spiele sowie Universiaden (...)“ erfolgen. So steht es im Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD der 19. Legislaturperiode. Auch das Arbeitsprogramm des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) sieht, abgeleitet von der „DOSB Strategie 2028“<sup>2</sup>, für die Zeit bis 2022 das Erstellen einer solchen Strategie vor. BMI und DOSB haben entschieden, diesen Auftrag gemeinsam wahrzunehmen, um den Prozess möglichst breit gesellschaftlich zu verankern und die Koordination von Sportgroßveranstaltungen in Deutschland insgesamt zu verbessern.

Die Rückmeldungen aus der 2019 gestarteten Konsultationsphase, an der sich zahlreiche Expert:innen aus Sport, Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen und Zivilgesellschaft beteiligten, haben die Richtigkeit dieser Entscheidung bestätigt. Denn eines der wichtigsten Ergebnisse dieser Gespräche lautet: Trotz der hohen Qualität und Quantität von Sportgroßveranstaltungen in Deutschland besteht noch Verbesserungspotenzial. Ein Bereich wurde dabei besonders häufig genannt: Viele Beteiligte wünschen sich für Sportgroßveranstaltungen eine stärkere übergeordnete Koordination und eine bessere Abstimmung zwischen den verschiedenen Beteiligten. Dieser Wunsch ist nachvollziehbar und leicht zu erklären: Der Mehraufwand durch parallele Bewerbungen würde genauso reduziert wie ungewollte Konkurrenzen von Veranstaltungen in zeitlicher oder örtlicher Nähe. Auch organisatorische, formale und finanzielle Herausforderungen, die bei einer Bewerbung zum Beispiel durch unterschiedliche zuwendungsrechtliche Bestimmungen entstehen, ließen sich besser meistern. Schließlich könnten Kompetenzen, Wissen und Erfahrungen, die für Bewerbung und Organisation von Sportgroßveranstaltungen relevant sind, besser genutzt und gezielt weitergegeben werden. Durch klar definierte und kommunizierte Ziele könnte die sport- und gesellschaftspolitische Agenda Deutschlands international noch wirkungsvoller platziert werden.

---

<sup>2</sup> „Eine erfolversprechende Bewerbung für die Olympischen und Paralympischen Spiele auf den Weg bringen bzw. vorbereiten, u.a. durch eine Stärkung und Verbreitung der olympischen Idee und der olympischen Faszination.“

BMI und DOSB wollen dieses Potenzial gemeinsam mit weiteren Beteiligten nutzen. Deshalb wurden nach Abschluss der ersten Konsultationsphase in einem zweiten Schritt die Erkenntnisse und gemeinsamen Ziele, ebenfalls mit breiter Einbindung von Expert:innen, in ein Grobkonzept gegossen und als Eckpunkte für eine Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen festgehalten. Das Grobkonzept ist im Februar 2020 erschienen. Es zeigt vier Handlungsziele und -felder der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen auf:

1. Sportgroßveranstaltungen mit langfristiger und positiver Wirkung in den Fokus rücken.
2. Begeisterung und Unterstützung für Sportgroßveranstaltungen steigern.
3. Transparenz, Kompetenz und Koordination erhöhen, um Ressourcen effektiv und effizient einzusetzen.
4. Internationale Konkurrenzfähigkeit deutscher Bewerbungen für Sportgroßveranstaltungen erhöhen.

In einem dritten Schritt folgte zwischen April und Dezember 2020 die eigentliche Erarbeitung der Strategie-Inhalte. Dafür wurden Akteur:innen aus Sport, Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft sowie von Nichtregierungsorganisationen umfassend einbezogen. Mehrere Arbeitsgruppen entwickelten die Inhalte der vorliegenden Strategie. BMI und DOSB stellten sie bei zwei Fachtagungen vor und diskutierten sie mit der Fachöffentlichkeit. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind ebenfalls in das vorliegende Strategiedokument eingeflossen.



### 3 Wirkung der Nationalen Strategie

Gemeinsame Ziele bilden die Grundlage für eine konstruktive Zusammenarbeit von Politik und Verwaltung einerseits und den Institutionen des Sports andererseits. Gemeinsame Ziele sind damit wesentliche Elemente dieser Strategie. Sie sollen sicherstellen, dass Sportgroßveranstaltungen positiv auf Sport und Gesellschaft wirken. Um das in einer übergeordneten – nationalen – Weise zu erreichen, ist ein stringentes und koordiniertes Vorgehen einer Vielzahl von Akteur:innen auf unterschiedlichen Ebenen erforderlich, die jeweils ihren Beitrag für das Gelingen von Sportgroßveranstaltungen leisten müssen.

Hierfür wiederum sind die beiden folgenden Kernelemente von besonderer Bedeutung:

- Der strategische Rahmen mit den strategischen Zielen bietet allen Akteuren Orientierung; das Erreichen der Ziele ist Grundlage für eine staatliche Förderung.
- Gemeinsame Standards und abgestimmte Prozesse erleichtern ein koordiniertes Vorgehen und ermöglichen ein passgenaues Angebot an Koordinations- und Unterstützungsleistungen für Akteur:innen im Sport und bei öffentlichen Stellen.

Die Verständigung auf gemeinsame Standards und Mindestanforderungen erhöht die Transparenz und Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen. Eine objektive Bewertung der Zielerreichung ist Grundlage für eine glaubwürdige Kommunikation auch des gesellschaftlichen Nutzens. Das schafft Vertrauen in der Bevölkerung und bei den involvierten Akteur:innen. Die Strategie ist eine politische Willensbekundung und unterstreicht den Anspruch der Bundesregierung, des DOSB und der Sportverbände, den Sport und Sportgroßveranstaltungen in allen gesellschaftlichen Bereichen noch stärker zu verankern und ihre Wirkung zu steigern. Darüber hinaus fördert eine gemeinsame strategische Ausrichtung von Sport und Politik die positive Wahrnehmung Deutschlands und stärkt seinen Einfluss im Zusammenhang mit internationalen Sportgroßveranstaltungen.

Zusammengefasst wollen wir mit den einzelnen Modulen der Strategie

**Gemeinsam. Mehr. Wirkung.**

erzielen.

**Gemeinsam.**

- Es werden klar definierte Prozesse und Verantwortlichkeiten festgeschrieben; das bietet allen Akteur:innen Orientierung und den Rahmen für gemeinsames Handeln sowie eine strukturierte und standardisierte Zusammenarbeit.
- Es werden Allianzen, Kooperationen und Partnerschaften über den Sport hinaus (z.B. mit Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft) auf- und ausgebaut; das stärkt und erweitert Netzwerke.
- Der deutsche Sport tritt geschlossen in der internationalen Arena auf; das verschafft ihm mehr Einfluss und stellt sicher, dass Deutschland seine sport- und gesellschaftspolitischen Interessen jenseits der eigenen Grenzen erfolgreich vertreten kann.

**Mehr.**

- Wenn sich alle Beteiligten von Sportgroßveranstaltungen stärker vernetzen und besser abstimmen, werden Wissens- und Erfahrungsaustausch gestärkt und Synergien gehoben; das bündelt Kompetenzen und schafft einen höheren Grad an Professionalisierung.
- Jede Sportgroßveranstaltung kann in unterschiedlicher Weise zur Zielerreichung beitragen; die Strategie entfaltet ihre volle Wirkkraft durch die Gesamtheit aller Sportgroßveranstaltungen.
- Staatliche Unterstützung wird bedarfsorientiert und für diverse Sportgroßveranstaltungen angeboten; das fördert die Zielerreichung in der Breite und stärkt die vielfältige Verbandslandschaft.

- Es gibt unverrückbare Mindeststandards, die eine klare Botschaft aussenden: „Wir wollen Sportgroßveranstaltungen – aber nicht um jeden Preis“; das hilft, gängigen Vorbehalten gegenüber Sportgroßveranstaltungen zu begegnen.

### **Wirkung.**

- Das strategische Zielsystem bildet eine gemeinsame Handlungsgrundlage für alle Beteiligten; das ermöglicht ein abgestimmtes und zielgerichtetes Handeln.
- Die positiven Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen auf Sport und Gesellschaft stehen im Fokus; das unterstreicht den Anspruch, mit Sportgroßveranstaltungen einen positiven Effekt über das Sportereignis hinaus erreichen zu wollen.
- Die staatliche Unterstützung orientiert sich am Beitrag, den eine Sportgroßveranstaltung zur Zielerreichung leistet; das hilft dabei, die Ziele zu verwirklichen und Vertrauen und Planungssicherheit zu schaffen.
- Die Zielerreichung wird gemessen und dokumentiert; das macht positive Effekte greifbarer und nachvollziehbarer. Außerdem überzeugen positive Erlebnisse bei Sportgroßveranstaltungen die Menschen von deren vorteilhafter Wirkung über den Sport hinaus.

Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen liefert somit den Kompass des künftigen Handelns und bildet den Ausgangspunkt für ein insgesamt größeres Engagement.

## 4 Aktuelle Herausforderungen

Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen ausgerechnet im Schatten einer beispiellosen Pandemie zu erarbeiten und vorzulegen, mag Fragen und Kritik hervorrufen. Denn sportliche Wettkämpfe leben ganz entscheidend von der Gemeinschaft und Nähe unter Athlet:innen und Zuschauer:innen. Aber genau darauf müssen wir wegen der Infektionsgefahr vermutlich noch länger verzichten. Im strategischen Zielsystem haben wir den Gesundheitsschutz deshalb noch genauer ausgearbeitet, um hier in Zukunft besser aufgestellt zu sein. Wir halten die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen in der aktuellen Phase sowie in der Post-Pandemiephase sogar für noch bedeutsamer als vorher. Gerade die neuen Verhaltens- und Schutzregeln sind es, die den lange entbehrten Besuch von Sportevents wieder ermöglichen. Zumal Gemeinschaftserlebnisse in der Zeit der Heilung während und nach diesem globalen Krisenereignis einen wichtigen Beitrag zum Übergang in eine neue Normalität leisten. Auch müssen Steuermittel als Folge der Pandemie noch effektiver und effizienter eingesetzt werden. Und nicht zuletzt haben viele Menschen nach der langen pandemiebedingten sozialen Abstinenz und Bewegungslosigkeit mehr Sport dringend nötig. Denn es steht zu befürchten, dass COVID-19 einer ohnehin zunehmenden Inaktivität in der Bevölkerung zusätzlich Vorschub geleistet hat. Dieser Entwicklung gilt es entschieden entgegen zu treten, auch angesichts steigender Zahlen von Übergewicht und Adipositas<sup>3</sup> vor allem bei jungen Menschen. Sportgroßveranstaltungen können genau an dieser Stelle einen wertvollen Beitrag leisten und alle zu neuen Aktivitäten motivieren.

Sportgroßveranstaltungen können noch einen weiteren gesellschaftlichen Trend positiv beeinflussen: Viele Städte – in Deutschland und anderswo – suchen nach überzeugenden Konzepten für lebenswerte urbane Räume. „Active und liveable cities“ lauten die Stichworte. Innovative Begleitprogramme und Konzepte für ein nachhaltiges Erbe von Sportgroßveranstaltungen können in den Ausrichterstädten neue Impulse in diese Richtung setzen.

---

3 RKI / DESTATIS, 2017

## 5 Definition Sportgroßveranstaltungen

Finden in Deutschland jedes Jahr nur einige wenige, dutzende, hunderte oder gar tausende Sportgroßveranstaltungen statt? Ohne eine klare Definition weiß das niemand genau. Eine Definition von Sportgroßveranstaltungen ist daher unerlässlich, um sie von sonstigen (Sport-) Veranstaltungen zu unterscheiden (s. Anhang C).

Dazu wurde anhand eindeutiger Merkmale eine Typisierung erarbeitet, bei der auch Heterogenität und sich ändernde Rahmenbedingungen eine Rolle spielten. Dabei bildeten sich drei Typen von Sportgroßveranstaltungen heraus.

### **Schritt 1: Handelt es sich um eine Sportveranstaltung im Sinne der Strategie?**

Die grundsätzliche Frage lautet, ob es eine Sportveranstaltung im Sinne der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen ist. In diesem Fall muss der Fokus des Wettkampfs auf Sport liegen, und zwar in einer vom DOSB anerkannten Sportart. Die Veranstaltung muss zudem internationale Strahlkraft besitzen und zeitlich begrenzt sein (d.h. kein wöchentlich wiederkehrender Wettkampf). Dadurch ist der Betrieb nationaler Ligen nicht Bestandteil dieser Strategie.

### **Schritt 2: Handelt es sich um eine „große“ Sportveranstaltung?**

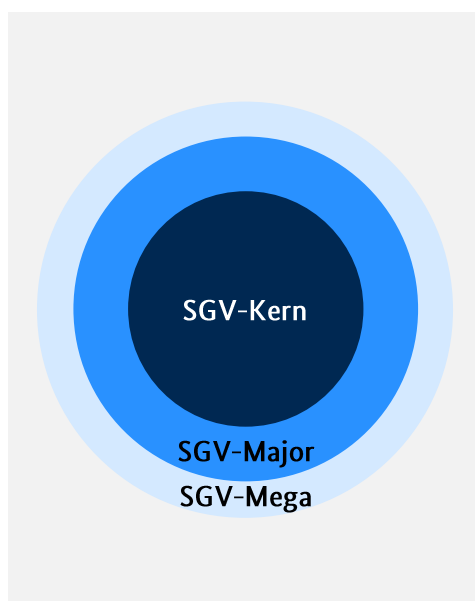
In einem zweiten Schritt wird geprüft, ob es sich um eine „große“ Sportveranstaltung im Sinne der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen handelt. „Groß“ ist dabei weit gefasst und basiert auf neun Merkmalen, welche die Struktur der Veranstaltung und des Teilnehmerfelds, die Internationalität, das Besucherinteresse und die Resonanz in den Medien berücksichtigen (s. Anhang C). Einige Merkmale werden dabei stärker gewichtet, da sie eine Hebelwirkung bei der Erfüllung der strategischen Ziele entfalten können, so zum Beispiel die mediale Resonanz, die die Werte des Sports einem größeren Publikum vermitteln kann.

Um im Sinne der Strategie als Sportgroßveranstaltung zu gelten, muss ein Wettkampf aufgrund der Heterogenität der Veranstaltungen nur eine gewisse Zahl dieser Merkmale erfüllen. Ein Merkmal gilt als erfüllt, wenn ein Schwellenwert erreicht ist. Erfüllt eine Sportveranstaltung

genügend Merkmale, fällt sie in die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen. Erfüllt sie nicht genügend Merkmale, kann eine Sonderfallprüfung in Betracht kommen.

### Schritt 3: Welcher Typ Sportgroßveranstaltung?

In einem dritten Schritt folgt die Unterscheidung der verschiedenen Typen von Sportgroßveranstaltungen. Dies geschieht anhand von Grenzwerten für die oben genannten Merkmale. Die drei Typen im Sinne dieser Strategie sind:



**SGV-Kern:** Sie sind das Fundament der Sportgroßveranstaltungen in Deutschland (Anteil gemessen an der Zahl aller relevanten Sportgroßveranstaltungen >75%). Diese Veranstaltungen profitieren besonders stark von größerer Transparenz, besserer Koordination, Abstimmung und anderen Synergien. Zusammen geben sie dem Sport neue Impulse, stehen für Vielfalt und sichern die Erreichung der strategischen Ziele in der Breite.

**SGV-Major:** Sie sind größer und aufwändiger als SGV-Kern.

**SGV-Mega:** Sie sind die größten Sportgroßveranstaltungen weltweit (z.B. Olympische und Paralympische Spiele / Fußball-Europameisterschaft und Fußball-Weltmeisterschaft).

Abb. 1: SGV-Typen

### Sonderfallprüfung

Eine Sonderfallprüfung ist möglich, wenn eine Sportveranstaltung beim Typisierungsprozess zwar nicht als Sportgroßveranstaltungen im Sinne der Nationalen Strategie eingestuft wird, aber der ausrichtende Sportverband / Veranstalter nachweisen kann, dass seine Veranstaltung eine besonders positive Wirkung auf die strategischen Ziele entfaltet. Zusätzlich muss die Veranstaltung mindestens einen der folgenden Punkte erfüllen:

- i. Starke internationale (mediale) Resonanz

- ii. Besondere Eigenschaften der Veranstaltung, z.B.
  - a) neue Sportart / neues Format; mangels Etablierung ist eine Bewertung anhand und Erfüllung der Typisierungskriterien kaum möglich; es bestehen jedoch gute Aussichten, dass Schwellenwerte der neun o.a. Merkmale künftig erreicht werden.
  - b) „Türöffner“-Veranstaltung (Events, die größere Folgeveranstaltungen nach sich ziehen können)

Ist die Sonderfallprüfung erfolgreich, wird die Veranstaltung als SGV-Kern in den Strategieprozess aufgenommen. Die genaue Ausgestaltung der Sonderfallprüfung erfolgt in der Umsetzungsphase.

## 6 Strategischer Rahmen

Das entwickelte Zielsystem mit strategischen Zielen und Subzielen bildet das Fundament und die Leitplanken für künftige Maßnahmen und Entscheidungen. Die Ziele verdeutlichen die Absicht, mit der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen eine langfristige und weitreichende sport- wie gesellschaftspolitische Dimension zu erfassen. Ergänzend, jedoch nachgeordnet, werden positive Wirkungen auch in weiteren Bereichen angestrebt. Der mögliche Beitrag einer Sportgroßveranstaltung zur Erfüllung dieser strategischen Ziele ist eine wesentliche Größe, um künftig über Art und Umfang der Unterstützungsleistungen zu entscheiden. Deshalb werden die Ziele durch einen Ansatz zur Bewertung der Zielerreichung ergänzt. Zusätzlich werden verpflichtende Mindeststandards, z.B. in den Bereichen Umwelt, Integrität und Gesundheitsschutz geschaffen.

### 6.1 Strategische Ziele

Das übergeordnete Ziel der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltung ist „die Stärkung der positiven Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen auf Sport und Gesellschaft – gemeinsam, nachhaltig, professionell und unter bestmöglichem Ressourceneinsatz“. Der Fokus richtet sich also auf Ziele in den Bereichen Sport und Gesellschaft, denn hier können Sportgroßveranstaltungen unmittelbar positiv wirken. Mittel- und langfristige volkswirtschaftliche Effekte von Sportgroßveranstaltungen sind hingegen nur in Einzelfällen auf lokaler oder regionaler Ebene belegt. Gleichwohl können insbesondere sehr große Sportveranstaltungen die touristische Anziehungskraft von Ausrichtungsstätten, -orten und sogar eines ganzen Landes weit über den Veranstaltungszeitraum hinaus steigern. Unbestritten ist jedoch, dass jede Sportgroßveranstaltung einen ökologischen Fußabdruck hinterlässt. Solche Events verursachen Emissionen, sei es durch den Transport von Wettkampfbeteiligten, Zuschauer:innen, Medienvertreter:innen oder durch den Bau und die Sanierung von Sportstätten. Deshalb ist es wichtig, Innovationen zu berücksichtigen und nachhaltige Konzepte und Pläne für die Weiternutzung nach Ende des Sportereignisses zu entwickeln. Sportgroßveranstaltungen können hier Vorbild für einen anderen Umgang mit der Natur und Ressourcen sein. Deshalb sollen mit dieser Strategie die negativen



Effekte auf die Umwelt und Wirtschaft minimiert und das Potenzial von Innovationen hervorgehoben werden. Diese Aspekte sind in den Subzielen klar verortet.

Nicht alle Sportgroßveranstaltungen werden in gleichem Maße zur Erreichung jedes Teilziels der Strategie beitragen können. Die Veranstalter von Sportgroßveranstaltungen sind künftig jedoch angehalten, Maßnahmen zu planen und umzusetzen, die einen positiven Effekt auf die Zielerreichung erwarten lassen. Dadurch trägt jede einzelne Sportgroßveranstaltung zur übergreifenden Zielerreichung bei.

Sechs strategische Ziele fächern unsere übergeordneten vier Handlungsziele weiter auf und beschreiben, welche positiven Wirkungen mit einer Sportgroßveranstaltung in Deutschland idealerweise erzielt werden können. Auch in der Vergangenheit haben Sportgroßveranstaltungen bereits auf viele dieser strategischen Ziele eingezahlt. Indem die Ziele nun klar formuliert und mit einer objektiven Beurteilung zur Zielerreichung verbunden sind, soll diese positive Wirkung künftig noch deutlich stärker ausfallen. Die sechs strategischen Ziele werden wiederum durch Subziele ergänzt, die Teilbereiche weiter ausdifferenzieren, ohne diese damit abschließend zu beschreiben (vgl. Anhang A.)

Strategische Ziele	Subziele
Impulse im Breiten- und Spitzensport zur Nachwuchs- und Athlet:innen-Entwicklung setzen	Vielfalt, Integration und Teilhabe in unserer Gesellschaft fördern
Werte des Sports in die Mitte der Gesellschaft tragen und aktive Lebensweisen unterstützen	Sportinfrastruktur bedarfsgerecht weiterentwickeln, modernisieren und die Nutzung bestehender Sportanlagen fördern
Ansehen und die internationale Wahrnehmung Deutschlands positiv prägen	Internationale Begegnungen fördern und damit zu Frieden und Völkerverständigung beitragen
Vielfalt des Sports und Rolle unserer Sportverbände stärken und diese weiterentwickeln	Bevölkerung sowie Athlet:innen unvergessliche Momente durch „Heimspiele“ ermöglichen
Sportgroßveranstaltungen nutzen, um Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen	Identifikation mit Deutschland erhöhen und damit den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken
Zukunftstechnologien nutzen, um Impulse für Innovation zu setzen	Standortattraktivität Deutschlands erhöhen und Gäste aus aller Welt begrüßen
	Kultur, Wissenschaft und Bildung Impulse geben und dadurch weiterentwickeln
	Vorbilder schaffen
	Beispiele für ressourceneffiziente und -schonende Großveranstaltungen schaffen
	Menschen zu mehr Bewegung motivieren und Gesundheitsvorsorge durch mehr Sport unterstützen

Abb. 2: Das Zielsystem der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen

## Impulse im Breiten- und Spitzensport zur Nachwuchs- und Athlet:innen-Entwicklung setzen

Von allen Nationen, die nach 1945 Olympische Sommerspiele ausgetragen haben, schnitt nur ein Land als Gastgeber im Medaillenspiegel schlechter ab als in den Spielen davor<sup>4</sup>. Heimspiele motivieren und können sich positiv auf Breiten- und Spitzensport auswirken – auf Sportler:innen, Trainer:innen und Betreuer:innen, auf Nachwuchs- und Hobby-Sportler:innen. Allerdings stärkt nicht jede Sportgroßveranstaltung automatisch den Breitensport. Dazu bedarf es zusätzlicher Impulse vom Veranstalter, wie z.B. Kooperationen mit Schulen und Vereinen, die Kombination mit Breitensportevents oder eine Förderung von Bildungsangeboten<sup>5</sup>. Solche Maßnahmen können den Breitensport langfristig beflügeln und die Zahl von Sportler:innen

<sup>4</sup> Westdeutsche Zeitung, 2016.

<sup>5</sup> Pohlmann & Streppelhoff, 2020, S. 14.

dauerhaft steigern. Athlet:innen haben hierbei eine Vorbildfunktion, derer sie sich bewusst sein müssen und die viele von ihnen auch gerne wahrnehmen.

Sportgroßveranstaltungen können auch Impulse für die Modernisierung und Instandhaltung von Sportstätten setzen. Eine moderne Sportinfrastruktur kann den Weg für weitere Sportgroßveranstaltungen bereiten. Sie sollte bedarfsorientiert und nachhaltig geplant, errichtet und betrieben werden, indem Trainings- und Wettkampfbedingungen des Breiten- wie Spitzensports gleichermaßen Berücksichtigung finden. Dies eröffnet Nachwuchsathlet:innen und Vereinen bessere Entwicklungsmöglichkeiten und bildet die Grundlage für kommende erfolgreiche Heimspiele.

---

### Werte des Sports in die Mitte der Gesellschaft tragen und aktive Lebensweisen unterstützen

Werte wie Toleranz, Fairness, Integration und Leistungsbereitschaft sind eng mit dem Sport verknüpft. Sportgroßveranstaltungen machen diese Werte für die Zuschauer:innen sicht- und erfahrbarer. Sie können diese in die Mitte der Gesellschaft tragen. Dafür muss die Öffentlichkeit erreicht und eingebunden werden, etwa durch Partnerschaften oder gezieltes Marketing mit Vorbildern, die für die genannten Werte eintreten. Auf diese Weise können Sportgroßveranstaltungen weit über den Sport hinauswirken.

Wie das Beispiel von Andreas Toba: Bei den Olympischen Spielen in Rio de Janeiro 2016 absolvierte der Turner trotz eines kurz zuvor erlittenen Kreuzbandrisses unter großen Schmerzen seine Übung am Seitpferd und sicherte der deutschen Turnriege damit den Einzug ins Mannschaftsfinale. Oder Bernhard Seifert: Der Weltklasse-Speerwerfer war für die IAAF World Athletics Championships 2019 in Doha nominiert, überließ seinen Startplatz dann aber seinem Konkurrenten Julian Weber, da jener in besserer Form war. Diese Geste nahmen Verband und Konkurrenten mit Hochachtung zur Kenntnis, weil Seifert, obwohl Einzelsportler, seine eigenen Ambitionen zugunsten des deutschen Teams zurückstellte. Solch ein Verhalten von Sportidolen strahlt weit über den Sport hinaus.

---

Die Leistungen von Spitzensportler:innen bei Sportgroßveranstaltungen und deren Eintreten für einen gesunden, sportbetonten Lebensstil kann Menschen dazu animieren, selbst regelmäßig Sport zu treiben. Auch niederschwellige Angebote rund um Sportgroßveranstaltungen können Menschen dazu bringen, sich mehr zu bewegen. Diese Wirkung auf die Gesundheit der Bürger:innen wollen wir mit attraktiven Sportgroßveranstaltungen zumindest mittelbar stärken. Hierzu können beispielsweise Mitmachangebote, Kooperationen mit Vereinen und Schulen sowie Bewegungskampagnen einen Beitrag leisten.

---

### Ansehen und die internationale Wahrnehmung Deutschlands positiv prägen

Sportgroßveranstaltungen bieten den Austragungsorten und -regionen, aber auch dem ganzen Land eine Bühne für Gastfreundschaft und Austausch, für sportliche, touristische und kulturelle Angebote. Ausländische Athlet:innen, Betreuer:innen, Fans und Funktionär:innen können vor Ort Eindrücke gewinnen, Emotionen erleben und diese in ihre Heimatländer mitnehmen. Über die Berichterstattung vor, während und nach einer Sportgroßveranstaltung können Bilder und Botschaften in die ganze Welt getragen werden. Mehrere Sportgroßveranstaltungen in zeitlicher Nähe könnten diesen Effekt noch verstärken. Dabei ist es wichtig, nicht nur als zuverlässiger Organisator für sichere Veranstaltungen wahrgenommen zu werden, sondern auch als gastfreundliches und weltoffenes Land.

Das wohl bekannteste Beispiel dafür ist die FIFA Fußball Weltmeisterschaft 2006. Dieses „Sommermärchen“ hat Deutschlands Bild in der Welt nachhaltig verändert. Und auch innerhalb Deutschlands hat dieses Sportereignis viel bewirkt, denn es trug entscheidend zu einem neuen, positiveren Selbstverständnis der hier lebenden Menschen bei. Ein anderes Beispiel sind die IBSF Bob- und Skeleton Weltmeisterschaften 2021, die ursprünglich in Lake Placid (USA) stattfinden sollte. Wegen der COVID-19-Pandemie wurde sie kurzfristig nach Altenberg (Deutschland) verlegt, um „die Gesundheit und Sicherheit von Wertsportlern zu gewährleisten“<sup>6</sup>.

---

---

<sup>6</sup> IBSF, 2020.

Nachhaltigkeitskonzepte für Sportgroßveranstaltungen (s.a. Ziel „Sportgroßveranstaltungen nutzen, um Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen“) werden heutzutage weltweit erwartet. Wir wollen international zeigen, dass wir auch hierfür Verantwortung übernehmen.

---

### **Vielfalt des Sports und Rolle unserer Sportverbände stärken und weiterentwickeln**

Die Vielfalt und Breite sind, auch im internationalen Vergleich, eine große Stärke des deutschen Sports. In der Vergangenheit hatte dieser Umstand einen positiven Einfluss auf die Zahl der Sportgroßveranstaltungen hierzulande. In den vergangenen zehn Jahren richtete Deutschland 24 Weltmeisterschaften in olympischen Sportarten aus und rangiert damit im G7-Vergleich auf Platz zwei. Bei der Vielfalt der Sportarten ist Deutschland in diesem Vergleich sogar mit Abstand die Nummer eins. Und so geht es auch weiter, ungeachtet aller Herausforderung wegen COVID-19. Im Jahr 2021 werden u.a. die FIS Nordische Ski Weltmeisterschaften in Oberstdorf, die IBSF Bob- und Skeleton-Weltmeisterschaften in Altenberg sowie vier Spiele der UEFA EURO 2020 in München stattfinden. In den kommenden zwei Jahren ragen die Austragung der European Championships 2022 in München und die Special Olympics World Games 2023 in Berlin besonders heraus.

Mit Hilfe der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen sollen die etablierten Verbände, aber auch junge Sportarten und neue Veranstaltungsformate gestärkt, unterstützt und weiterentwickelt werden, um diese Breite und Vielfalt zu bewahren und, wo sinnvoll, weiter auszubauen. Beispiele sind die European Championships und neue Sportarten im Olympischen Programm wie Sportklettern, Breakdance, Surfen oder Skateboard.

---

## Sportgroßveranstaltungen nutzen, um Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen

Die dieser Strategie zugrundeliegenden Nachhaltigkeitsziele umfassen ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte. Sportgroßveranstaltungen sollen Impulse setzen, die über bestehende Standards (z.B. Abfallvermeidung und Wirtschaftlichkeit) hinausgehen. Eine Sportgroßveranstaltung soll Vorbild und Bühne bei Themen wie ökologischem Fußabdruck, sozialem Miteinander und finanzieller Tragfähigkeit sein. Unternehmen, Start-ups, aber auch die Verwaltung können innovative Lösungen präsentieren und eine Vielzahl von Nutzer:innen und Nachahmer:innen erreichen. Die einzelnen Facetten der Nachhaltigkeit und mögliche Maßnahmen sollten unter dem Dach einer Sportgroßveranstaltung als gemeinsames Projekt geplant und umgesetzt werden. So können Nachhaltigkeitsmaßnahmen in ihrer Gesamtheit eine größere Strahlkraft entfalten. Deren Integration in Sportgroßveranstaltungen soll dazu beitragen, Nachhaltigkeitsziele zu fördern, deren Erreichung zu forcieren, innovative Lösungen in den Massenmarkt zu überführen und in der Summe Deutschland als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu präsentieren. Den UN Sustainable Development Goals (SDGs) verpflichten wir uns auch bei Sportgroßveranstaltungen.

Es gibt bereits diverse internationale Nachhaltigkeitsziele für Sportgroßveranstaltungen. Das Internationale Olympische Komitee nimmt dabei mit der Entscheidung, ab 2030 nur noch klimapositive Olympische und Paralympische Spiele durchzuführen, eine Vorreiterrolle ein<sup>7</sup>. Ebenso gibt es nationale Initiativen (z.B. Green Champions 2.0 des DOSB)<sup>8</sup> und wertvolle Empfehlungen des Umweltbundesamtes. Folgende Aspekte sollten beim Thema Nachhaltigkeit besondere Beachtung finden:

- Mobilität
- Bauen und Ressourcen
- Veranstaltungsort und Unterbringung der Gäste
- Energie und Klimaschutz
- Natur und Landschaft
- Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen (inklusive Merchandising)

---

<sup>7</sup> Internationales Olympisches Komitee, 2020.

<sup>8</sup> Deutscher Olympischer Sport Bund, kein Datum.

- Catering
- Abfallmanagement
- Umgang mit Wasser
- Lärm
- Kommunikation, Partizipation und Dialog
- Soziale Aspekte wie Inklusion, Barrierefreiheit, Gesundheit und Sicherheit
- Ökonomische Aspekte (z.B. nachhaltige Wertschöpfungsketten)

Diese Kriterien werden bei vielen Sportgroßveranstaltungen in Deutschland bereits beachtet. So haben sich z.B. die Veranstalter der FIS Nordischen Ski Weltmeisterschaften 2021 in Oberstdorf vorgenommen, nachhaltig und bestmöglich für den Sport, den Tourismus und die Umwelt zu handeln. Um ihre Nachhaltigkeitsstrategie zu untermauern, entwickelten die Organisatoren sieben klare Leitlinien. Darunter befinden sich Umwelt- und Ressourcenschutz (z.B. klimaneutraler Gebäudebestand bis 2050).<sup>9</sup>

---

## Zukunftstechnologien nutzen, um Impulse für Innovation zu setzen

Deutschland steht international für hohe technische Expertise und große Innovationskraft. Bei Sportgroßveranstaltungen lassen sich technische Neuerungen, neue Prozesse, Denkweisen und Ansätze vor großem Publikum präsentieren. Sie können die Veranstaltung selbst unterstützen, aber auch die Wahrnehmung der Sportgroßveranstaltung „Made in Germany“ zusätzlich positiv prägen. Kooperationen mit Initiativen und Start-ups eignen sich u.a. dafür, Teile von Sportgroßveranstaltungen vollkommen neu zu gestalten. Mit Partnern aus der Wirtschaft können die besten Lösungen als Piloten vorgeführt, damit sichtbarer und für eine breite Anwendung über den Sport hinaus weiterentwickelt werden.

Die internationale Reputation des Stadionbaus „Made in Germany“ hat sich durch Fußball-Weltmeisterschafts-Endrunden aber auch durch Champions-League-Finals in Deutschland stark verbessert. Die Veranstalter der Olympischen und Paralympischen Spiele in

---

<sup>9</sup> FIS Nordic Ski World Championships Oberstdorf Allgäu 2021, 2020.

Tokio nutzen das Sportereignis ebenfalls als Treiber von Zukunftstechnologien. So sollen ganze Straßen mit Solarpanels bedeckt, selbstfahrende Taxis zur Verfügung gestellt und Übersetzungsroboter eingesetzt werden<sup>10</sup>. Zudem ist geplant, das Olympische und Paralympische Dorf über Brennstoffzellen auf der Basis von Wasserstofftechnologie mit Energie zu versorgen. Die Maßnahmen sollen weit über die Spiele hinauswirken und die Wettbewerbsfähigkeit der japanischen Wirtschaft stärken.

Ein weiterer Bereich ist die zunehmende Digitalisierung des Sports, die zu einer größeren Teilhabe führen kann. So ist das lange Zeit eher einsame Radfahren auf der Rolle durch den Einsatz der Zwift-App inzwischen Kult. Tausende Radamateure:innen fahren weltweit online gleichzeitig mit- und gegeneinander. Sie können die großen Eintages-Klassiker des Radsports ebenso bestreiten, wie z.B. Etappen der Tour de France, oder auch nur kleine Runden „in virtueller Gemeinschaft“ drehen.

---

## 6.2 Bewertung der übergreifenden Zielerreichung

Das Zielsystem bildet das Fundament der Strategie. Die Erreichung der sechs strategischen Ziele und der Subziele wird anhand eines transparenten und praxisorientierten Bewertungssystem beurteilt.

Künftige Sportgroßveranstaltungen sollen nach einem übergeordneten Schema analysiert werden. Die vergleichbare Evaluierung einzelner Sportgroßveranstaltungen bildet dabei nur einen Teil der Analyse. Zugleich sollen die Evaluationen der verschiedenen Sportgroßveranstaltungen in die „Nationale Strategie SGV Scorecard“ (im Folgenden: „SGV Scorecard“) einfließen und dadurch immer einen aktuellen Stand über die Erreichung der Ziele insgesamt vermitteln. Dadurch lassen sich Unausgewogenheiten frühzeitig erkennen und gezielt Anreize setzen, um die Glaubwürdigkeit und Transparenz der gesamten Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen zu erhöhen.

---

<sup>10</sup> Blüwin, 2018.



Zur Bewertung der Zielerreichung wurden Kriterien und Indikatoren entwickelt (s. Anhang B). Sie bilden die Grundlage für ein Bewertungssystem innerhalb der Nationalen Strategie. Dabei ist wichtig, dass die Bewertung ein valides Ergebnis bei vertretbarem Aufwand liefert.

Die Evaluierung umfasst drei Bereiche: erstens den Zielabgleich vor einer Sportgroßveranstaltung, zweitens nach einer Sportgroßveranstaltung und drittens die Analyse der übergreifenden Zielerreichung. Kapitel 9.1 beschreibt den Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen und deren Bewertung. Der folgende Abschnitt erläutert die Bewertung der übergreifenden Zielerreichung mit Hilfe einer „SGV Scorecard“.

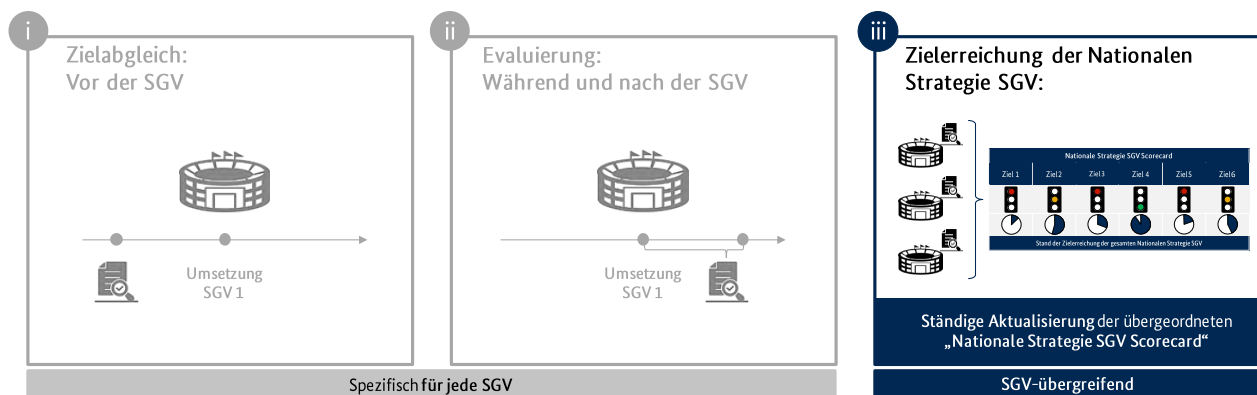


Abb. 3: „Dreiklang der Evaluierung“ – Die drei Anwendungsbereiche innerhalb der Nationalen Strategie

Die „SGV Scorecard“ schafft einen Überblick über die Zielerreichung der gesamten Nationalen Strategie (vgl. Abb. 4), indem sie die Ergebnisse der Evaluierung der einzelnen Sportgroßveranstaltungen zusammenführt.

So entsteht ein Gesamtbild über einen längeren Zeitraum, das zeigt, welche Ziele der Strategie besonders gut erfüllt und welche bisher weniger erreicht wurden. Treten dabei Ungleichgewichte zutage, können frühzeitig und gezielt Anreize für kommende Sportgroßveranstaltungen geschaffen werden.

Die Scorecard dient vor allem dazu, glaubhaft zu zeigen, dass die gesamte Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen auch wirklich umgesetzt wird, denn einzelne Veranstaltungen können die hoch gesteckten Ziele nie allein erfüllen. Da die Scorecard im Laufe der Zeit einen positiven

Veränderungsprozess sichtbar werden lässt, macht sie den Prozess transparent und nachvollziehbar. Dadurch können weitere Ziele aufgenommen oder schon gut erfüllte etwas in den Hintergrund gerückt werden.

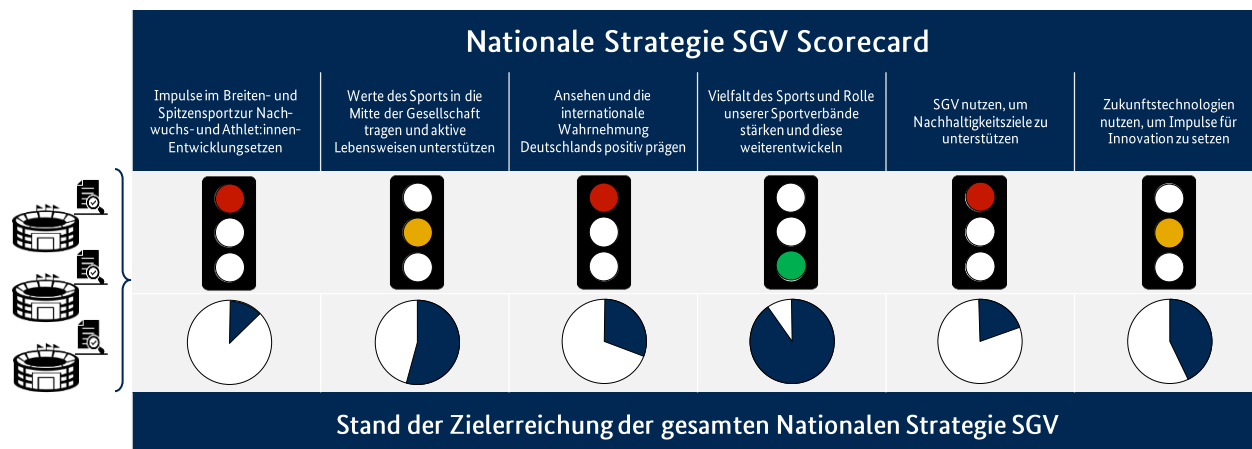


Abb. 4: Die Nationale Strategie SGV Scorecard als Überblick der Zielerreichung der gesamten Nationalen Strategie

Allerdings wäre eine Evaluierung des gesamten Zielsystems bei jeder einzelnen Sportgroßveranstaltung (alle Sub-Ziele und alle Kriterien und Indikatoren) sehr umfangreich, kosten- und arbeitsintensiv. Daher sollten jeweils die Bereiche fokussiert werden, die die einzelne Sportgroßveranstaltung besonders gut umsetzt. Damit erhalten die Initiator:innen einer Sportgroßveranstaltung weitgehende Freiheit bei der Gestaltung des Konzepts, die Evaluierung erfolgt anhand der konkreten Maßnahmen.

Die Evaluierung sollte objektiv sein und Interessenkonflikte gemäß dem „Good Governance“-Grundsatz ausschließen. Dabei ist eine personelle und institutionelle Kontinuität sicherzustellen, damit sich das Evaluierungsinstrumentarium auch weiterentwickelt („lessons learned“).

Werden die unterstützten Sportgroßveranstaltungen systematisch ausgewertet und zusammengeführt, lassen sich die Erkenntnisse daraus ständig und fortlaufend für künftige Events nutzen. Dies sollte u.a. einen Katalog bisher erfolgreich umgesetzter Maßnahmen umfassen und eine zentrale Sammlung der „lessons learned“. Beides kann in die Konzepte künftiger Sportgroßveranstaltungen einfließen und dabei helfen, das Zielsystem bedarfsgerecht weiterzuentwickeln und zu optimieren.

## 6.3 Mindeststandards

So Gemeinschaft stiftend und mitreißend Sportgroßveranstaltungen auch sein können: Sie alle haben unterschiedliche Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Natur. Sportgroßveranstaltungen entfalten vielfältige gesellschaftspolitische Wirkungen, z. B. in Bezug auf Integration und Inklusion, Chancengleichheit und Diversität, auf Umwelt- und Naturschutz, Wertevermittlung und Jugendarbeit. Diese Effekte müssen Veranstalter bei Planung, Durchführung und Nachbereitung berücksichtigen. Die Nutzung bestehender bzw. temporärer Sportstätten, umweltfreundliche Verkehrskonzepte und ein durchdachtes Energie- und Abfallmanagement können Beiträge zu Umwelt- und Naturschutz leisten oder die negativen Auswirkungen einer Veranstaltung minimieren. Die ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeitsdimensionen gilt es zu berücksichtigen, indem negative Effekte vermieden oder zumindest reduziert und positive Impulse – etwa durch den Einsatz neuer, innovativer Umwelttechnologien – gesetzt und gefördert werden.

Sogenannte SGV-Mindeststandards ergänzen daher die strategischen Ziele der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Sie enthalten beispielsweise Anforderungen für den Umwelt- und Naturschutz, für Integrität, Gesundheitsschutz und Sicherheit und ergänzen die hohen rechtlichen Standards in Deutschland. Auch internationale Standards zu Menschenrechten wie die „UN Guiding Principles on Business und Human Rights“ oder die „UN Sustainable Development Goals“ (SDGs) werden zur Formulierung einer Selbstverpflichtung herangezogen. Die ausrichtende Organisation muss diese dann anerkennen; dies ist die Voraussetzung für die weitere Prüfung und Beratung bezüglich etwaiger Unterstützungsleistungen im Rahmen der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Dadurch sollen die grundlegenden „Spielregeln“ nicht nur Maßstab für jede Sportgroßveranstaltung, sondern auch für die nationale und internationale Öffentlichkeit nachvollziehbar sein.

Sportgroßveranstaltungen sind sehr heterogen, weshalb die Mindeststandards nicht alle denkbaren Anforderungen abbilden können. Jede Sportgroßveranstaltung wird daher einer Einzelfallbetrachtung unterzogen, um daraus eventuell weitere Vorgaben zu entwickeln (vgl. die

aktuellen Förderbedingungen). Diese ergänzen die Mindeststandards jeweils bedarfsgerecht. An Olympische und Paralympische Spiele werden bei einer Einzelfallbetrachtung wahrscheinlich höhere Anforderungen bezüglich eines Sicherheitskonzepts gestellt als an kleinere Sportgroßveranstaltungen. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die Vorgaben allein von der Größe einer Sportgroßveranstaltung abhängen. Bei den Einzelfallbetrachtungen werden weitere Effekte einer Sportgroßveranstaltung, z.B. auf die Umwelt, in den Blick genommen und gegebenenfalls in spezifische Anforderungen umgewandelt. Dabei muss das Prinzip der Verhältnismäßigkeit stets gewahrt bleiben.

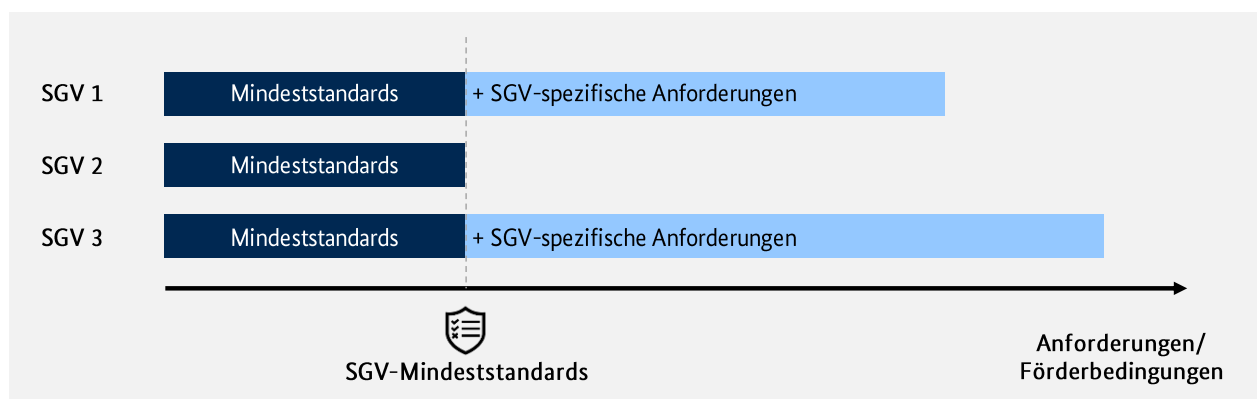


Abb. 5: Funktionsweise SGV-Mindeststandards

Die Mindeststandards stellen sicher, dass alle Veranstaltungen im Rahmen der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen die gemeinsam definierten Richtlinien einhalten.

Die genaue Ausgestaltung der Mindeststandards erfolgt bei der Umsetzungsplanung dieser Strategie. Die Mindeststandards sind aber auch danach regelmäßig zu überprüfen und gegebenenfalls zu ändern oder zu ergänzen.

## 7 Dialog und Beteiligung

Im Grobkonzept für eine Nationalen Strategie wurde das Handlungsziel „Begeisterung und Unterstützung für Sportgroßveranstaltungen steigern“ formuliert. Ausgehend davon haben wir ein Modell für die Beteiligung an Sportgroßveranstaltungen entwickelt. Dieses soll dazu beitragen, gesellschaftlich tragfähige Lösungen zu finden und umzusetzen. Im Mittelpunkt steht dabei der Dialog. Entscheidend ist zudem, Bedenken und Anregungen der Öffentlichkeit ernst zu nehmen. Dort, wo es erforderlich und möglich ist, sind sie in der Konzeption zu berücksichtigen.

Gleichzeitig geht es darum, die Potenziale von Sportgroßveranstaltungen in den Blick zu nehmen. Die Rückkoppelung durch Beteiligung ist wichtig. Sie hilft dabei, mehr Transparenz zu schaffen. Maßgeblich sind hierfür u.a. die strategischen Ziele (vgl. Kap. 6.1), die den Anspruch der Strategie untermauern, durch Sportgroßveranstaltungen positiv nicht nur auf den Sport, sondern auch auf die Gesellschaft als Ganzes zu wirken. Sportgroßveranstaltungen sollen gemeinsam mit den Bürger:innen gestaltet und erlebt werden. Bedenken und Anregungen der Öffentlichkeit und Interessengruppen sind dafür weitergehend und frühzeitiger als bisher zu berücksichtigen. Deshalb soll der Austausch mit relevanten Stakeholdern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Medien, Politik und Sport ein wichtiger und fester Teil der Planung, Organisation und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen in Deutschland werden.

### **Definition Beteiligung**

Beteiligung steht für einen kontinuierlichen Austausch mit der Öffentlichkeit rund um Sportgroßveranstaltungen. Neben den direkt Beteiligten (z.B. Veranstalter, Sponsoren, Kommunen, Athlet:innen), sollen besonders auch Akteur:innen außerhalb des Sports einbezogen werden (z.B. lokale Bevölkerung, Bürgerinitiativen, Kinder und Jugendliche, zivilgesellschaftliche Organisationen). Wie stark und in welcher Form relevante Stakeholder beteiligt werden, hängt von den erwarteten Auswirkungen einer Sportgroßveranstaltung ab und kann z.B. die Einbindung von Umweltgruppen beim Bau von Sportstätten bedeuten. Beteiligung bedeutet ferner die Teilhabe am Planungs- und Entscheidungsprozess und soll – je nach Fragestellung – durch Information, Konsultation und konkrete Mitwirkung erfolgen. Dabei soll in Zukunft, neben der Beteiligung an einzelnen Sportgroßveranstaltungen (SGV-spezifisch), vom Veranstalter

zeitlich begrenzt organisiert, auch eine allgemeine und kontinuierliche Beteiligung zum Themenkomplex „SGV-übergreifend“ forciert werden.

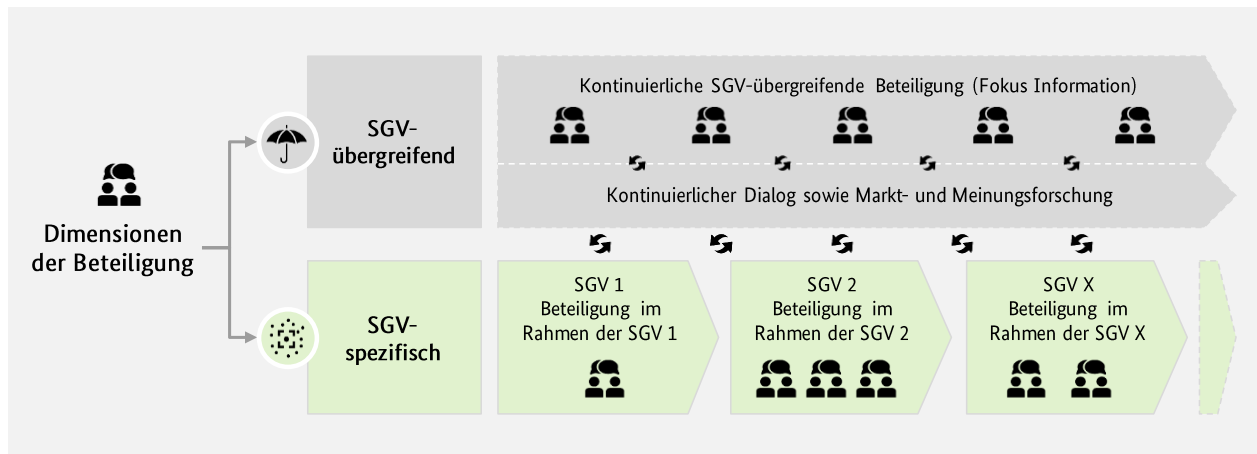


Abb. 6: Dimensionen der Beteiligung

Aus den strategischen Zielen wurden drei Kernthemen abgeleitet. Diese sollen im Zusammenhang mit Sportgroßveranstaltungen in Deutschland national den Schwerpunkt für den Dialog und die Beteiligung bilden. Sie sollen aber auch international hervorgehoben werden. Die drei Kernthemen sind (i) Nachhaltigkeit, (ii) Innovation – Made in Germany und (iii) Werte und Kultur des deutschen Sports. Begeisterung und Emotionen sind ein wesentlicher Teil von Sportgroßveranstaltungen (gewachsene Fan- und Engagementkultur) und verbinden diese Kernthemen als Klammer (vgl. Abb. 9).

### Grundsätze und mögliche positive Auswirkungen der Beteiligung

Erfolgreiche Beteiligung trägt zu Glaubwürdigkeit und Transparenz bei. Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen enthält auch Grundsätze für bedarfsgerechte Beteiligungskonzepte. Diese lauten wie folgt:



Abb. 7: Grundsätze einer erfolgreichen Beteiligung

Dass die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen professionelle und proaktive Beteiligungskonzepte berücksichtigt, ist Ausdruck von Verlässlichkeit und Offenheit. Beispiele zeigen, dass systematische Beteiligung und gut durchdachte Beteiligungsprozesse bei Sportgroßveranstaltungen auf vielerlei Weise Nutzen stiften können (z.B. Quartiersmanagement bei den Olympischen und Paralympischen Spielen in London 2012, der DFB Stakeholderdialog zur UEFA EURO 2024 oder die Beteiligung im Rahmen des Mottos „Wir bringen den Sport zu Menschen“ der European Championships 2018).

Eine angemessene Beteiligung kann u.a. frühzeitig deutlich machen, wo Probleme liegen, Lösungen aufzeigen, die Effizienz steigern und positive Wirkungen verstärken. Dabei aktiv zu kommunizieren, entspricht einerseits den Erwartungen von Politik und Gesellschaft, hilft aber auch dabei, das Vorgehen nachvollziehbar und verständlich zu machen. Erfolgreiche Beteiligungsprozesse können die Legitimation und Akzeptanz von Sportgroßveranstaltungen erhöhen. Entscheidend dafür ist die Grundhaltung, aus der heraus Beteiligung erfolgt. Beteiligungsprozesse sind erst dann wirksam, wenn sich die oben genannten Grundsätze in den Maßnahmen und Projekten widerspiegeln und die Beteiligungskultur tatsächlich auch auf der beschriebenen Haltung basiert.

## **SGV-spezifische zeitlich begrenzte Beteiligung**

Die SGV-spezifische Beteiligung ist zeitlich begrenzt und begleitet den kompletten Lebenszyklus einer Sportgroßveranstaltung. Der Beteiligungsbedarf wird als fester Bestandteil der Machbarkeitsprüfung (vgl. Kap. 9.1) in der frühen Planungsphase einer Sportgroßveranstaltung erhoben. Maßgeblich dafür sind drei Analyseinstrumente: die Durchführung einer Risikoanalyse, einer Potenzialanalyse und einer Stakeholderanalyse. Dadurch können sich Umfang und Maßnahmen der Beteiligung an den spezifischen Bedürfnissen der jeweiligen Sportgroßveranstaltung ausrichten und frühzeitig in die Wege geleitet werden.

Der Beteiligungsbedarf kann zwischen unterschiedlichen Sportgroßveranstaltungen stark variieren und ist abhängig von der Analyse der Stakeholder sowie von Risiken und Potenzialen. Die Risikoanalyse in diesem Stadium dient dazu, mögliche negative Effekte der Sportgroßveranstaltung zu identifizieren und Anforderungen zur Risikominderung zu beschreiben. Auf diese Weise lassen sich Gefahren frühzeitig erkennen und die entsprechende Beteiligung organisieren. Die Potenzialanalyse arbeitet die positiven Aspekte einer Sportgroßveranstaltung heraus, die in Projekte münden sollen. Die Stakeholderanalyse identifiziert die relevanten Interessengruppen. Auf Basis der Analyseergebnisse kann dann ein bedarfsorientiertes Beteiligungskonzept für die spezifische Sportgroßveranstaltung erstellt und umgesetzt werden. Der Veranstalter wird bei der Erarbeitung und Umsetzung des Beteiligungskonzepts beraten, erhält Vorlagen, Muster und Leitlinien. Auch für die Durchführung von Maßnahmen erhält der Veranstalter Unterstützung. Erfahrungen und Ansätze werden für nachfolgende Sportgroßveranstaltungen dokumentiert. Das fördert den kontinuierlichen Erfahrungs- und Wissenstransfer über die einzelne Sportgroßveranstaltung hinaus. Dieser Ansatz ist flexibel und berücksichtigt die Verschiedenheit einzelner Sportgroßveranstaltungen samt ihrer Interessensgruppen, wie z.B. Geldgeber:innen, Zulieferer:innen oder Dienstleister:innen.

## **SGV-übergreifende und kontinuierliche Beteiligung**

Die SGV-übergreifende Beteiligung ist ein langfristiger Beteiligungsprozess, der die Öffentlichkeit kontinuierlich mit Informationen versorgen soll, unabhängig von einer einzelnen Sportgroßveranstaltung. Das geschieht in Abstimmung mit SGV-spezifischen Beteiligungsprozessen. Hinzu



kommen Maßnahmen im Bereich Konsultation und Mitwirkung, um bei grundsätzlichen Themen die Expertise von Fachleuten einzubeziehen. Die SGV-übergreifende Beteiligung nutzt den kontinuierlichen Dialog (z.B. durch eine interdisziplinäre Begleitgruppe) sowie Markt- und Meinungsforschung. Dabei sollten auch die Ansichten direkt Beteiligter berücksichtigt und diskutiert werden, z.B. durch Befragungen von Athlet:innen.

Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen ist Teil eines langfristig angelegten Veränderungsprozesses im Zusammenhang mit großen Sportereignissen. Die Ansätze und angebotenen Unterstützungsleistungen im Bereich Beteiligung werden kontinuierlich weiterentwickelt und an sich verändernde Rahmenbedingungen angepasst werden. Für einen ersten Schritt müssen zunächst die Transparenz erhöht sowie Glaubwürdigkeit durch Handeln untermauert und schließlich die Akzeptanz für Sportgroßveranstaltungen durch positive Wirkungen gestärkt werden.

# 8 Internationale Vernetzung

Die internationale Vernetzung spielt für den Erfolg von Sportgroßveranstaltungen eine zentrale Rolle; sie kann sich positiv auf alle vier Handlungsziele aus dem Grobkonzept auswirken (vgl. Kap. 2). Wie das am besten geschehen kann, zeigen folgende mögliche Ansätze.

Das oberste Ziel lautet, Deutschlands Einfluss im Kontext von Sportgroßveranstaltungen zu stärken, um deutschen Interessen zu dienen. Dazu gehören zum einen sportpolitische Interessen, wie z.B. das Ziel, Sportgroßveranstaltungen nach Deutschland zu holen. Zum anderen handelt es sich um gesellschaftspolitische Interessen, wie z.B. eine größere Nachhaltigkeit und Integrität von Sportgroßveranstaltungen zu erreichen (s. Abb. 8).

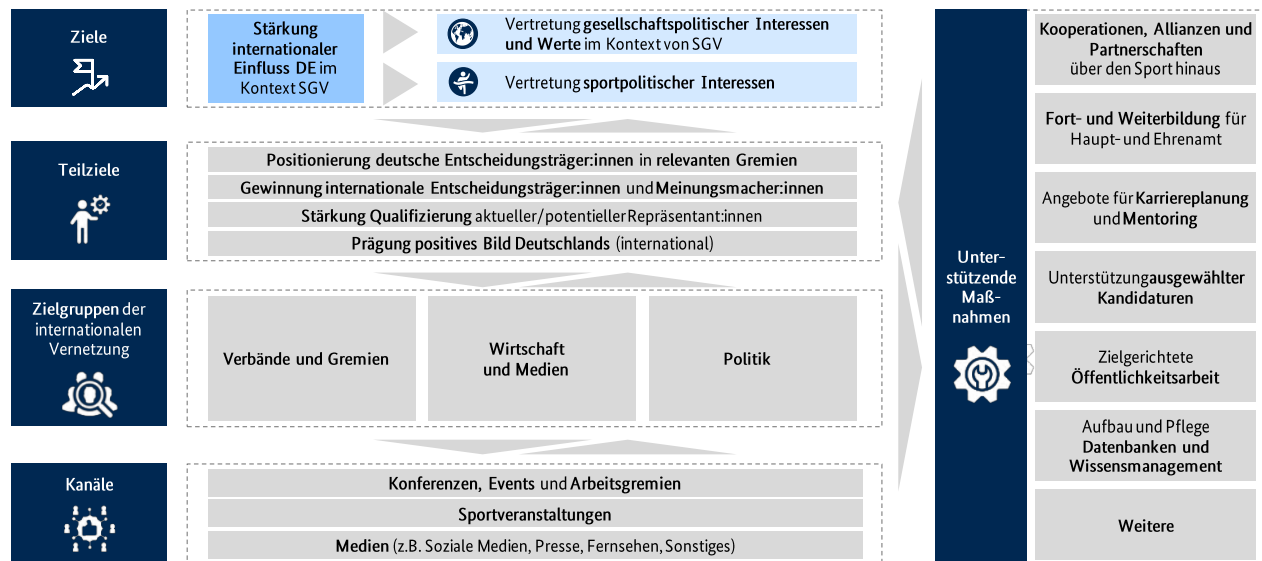


Abb. 8: Übersicht vorläufige Ergebnisse Internationale Vernetzung

Zum Zwecke besserer internationaler Beziehungen empfiehlt sich vor allem die Zusammenarbeit und Vernetzung mit folgenden Zielgruppen: Verbände und Gremien als Entscheidungsorgane innerhalb des Sports, darüber hinaus auch internationale Organisationen (z.B. UNESCO, ILO, UN und NGOs außerhalb des Sports) in ihrer Rolle als (thematisch-inhaltliche) Einflussnehmende auf den Sport. Zusätzlich sind Kontakte in die Politik und Wirtschaft wichtig, da verlässliche Partner:innen in diesen Bereichen entscheidende Unterstützer:innen auf internationaler Ebene und in den Medien sein können sowie als Mitgestalter der nationalen und internationalen öffentlichen Meinung eine bedeutende Rolle spielen. Um den Kontakt zu diesen Zielgruppen zu

verbessern und dabei die deutschen Interessen langfristig und unabhängig von Einzelpersonen zu vertreten, sollen verschiedene Kanäle genutzt werden. Konferenzen, Events, Arbeitsgremien und Sportveranstaltungen empfehlen sich für den direkten Austausch und zur Positionierung von Themen und Argumenten. Medien können genutzt werden, um Informationen an einen großen Empfängerkreis zu senden und die öffentliche Wahrnehmung Deutschlands zu prägen. Sie erfüllen damit eine Doppelrolle – als wichtige Zielgruppe und zugleich (Kommunikations-)Kanal.

Das wichtigste Element ist in diesem Zusammenhang allerdings, deutsche Entscheidungsträger:innen in internationalen Gremien zu platzieren, bzw. internationale Entscheidungsträger:innen für die eigene Agenda zu gewinnen. Das geschieht u.a., indem aktuelle und potenzielle Repräsentant:innen besser qualifiziert werden. Auch die Arbeit an einem positiven Deutschlandbild spielt hier eine entscheidende Rolle. Um dies zu erreichen, wurden u.a. folgende Erfolgsfaktoren identifiziert:

- a) International kontinuierlich präsent sein; bessere Koordination bei Veranstaltungen, z.B. durch vorherige Abstimmungen und kohärentes Messaging von Funktionär:innen und Politiker:innen.
- b) Dafür sorgen, dass deutsche Vertreter:innen professionell und geschlossen auftreten, z.B. durch strategische Platzierung und aktive Mitarbeit von deutschen Funktionär:innen in internationalen Schlüsselpositionen.
- c) Botschaften und Themen klar und empfängerspezifisch formulieren.

Damit diese und weitere Erfolgsfaktoren auch tatsächlich greifen, wurden verschiedene Maßnahmen ermittelt und ausgearbeitet. Aus den übergeordneten strategischen Zielen wurden drei Kernthemen abgeleitet. Diese sollen sowohl national als auch international im Zusammenhang mit Sportgroßveranstaltungen in Deutschland zum Tragen kommen (vgl. Abb. 9). Schwerpunkte und Art der Kommunikation sind dabei stets an verschiedene Zielgruppen und im Zeitverlauf situativ anzupassen, ohne dabei inhaltlich an Konsistenz zu verlieren.

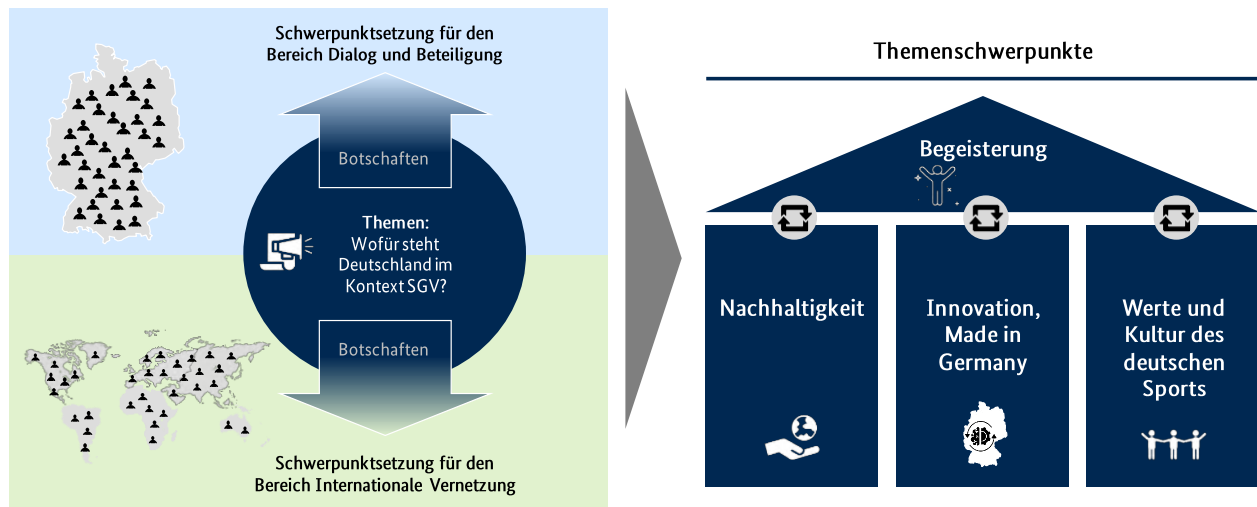


Abb. 9: Konsistente Themenschwerpunkte für verschiedene Zielgruppen und Bereiche

Weitere Werkzeuge und Maßnahmen wurden identifiziert, um die internationale Vernetzung zu verbessern. Sie sollen vor allem eine bessere Koordination und ein geschlossenes Auftreten garantieren und allen Sportgroßveranstaltungen nutzen. Einige der Maßnahmen sind im Folgenden aufgelistet:

- a) Regelmäßige, sportartenübergreifende Treffen der „International Germans“ sowie von früheren und künftigen Ausrichtern von Sportgroßveranstaltungen organisieren, um eine Plattform für den Erfahrungs- und Wissensaustausch zu schaffen, Abstimmungen zu ermöglichen und Argumente anzureichern und zu schärfen.
- b) Veranstaltungen und Kongresse ausrichten, aber auch Fachgespräche und Arbeitskreise zu ausgewählten Themenschwerpunkten (z.B. Nachhaltigkeit) mit nationalen und internationalen Experten auch außerhalb des Sports organisieren, um Kooperationen, Allianzen und Partnerschaften zu schließen und sich im internationalen Kontext zu positionieren.
- c) Fort- und Weiterbildungsprogramme für aktuelle und potenzielle deutsche Gremienvertreter:innen anbieten, um deren Qualifikation durch Softskills (z.B. interkulturelle Kompetenzen) und Hardskills (z.B. Sprache) zu verbessern. Ehemalige Spitzenathlet:innen bringen viel Expertise in ihren Sportarten mit und können mit entsprechender sport- und verbandspolitischer Schulung die Zukunft in ihren Sportarten effektiv mitgestalten. Das

gilt auch für bereits gewählte Vertreter:innen: Sie sind zu aktuellen Themen regelmäßig fortzubilden.

- d) Allgemeine Präsentationsunterlagen und „Talking Points“ zu relevanten sport- und gesellschaftspolitischen Themen bereitstellen oder die Erarbeitung unterstützen, um ein einheitliches und professionelles Auftreten deutscher Vertreter:innen zu fördern.
- e) Die Zusammenarbeit mit Politik und Wirtschaft suchen, z.B. indem Sportvertreter:innen an politischen Delegationsreisen teilnehmen und die deutschen Auslandsvertretungen die Kontaktpflege unterstützen.

Die Maßnahmen sollen die internationale Vernetzung fördern, um deutsche sport- und gesellschaftspolitische Interessen im Ausland mit Nachdruck zu vertreten.

## 9 Maßnahmen und Werkzeuge zur Umsetzung

Veranstalter sollen in Zukunft entlang des gesamten Lebenszyklus einer Sportgroßveranstaltung professionelle Unterstützungsleistungen abrufen können. Experten, die ganzjährig Erfahrungen sammeln und ihre Kenntnisse kontinuierlich weiterentwickeln, können die Veranstalter bei Routinetätigkeiten spürbar entlasten. Dazu wurden ein sogenannter SGV-Referenzprozess, ein Katalog möglicher Unterstützungsleistungen sowie Maßnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen beschrieben.

Sportgroßveranstaltungen sind ob ihrer Vielfalt von Sportdisziplinen / -arten, Größe, Beteiligten und wegen internationaler Vergleichsgruppen so komplex und heterogen, dass eine einfache Blaupause nicht ausreicht, um allen Anforderungen und Erwartungen zu genügen. Dennoch gibt es wiederkehrende Elemente im Lebenszyklus fast jeder Sportgroßveranstaltung. Die Kenntnis über die mögliche Abfolge von Aktivitäten (Prozessketten), regelmäßig anfallende Unterstützungsleistungen, Fördervoraussetzungen und Beteiligungserfordernisse schafft Transparenz, Klarheit und ist Voraussetzung für ein systematisches, strukturiertes, effektives und zugleich effizientes Vorgehen. Die Erfahrungen vieler Beteiligter sind in den SGV-Referenzprozess eingeflossen, der nun allen Akteur:innen Orientierung gibt und zugleich die Voraussetzung für eine kontinuierliche Weiterentwicklung schafft (vgl. Kap.9.1).

Dadurch wird Expert:innenwissen dauerhaft erschlossen und verfügbar gehalten. Dafür haben wir eine Vielzahl möglicher Unterstützungsleistungen identifiziert (vgl. Kap. 9.2)

Hohe formale und finanzielle Hürden für die Einreichung einer Bewerbung stellen speziell für kleinere Sportverbände eine Herausforderung dar. Komplexe und uneinheitliche zuwendungsrechtliche Bestimmungen in den Gebietskörperschaften verursachen teils erhebliche bürokratische Aufwände. Dies wollen wir ändern, indem Bund, Länder und Kommunen den Handlungsrahmen bei der Förderung von Sportgroßveranstaltungen gemeinsam prüfen. Ziel dieser Prüfung ist es, Veranstalter und Zuwendungsgeber durch neue Standards und einfachere Verfahren spürbar zu entlasten. (vgl. Kap. 9.3).

## 9.1 Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen

Grundlage ist ein strukturierter Ablauf von der Idee über die Durchführung bis zur Evaluierung einer Sportgroßveranstaltung. Der Referenzprozess fungiert als Navigationsmuster. Er unterstützt alle Beteiligten bei ihren jeweiligen Aufgaben und soll dazu beitragen, möglichst früh in den Austausch mit relevanten Beteiligten zu treten, etwa um mit potenziellen Zuwendungsgebern die Möglichkeiten einer Förderung und Unterstützung sowie die daran geknüpften Anforderungen zu erörtern (s. Anhang D).

Die jeweilige Ausgestaltung kann je nach Sportgroßveranstaltung unterschiedlich aussehen und orientiert sich an verschiedenen Parametern, wie Sportart, -disziplin, Veranstaltungsort, -zeitpunkt oder den Zuwendungsgebern und dem Umfang der Beteiligung. Mit bekundetem Interesse an einer Zuwendung werden einzelne Phasen des Referenzprozesses zu einem Regelprozess. Dazu gehören die Strategische Prüfung (Phase 1), die Machbarkeitsprüfung (Phase 2) und die Evaluierung (Phase 7). Damit setzt die Nationale Strategie neben dem Zielsystem zugleich einen transparenten Verfahrensstandard, um den Weg zu einem „Gemeinsam. Mehr. Wirkung.“ zu konkretisieren.

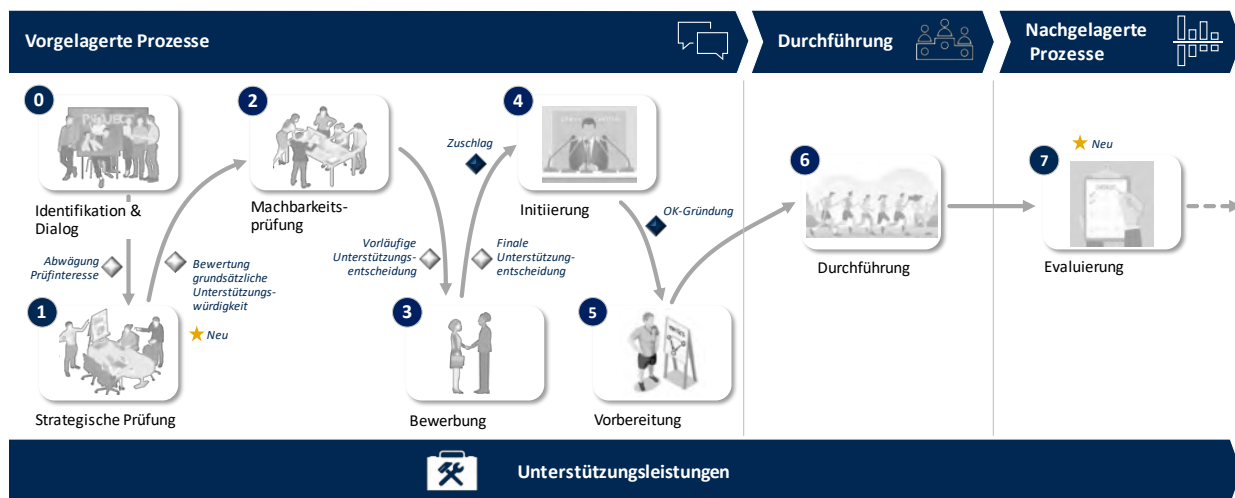


Abb. 10: Überblick Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen

## **Phase 0 – Identifikation & Dialog**

Phase 0 meint die informelle Vorbefassung. Initiator:innen können Ideen an zentrale Ansprechpartner<sup>11</sup> herantragen. Diese werden dann in einem Dialog- und Beratungsprozess gemeinsam diskutiert und um mögliche Unterstützungsleistungen im Rahmen der Nationalen Strategie konkretisiert. Die wesentliche Grundlage der gemeinsamen Betrachtung stellt das Zielsystem der Nationalen Strategie dar. Anforderungen der Strategie werden erläutert und mögliche Maßnahmen zur Unterstützung der Ziele in den Bereichen Sport und Gesellschaft erörtert. Auch die Beteiligung weiterer Stakeholder wird thematisiert, um einen frühzeitigen und ernsthaften Austausch zu ermöglichen. Für eine erste Einschätzung der Erfolgsaussichten können Daten von durchgeführten und geplanten Sportgroßveranstaltungen herangezogen werden (vgl. Kap. 9.2). Die SGV-Ansprechpartner können den Kontakt zu anderen Verantwortlichen von Sportgroßveranstaltungen herstellen.

Die Phase 0 endet mit einer gemeinsamen Einschätzung, ob die Sportgroßveranstaltung in den Regelprozess der Nationalen Strategie übergehen soll.

## **Phase 1 – Strategische Prüfung**

Der Regelprozess beginnt mit einer formellen Interessensbekundung. Anfrageberechtigt sind ausschließlich vom DOSB anerkannte Sportverbände und die Gebietskörperschaften in Deutschland. Private Initiatoren benötigen mindestens einen Anfrageberechtigten als Unterstützer. Die Unterlagen für die strategische Prüfung werden in Form einer Checkliste zur Verfügung gestellt. Wesentlicher Bestandteil der einzureichenden Dokumente sind neben einer groben Darstellung des Konzepts die Ziele in den Bereichen Sport und Gesellschaft, die mit dem Event erreicht werden sollen, sowie entsprechende Maßnahmen (Rahmenprogramm).

Anhand der Unterlagen sowie Daten zu vergleichbaren Sportereignissen wird die Veranstaltung typisiert (vgl. Kap. 5). Die genannten Ziele der Sportgroßveranstaltung werden mit den Zielfeldern der Nationalen Strategie abgeglichen. Dabei erfolgt eine erste Einschätzung, wer die Veranstaltung in welcher Form unterstützen könnte. Auch wird prognostiziert, wie groß der

---

<sup>11</sup> Zentrale Ansprechpartner für alle an Sportgroßveranstaltungen Beteiligten. Die konkrete Ausgestaltung einschließlich der Aufgabenbeschreibung folgt bei der Umsetzungsplanung (vgl. Kap. 10).



mögliche Beitrag der Sportgroßveranstaltung zur Erreichung der übergeordneten Ziele ist. Für den Zielabgleich wurden quantitative und qualitative Kriterien entwickelt (vgl. Anhang B). Die Einschätzung erfolgt auf Basis konkreter Maßnahmen und soll sich auf die Teile konzentrieren, die die jeweilige Sportgroßveranstaltung besonders anspricht. Bei den Special Olympic World Games 2023 in Berlin zum Beispiel werden die Maßnahmen bei Teilhabe und Inklusion betrachtet. Damit erhalten Initiator:innen maximale Freiheit für die Gestaltung ihres Konzepts. Entsprechend folgt die Evaluierung zwar einem übergeordneten Raster, prüft jedoch jede Sportgroßveranstaltung individuell nach deren Prioritäten und Zielen. Einzelne Punkte, die im Konzept der Sportgroßveranstaltung eine Priorität darstellen, lassen sich damit stärker gewichten. So lässt sich eine faire und angemessene Evaluierung sicherstellen.

Nach diesen Kriterien wird beurteilt, ob sich die Sportgroßveranstaltung für eine Unterstützung im Rahmen der Nationalen Strategie eignet. Wird sie als grundsätzlich unterstützungswürdig eingestuft, folgt eine Grobeinschätzung des Bedarfs. Zugleich wird festgelegt, welche Unterstützung die SGV-Ansprechpartner den Anfragenden bereits in dieser Phase geben können. Die finanzielle Unterstützung soll möglichst früh beginnen, idealerweise bereits vor dem Zuschlag, um den Organisatoren Sicherheit über die Finanzierung zu geben.

## **Phase 2 – Machbarkeitsprüfung**

In der zweiten Phase liegt der Fokus auf der Prüfung der operativen Durchführbarkeit der Sportgroßveranstaltung anhand eines Grobkonzepts des Anfragenden.

Dieses besteht vor allem aus einem technischen Gesamtkonzept inklusive einer Gesamtkostenschätzung und dem Nachweis des Förderbedarfs. Die SGV-Ansprechpartner können in dieser Phase unterstützen, indem sie Muster bereitstellen und Zugang zu Datenbanken schaffen. In dieser Phase kann zudem eine erste Befassung mit der Umsetzungsstruktur (Rechtsform, Fördergrundsätze) und mit Steuerfragen stattfinden. Beides kann der SGV-Ansprechpartner durch Leitfäden und durch eine Erstberatung begleiten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Grobkonzept ist der Veranstaltungsort. Kommen mehrere in Frage, ist eventuell ein Auswahlverfahren durchzuführen. Die SGV-Ansprechpartner können

sowohl beratend (etwa zum Verfahren bei der Standortauswahl) als auch moderierend (Mediation bei mehreren beteiligten Gebietskörperschaften oder Ländern) unterstützen.

### **Phase 3 – Bewerbung**

In dieser Phase wird das Grobkonzept weiterentwickelt und konkretisiert. Rechtliche und finanzielle Anforderungen sind mit den nationalen Standards und den zwischen Anfragendem und SGV-Ansprechpartner vorabgestimmten Grundsätzen abzugleichen und gegebenenfalls mit dem Rechteinhaber zu verhandeln.

Von vielen Sportgroßveranstaltungen verlangt der Rechteinhaber ein Bewerbungsdokument. Die SGV-Ansprechpartner können dafür den Zugang zu einer Datenbank mit häufig benötigten Informationen und Textbausteinen sowie Bild- und Filmmaterialien schaffen. Zudem können Standardprozesse für das Einholen von Garantieerklärungen und Unterstützungsschreiben aufgesetzt und zentral koordiniert werden.

Ein bedeutender Teil dieser Phase ist auch die Kommunikation zur Bewerbung. Sie muss international platziert und national mit ausreichend Informationen für die beteiligten Unterstützer und die Öffentlichkeit ergänzt werden, eventuell sogar schon mit Angaben zu den Beteiligungsformaten. Auch dabei können die SGV-Ansprechpartner unterstützen, Fachexperten vermitteln, Coaching- und Qualifizierungsangebote bereithalten und einen Erfahrungsaustausch koordinieren.

Anhand des Bewerbungskonzepts werden die Anforderungen, die die Anfragenden zu erfüllen haben, und die Unterstützungsleistungen, die die SGV-Ansprechpartner erbringen müssen, vereinbart. Die Unterstützungsentscheidung ist jetzt verbindlich.

### **Phase 4 – Initiierung**

Nach erfolgtem Zuschlag beginnt die Umsetzung der Sportgroßveranstaltung. Dafür ist häufig zunächst der rechtliche Rahmen zu schaffen. Dazu werden z.B. die Rechtsform bestimmt und Geschäftsorgane gegründet, Satzung und Geschäftsordnung erstellt. Die SGV-Ansprechpartner

können diesen Prozess durch Leitfäden und Muster sowie Beratung, etwa bei Steuerfragen, unterstützen. Auch die finanziellen Vorplanungen werden in dieser Phase formalisiert. Ein detaillierter Finanzplan bildet die Grundlage für die spezifischen Förderbedingungen der öffentlichen Hand.

Das Führungspersonal des Organisationskomitees / -teams nimmt seine Arbeit auf, konkretisiert die weitere Personalplanung und setzt Arbeitsprozesse auf. Die SGV-Ansprechpartner können hierfür Musterverträge und -strukturen bereitstellen und zu Ausschreibungsverfahren beraten.

Spätestens in dieser Phase erfolgen die finale Auswahl des Standorts und die Konzeptualisierung der Kommunikationsarbeit, die besonders die Einbindung der Stakeholder berücksichtigt.

### **Phase 5 – Vorbereitung**

In dieser Phase steht die eigentliche Event-Arbeit im Mittelpunkt. Jetzt entstehen nach und nach die Veranstaltungsstrukturen. Auch die Planung zu den Veranstaltungsstätten wird detailliert vorangetrieben. Um die Sportgroßveranstaltung zu vermarkten, werden Partner und Unterstützer gewonnen sowie Stakeholder eingebunden. Gezielte Kommunikationsarbeit erzeugt Aufmerksamkeit für das Sportereignis. Größere Sportgroßveranstaltungen setzen zur übergeordneten Steuerung und zum Controlling häufig ein Programmmanagement auf.

Die SGV-Ansprechpartner können durch die Bündelung von Wissen und den Aufbau von Netzwerken hilfreiche Unterstützung leisten. Auch bieten sich Musterdokumente für relevante Fragen wie Sicherheits- oder Gesundheitskonzepte an, die erarbeitet und bereitgestellt werden können.

### **Phase 6 – Durchführung**

Vor der Sportgroßveranstaltung probt der Veranstalter Abläufe in Tests oder Simulationen. Auch hier können die SGV-Ansprechpartner noch unterstützend wirken, indem sie bspw. in protokollarischen Fragen als Wegweiser zu den zuständigen Ansprechpartner:innen fungieren. Über Observer-Programme lässt sich zudem der Wissenstransfer zwischen Sportgroßveranstaltungen verbessern.

Im Nachgang zur Veranstaltung soll es künftig eine einheitliche Dokumentation und professionelle Abwicklung geben.

## **Phase 7 – Evaluierung**

Nach der Sportgroßveranstaltung soll eine Bewertung der Veranstaltung folgen. Geprüft wird, inwieweit die geplanten Maßnahmen (vgl. Phase 1) umgesetzt wurden, ob diese im erwarteten Maß zur Unterstützung der Ziele der Nationalen Strategie SGV beigetragen haben oder Anpassungen erforderlich sind („lessons learned“).

## 9.2 Unterstützungsleistungen

Um den Lebenszyklus einer konkreten Sportgroßveranstaltung noch erfolgreicher und effizienter zu gestalten, sollen wiederkehrend benötigte Serviceleistungen bereitgestellt werden. Dies kann eine effiziente Zusammenarbeit aller Beteiligter fördern und dazu beitragen, Ressourcen optimal und schonend einzusetzen. Das trägt auch zur Erreichung der Ziele der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen bei.

Zentral angebotene Leistungen können sich auf eine Vielzahl an Aktivitäten von der Planung über die Durchführung bis hin zur Evaluierung einer Sportgroßveranstaltung beziehen. Überdies können SGV-übergreifende Leistungen und Aktivitäten dazu beitragen, die Rahmenbedingungen für Sportgroßveranstaltungen insgesamt zu verbessern. Dabei kann es z.B. um Maßnahmen der internationalen Vernetzung oder der SGV-übergreifenden Vermarktung des Sportstandorts Deutschland gehen.

Die Leistungen spiegeln den Bedarf wider, den Veranstalter, Sportverbände, staatliche Stellen und weitere an der Strategieerstellung Beteiligte entlang der verschiedenen Phasen einer Sportgroßveranstaltung sowie SGV-übergreifend sehen. Die Leistungen reichen von organisatorischer Hilfe, über strategische, planerische, finanzielle und rechtliche Unterstützung bis hin zu Maßnahmen in den Bereichen Kommunikation und Internationales. Bei der Arbeit an der Strategie wurden 70 denkbare Unterstützungsleistungen identifiziert (vgl. Anhang E).

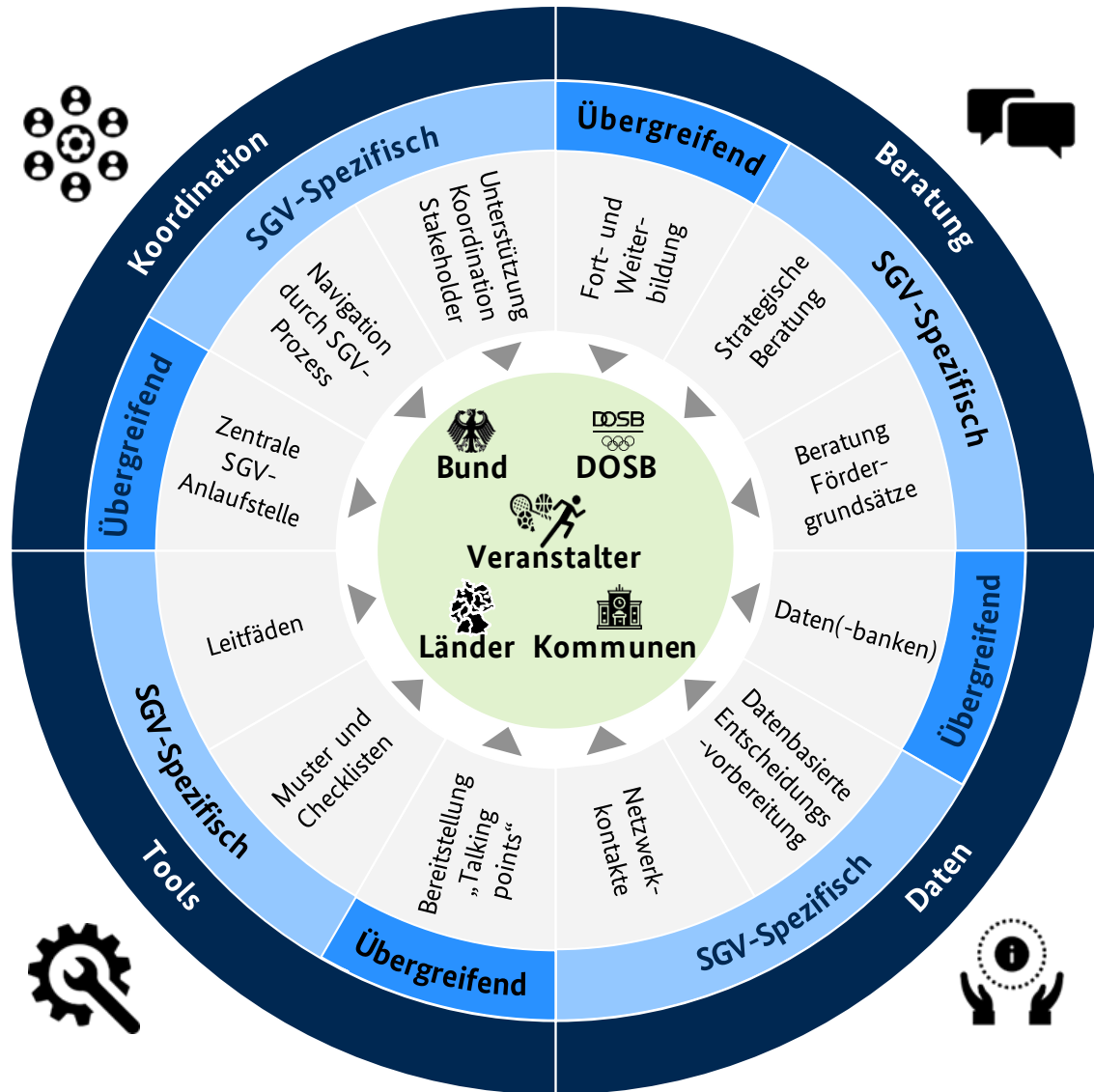


Abb. 11: Unterstützungsleistungen und Empfängergruppen

### Angebote im Bereich Koordination

Maßnahmen und Leistungen im Bereich der Koordination sollen vor allem die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren verbessern. Dadurch lassen sich Skaleneffekte erreichen, Abstimmungen reduzieren sowie der Wissens- und Erfahrungsaustausch stärken.

Ein Beispiel für eine solche übergreifende Unterstützungsleistung sind zentrale SGV-Ansprechpartner für alle an der Planung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen beteiligten Akteure. Insbesondere wiederkehrende Fragen und Herausforderungen können durch unmittelbare Leistungen oder das Weiterleiten an die zuständige Stelle schnell gelöst werden.

Ein anderes Beispiel ist das Netzwerk der „International Germans“, mit dessen Hilfe die internationale Vernetzung von Athlet:innen und Funktionär:innen vorangetrieben werden kann. Das ermöglicht eine intensivere und einheitlichere Kommunikation und kann den deutschen Einfluss international mehren, gerade auch im Hinblick darauf, Sportgroßveranstaltungen nach Deutschland zu holen.

Alle Beteiligten innerhalb des SGV-Referenzprozesses zu „navigieren“, ist ein weiteres Beispiel für eine SGV-spezifische Unterstützungsleistung. Anforderungen der Nationalen Strategie, notwendige Beteiligungen und Aktivitäten, bspw. im Zuwendungsverfahren, können dargestellt, die jeweils zuständigen Ansprechpartner vermittelt werden. Das vermindert Unsicherheiten bzgl. des SGV-Prozesses und verbessert die Effizienz sowie die Standardisierung von Verfahren.

### **Beratungsangebote**

Beratung ist eine weitere Kategorie der Unterstützungsleistungen. Zentrale SGV-Ansprechpartner gewinnen an Erfahrung, bauen Wissen und Netzwerke auf, greifen auf eine Vielzahl von Daten zu. Beratungsleistungen könnten in nahezu allen Phasen einer Sportgroßveranstaltung angeboten werden. Erstberatungen bei Fragen zum Protokoll, der Einbindung von Stakeholdern oder im Krisenfall können den Aufwand bei einzelnen Sportgroßveranstaltungen reduzieren helfen (vgl. Anhang C). Auch Ansprechpartner bei offiziellen Stellen im Ausland, bei bereits laufenden Sportgroßveranstaltungen, bei Ländern oder Kommunen zu vermitteln, kann zum Portfolio zentraler Beratungsleistungen gehören.

Aufgrund der mit den strategischen Zielen angestrebten Wirkungen in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt könnte auch eine Beratung zu einschlägigen staatlichen und kommunalen Förderprogrammen als mögliche ergänzende Finanzierungsquellen erfolgen. Dadurch ergeben sich möglicherweise auch Synergien mit der Tourismus- und Wirtschaftsförderung.

Eine weitere SGV-übergreifende Maßnahme besteht im Angebot von Fort- und Weiterbildungen, etwa zu Veranstaltungstools, Zuwendungsmanagement, Protokollfragen oder zur Einbindung von Stakeholdern.

### **Werkzeugkasten**

Verschiedene zentral bereitgestellte Werkzeuge, wie bspw. Checklisten, Leitfäden und Muster, helfen dabei, wiederkehrende und häufig zeitintensive Arbeiten einfacher und schneller zu erledigen. Dazu gehören z.B. eine Übersicht aller relevanten Schritte des SGV-Prozesses, Muster für ein technisches Grobkonzept, eine LOC-Struktur, LOC-Verträge oder ein Leitfaden für die Gründung und Auflösung eines Organisationskomitees.

Auch „Talking Points“ zu sport- und gesellschaftspolitischen Themen, z.B. zur Nachhaltigkeit von Sportgroßveranstaltungen, Vorbehalten bei Host City Contracts oder zur Integrität bieten sich hier an. Diese zu formulieren, abzustimmen und bereitzustellen, erleichtert die Arbeit, da die Informationen einfacher zugänglich und solide recherchiert sind. Außerdem schafft dies eine einheitliche Außendarstellung und stärkt die Glaubwürdigkeit des Vorgehens.

### **Daten**

Die Vorbereitung und Durchführung einer Sportgroßveranstaltung geht mit einem enormen Bedarf an Informationen als Grundlage für objektive Entscheidungen einher. Entsprechende Daten zu erheben, aufzubereiten und auszuwerten, ist allerdings mit großem Aufwand verbunden. Viele dieser Informationen können auch für andere Sportgroßveranstaltungen relevant sein, bspw. über mögliche Anbieter von temporären Tribünen. Solche Daten zentral zu erheben und zu pflegen, reduziert den Aufwand für die Verantwortlichen von Sport-Events erheblich. In diesem Zusammenhang könnten Daten über frühere Veranstaltungen, Sportstätten, einen zentralen Volunteer-Pool, ein zentrales Stellenportal, eine Dienstleisterübersicht sowie verschiedene Wissensdatenbanken vorgehalten werden. Empfehlenswert wäre auch eine Übersicht über künftige Sportgroßveranstaltungen, um die Informationen zu möglichen Bewerbungen aus verschiedenen Netzwerken zusammenzutragen. Dadurch lässt sich ungewollter nationaler Wettbewerb vermeiden und besser einschätzen, wie groß die internationale Konkurrenz ist.



### **9.3 Zuwendungsverfahren**

Gezielte Maßnahmen sollen dazu beitragen, die Zuwendungsverfahren der öffentlichen Hand besser zu koordinieren und Vereinfachungen für Veranstalter und Zuwendungsgeber zu erreichen. Bund, Länder und Kommunen streben dafür die Erarbeitung gemeinsamer Standards und Handlungsempfehlungen für Kernthemen des Zuwendungsverfahrens an. Diese umfassen insbesondere die besonderen Nebenbestimmungen im Zuwendungsverfahren, wie bspw. zuwendungsfähige Ausgaben, die Finanzierung von Personal und die geförderte Struktur. Zudem sollen Zeitpunkte der finanziellen Unterstützung konkretisiert und eine Finanzierungssicherheit bereits vor der Vergabeentscheidung ermöglicht werden.

## 10 Weitere Schritte

Der strategische Handlungsrahmen bildet die Grundlage für künftige Maßnahmen und Entscheidungen zur Erreichung der gesetzten Ziele. Dazu bedarf es einerseits einer konsistenten Umsetzungsplanung und verbindlicher Beschlüsse in Politik, Verwaltung und Sport. Andererseits soll das vorliegende, unter breiter Beteiligung entwickelte Zielsystem möglichst rasch in der Praxis angewendet, erprobt und evaluiert werden. Auf diese Weise können BMI, DOSB, Länder und Kommunen die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen einem ersten Praxistest unterziehen und die ausstehenden Aufgaben auf dem Weg zu einer dauerhaften Umsetzung ab der neuen Legislaturperiode angehen. Die Strategie erhöht die Chancen für erfolgreiche Bewerbungen und Ausrichtungen von Sportgroßveranstaltungen. Gleichzeitig mindert sie die Risiken unnützer Investitionen. Diese Aspekte bilden den Kern der nächsten Phase der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen – die Umsetzungsvorbereitung. Das Projekt „Strategieerstellung“ ist mit Veröffentlichung der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen abgeschlossen.

### Organisation der Übergangsphase

Wissen zu bündeln und viele Beteiligte zu koordinieren, ist zentral für das Erreichen der angestrebten Ziele. Im diesem Sinne koordinieren BMI und DOSB bereits in der Übergangsphase die Aktivitäten an den Schnittstellen zwischen Sport, Verwaltung und Politik. Dazu gehören Abstimmungen verschiedener Art sowie eine erste Anwendung des Zielsystems bei der Bewertung einer Sportgroßveranstaltung und Koordinierung von Unterstützungsleistungen. BMI und DOSB erstellen ein Konzept zur Umsetzung der Strategie. Dafür gibt es ein Kernteam, das in enger Abstimmung mit relevanten bestehenden Strukturen arbeitet, wie bspw. der „Arbeitsgruppe Sportgroßveranstaltungen“ der Sportreferentenkonferenz der Länder. Parallel dazu beginnt die schrittweise Umsetzung einzelner Aspekte der Strategie. BMI und DOSB etablieren daher in der Übergangsphase zentrale Ansprechpartner, die Fragen im Zusammenhang mit Sportgroßveranstaltungen koordinieren und beantworten. Die bewährte und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Ländern und Kommunalen Spitzenverbänden sowie mit Veranstaltern und Sportverbänden aus dem Strategieprozess wird weiter fortgeführt und intensiviert.

Die Verantwortung für die Übergangsphase obliegt einer Leitungsrunde, die aus Vertretern des BMI, des DOSB, der Länder und der Kommunalen Spitzenverbände besteht. Die Stakeholder, die an der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen beteiligt waren, erhalten regelmäßig Informationen über die Fortschritte. Bei Bedarf werden sie auch in weitere Diskussionen eingebunden und können dort ihre Expertise einbringen. Das dient nicht zuletzt dazu, Vertrauen in die Umsetzungsphase herzustellen.

### **Anwendung des Zielsystems der Nationalen Strategie SGV**

Das Zielsystem als wesentliches Element der Strategie leitet künftige Handlungen und Entscheidungen im Bereich Sportgroßveranstaltungen seitens der Partner BMI und DOSB. Daher wird das BMI bereits in der Phase der Umsetzungsvorbereitung das Zielsystem der Nationalen Strategie für Einschätzungen zur Unterstützungs- und Förderwürdigkeit von Sportgroßveranstaltungen zu Grunde legen. Dieses Vorgehen soll den Anspruch untermauern, künftige Entscheidungen anhand fundierter, transparenter und nachvollziehbarer Leitlinien zu treffen. Daher wird sich die Förderung des Bundes künftig an dem Zielkatalog der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen orientieren. Ferner werden BMI und DOSB den Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen vom Bund geförderten Sportgroßveranstaltungen unterstützen. Außerdem werden sie damit beginnen, einzelne Leistungen und Maßnahmen zur Unterstützung von Sportgroßveranstaltungen schrittweise zu operationalisieren bzw. zu verstetigen und die damit verbundenen Ziele sichtbar zu machen. Als weitere, die Umsetzungsvorbereitung flankierende Maßnahmen werden das BMI, die Länder und die Kommunalen Spitzenverbänden gemeinsame Standards im Zuwendungsverfahren für Sportgroßveranstaltungen erarbeiten.

### **Programm zur Umsetzung der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen**

Wegen des intensiver werdenden internationalen Wettbewerbs und unseres strategischen Zielsystems müssen entsprechende Rahmenbedingungen folgen. Für die Umsetzung und Anwendung der Strategie bedarf es politischer Entscheidungen beim Bund, beim DOSB sowie auf Landes- und Kommunalebene. Dies schließt eine detaillierte Planung, institutionelle Ausgestaltung, bedarfsgerechte, den ambitionierten Zielsetzungen Rechnung tragende Finanzierung und die Festlegung von Verantwortlichkeiten und Rechenschaftspflichten ein.

Die vorliegende Strategie schafft die Voraussetzungen dafür, um mit der Umsetzungsplanung zu beginnen und erste Maßnahmen umzusetzen. Um Wissen aufzubauen und Leistungen bereitzuhalten, braucht es einen kontinuierlichen Prozess, der angemessen mit Ressourcen unterlegt sein muss.

Ein Umsetzungsplan, der bis zum 4. Quartal 2021 entstehen soll, bildet dafür die Grundlage. Darin werden Maßnahmen und Leistungen priorisiert, ggfs. anhand von Umsetzungsstufen in eine zeitliche Abfolge gebracht sowie benötigte Ressourcen und Strukturen dargestellt.

### **Beschlüsse zur Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen**

Die kommunale Selbstverwaltung, der Föderalismus, die Aufgaben des Bundes im Spitzensport und die Autonomie des Sports definieren die Zuständigkeiten und die grundlegenden Anforderungen an die Ausgestaltung und Umsetzung der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Damit die Strategie erfolgreich umgesetzt wird, ist es von entscheidender Bedeutung, die enge Zusammenarbeit von Sport, Politik, Verwaltung und weiteren Beteiligten fortzusetzen. Welche Wirkung ein vertrauensvolles Miteinander entfaltet, zeigte sich bereits bei der Arbeit an der Strategie sehr deutlich. Aus allen Arbeitsgruppen gab es die Rückmeldung, dass die gemeinsame Entwicklungsarbeit unbedingt fortgesetzt werden müsse. Dafür ist es wichtig, die Strategie weiter zu fördern, indem Bund, Länder, Kommunen und der organisierte Sport sie als gemeinsame Grundlage für Sportgroßveranstaltungen anerkennen und entsprechend handeln.

Die vorliegende Strategie versteht sich als Angebot. Entsprechend des Leitmotivs „Gemeinsam. Mehr. Wirkung.“ kann sie erst durch die Zusammenarbeit der Beteiligten ihre volle Wirkung entfalten und sich weiterentwickeln. Nicht zuletzt deshalb legen BMI und DOSB bei der Umsetzungsvorbereitung großen Wert auf den Dialog mit allen Beteiligten. Ziel ist es, dass sich bis Ende 2021 das Bundeskabinett, die Mitgliederversammlung des DOSB und die Sportministerkonferenz der Länder mit der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen einschließlich der Umsetzungsplanung zustimmen.

# Anhang

# A Subziele der Nationalen Strategie



## Vielfalt, Integration und Teilhabe in unserer Gesellschaft fördern

Unvergessliche Momente, große Emotionen und ein Gefühl von Zusammengehörigkeit: Sportgroßveranstaltungen begeistern wie nur wenige andere Ereignisse und bringen Menschen aus aller Welt zusammen. Vielfalt, Integration, Teilhabe und Inklusion – Werte wie diese können über den Sport hinaus transportiert werden und den Zusammenhalt von Gesellschaften stärken. Durch gezielte Förder- und Werbeaktionen lassen sich neue Mitglieder für Vereine gewinnen und weniger bekannte Sportarten vorstellen. Auch kann sich dadurch die Bürgerbeteiligung und die Begeisterung für ehrenamtliches Engagement erhöhen.

Für die Special Olympic World Games 2023 in Berlin etwa ist ein Host-Town-Programm geplant, das alle Nationen für vier Tage in Städten und Gemeinden willkommen heißt. Dabei lernen die Athlet:innen gemeinsam mit ihren Betreuer:innen Deutschland kennen. Dies geschieht unter dem Motto: 180 Nationen; 180 inklusive Kommunen<sup>12</sup>.

---

## Sportinfrastruktur bedarfsgerecht weiterentwickeln und modernisieren sowie die Nutzung bestehender Sportanlagen fördern

Sportinfrastruktur muss dem Bedarf von Sportgroßveranstaltungen entsprechen, sollte aber auch langfristig und multifunktional nutzbar sein. Das geschieht am besten durch einen verbindlichen Legacy-Plan und klare Ziele bezüglich der nachhaltigen Nutzung vorhandener Infrastruktur bzw. dem Einsatz von temporären Anlagen. Beispiele dafür sind rückbaubare oder mobile Arenen, klare Nachhaltigkeitsstandards und Weiternutzungspläne für Neubauten sowie Konzepte zur Unterbringung des Organisationskomitees und von Athlet:innen. Sportgroßveranstaltungen sollen dazu beitragen, Sportinfrastruktur in Deutschland langfristig sinnvoll zu nutzen und weiter zu entwickeln. Ein Beispiel dafür ist der Olympiapark in München, der seit dem Bau 1972 Austragungsort für 31 Weltmeisterschaften, 12 Europameisterschaften und fast 100 deutschen Meisterschaften war. Hinzu kommen unzählige Messen, Konzerte und Ausstellungen. Bis 2005 nutzte außerdem der FC Bayern München e.V. das Olympiastadion als

---

<sup>12</sup> Special Olympics Deutschland, 2020.

Heimstadion; seit 2020 wird dort wieder Drittligafußball gespielt. Schließlich ist der Olympiapark ein beliebtes Naherholungsgebiet und ein Touristenmagnet.

---

### Internationale Begegnungen fördern und damit zu Frieden und Völkerverständigung beitragen

Internationale Sportgroßveranstaltungen können ein kultur- und länderübergreifendes Zusammengehörigkeitsgefühl schaffen und sind ein klares Bekenntnis zum Multilateralismus. Athlet:innen, Zuschauer:innen und offizielle Vertreter:innen aus verschiedenen Ländern können in einem Umfeld der Begegnung und der Freundschaft aufeinandertreffen. Maßnahmen wie der Austausch unter Sportvereinen, Gastfamilien-Programme oder Jugendlager können diese Wirkung verstärken.

Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland wurde unter dem Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ ausgetragen und stellte internationale Begegnungen und Völkerverständigung ins Zentrum. Für diesen Zweck wurden zahlreiche Marketingaktionen durchgeführt. Auch gemeinsame Sportgroßveranstaltungen mit internationalen Partnern (z.B. European Championships) kann für Multilateralismus werben.

---

### Bevölkerung sowie Athlet:innen unvergessliche Momente durch „Heimspiele“ bescheren

Deutschland als führende Nation bei der Austragung von Sportgroßveranstaltungen zu positionieren, spornt Athlet:innen dazu an, vor heimischem Publikum Bestleistungen abzurufen. Umgekehrt erhält die Bevölkerung die Gelegenheit, ihren Lieblingssport auf hohem Niveau live zu verfolgen und das unglaubliche Gemeinschaftsgefühl zu erleben, das bei so einem Großereignis entsteht. Der Fokus kann einerseits auf sportlichen Highlights, andererseits auf dem Rahmenprogramm mit Eröffnungsfeier oder Public Viewing Optionen liegen. Die Leichtathletik-EM 2018 in Berlin hat dieses Ziel mit vielen frei zugänglichen Austragungsstätten verteilt über ganz Berlin erfolgreich verwirklicht und dadurch Maßstab gesetzt hat.

---



## Identifikation mit Deutschland erhöhen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken

Sportgroßveranstaltungen sind per se wettbewerbsorientiert. Es gilt mitzufiebern und die heimischen Athlet:innen anzufeuern. So kann ein besonders Flair entstehen, das ein „Wir-Gefühl“ über gesellschaftliche Schichten hinweg schafft. Dieser gesellschaftliche Zusammenhalt soll durch das häufigere Ausrichten von Sportgroßveranstaltungen in Deutschland gestärkt werden. Dafür muss die Bevölkerung bestmöglich eingebunden werden. Die Menschen müssen Zugang zu den Sportgroßveranstaltungen erhalten, zum Beispiel durch faire Ticketpreise, geeignete Hygienekonzepte oder Ticket-Kontingente für Anwohner. Auch Dialoge auf kommunaler Ebene, Informationskampagnen und der Einsatz Freiwilliger spielen eine wichtige Rolle.

---

## Deutschland als Standort attraktiver machen und Gäste aus aller Welt begrüßen

Über Sportgroßveranstaltungen können wir Gäste aus aller Welt in Deutschland begrüßen. Dies kann einerseits vor Ort geschehen, ist aber auch virtuell über die mediale Berichterstattung, soziale Netzwerke, Livestreams und andere Optionen möglich. Deutschland in ein günstiges Licht zu rücken, soll den Tourismus und die Wirtschaft stärken. Durch die höhere Aufmerksamkeit lassen sich auch die in Deutschland gelebten Werte transportieren und vermitteln. Entscheidend dabei ist, die Botschaften konsistent zu kommunizieren. Dafür empfiehlt sich eine Zusammenarbeit mit Medienhäusern und Tourismusagenturen. Auch öffentlichkeitswirksame Social Media Kampagnen u.a. mit Influencern können diesem Ziel dienen.

---

## Kultur, Wissenschaft und Bildung Impulse geben und dadurch weiterentwickeln

Wettkampforientiertes Sporttreiben birgt soziales Bildungspotenzial. Zudem können Sportgroßveranstaltungen als Plattform für Angebote und Programme weit über den Sport hinaus dienen und dadurch Impulse in die Kultur, Wissenschaft und Bildung geben.

---

So hat z.B. eine Gruppe von Wissenschaftlern entschieden, im Zuge der Olympischen und Paralympischen Spiele von Tokio Japan als Gesellschaft zu untersuchen. Die Bundeszentrale für politische Bildung untersucht u.a. die Bundesliga als „Spielfeld der Gesellschaft“. Und die Deutsche Olympische Akademie (DOA) stellt im Zuge von Olympischen und Paralympischen Spielen eine Vielzahl von Unterrichtsmaterialien für Schulen zur Verfügung, die zum Beispiel Lehrkräfte während einer „olympischen Woche“ nutzen können. Entsprechend können Sportgroßveranstaltungen Partnerschaften mit wissenschaftlichen Institutionen und Schulen eingehen, Informationen öffentlich zugänglich machen und so das soziale Bildungsprofil schärfen.

Die größere mediale Aufmerksamkeit rund um Sportgroßveranstaltungen bietet zudem die Gelegenheit, die Vielfalt der lokalen Kultur vorzuführen und so auch einheimischen Kulturschaffenden eine Plattform zu bieten.

Ein hervorragendes Beispiel für die Integration von Kultur und Sport sind die Ruhr Games 21. Dieses internationale Festival verbindet Nachwuchsleistungssport, Profisport und Kulturhighlights. Dabei werden Wettbewerbe in 215 Sportarten mit einem Kulturprogramm etwa aus den Bereichen Street Art oder der Digitalen Künste kombiniert. Zudem gibt es Workshops zum Zwecke der Weiterbildung aus der Welt des Sports und der Kultur<sup>13</sup>.

---

## Vorbilder schaffen

Wenn Athlet:innen als Vorbilder wahrgenommen werden, identifizieren sich Menschen mit ihnen und sind stolz auf sie. Dadurch steigt das Interesse am Spitzensport. Auch jenseits des Sports können solche Vorbilder zu Höchstleistungen anspornen und gesamtgesellschaftlich als beispielhaft gelten. Eine Studie der Deutschen Sporthilfe und der Deutschen Sporthochschule in Köln aus dem Jahr 2017 zeigt, dass mehr als 85 % der Deutschen Sportler:innen als Vorbilder in Sachen Leistungswillen stehen<sup>14</sup>.

---

13 Regionalverband Ruhr, 2020.

14 Deutsche Sporthilfe, 2017.

Gleichzeitig ist es wichtig, auch Vorbilder aus „näheren“ Personenkreisen zu schaffen, also aus dem Breitensport oder dem Trainerstab. Und es kann lohnend sein, Menschen zu präsentieren, die auf besondere Weise mit Kindern und Jugendlichen arbeiten. Damit Emotionen zu erzeugen, ist ein Anliegen der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen<sup>15</sup>. Das bezieht sich einerseits auf den Sport selbst, andererseits auch auf die Vermittlung von allgemeinen Werten wie Fairness und Toleranz oder den Umgang mit Siegen und Niederlagen.

Dafür können vorbildliche Athlet:innen als Botschafter:innen bei Sportgroßveranstaltungen dienen. Partnerschaften mit Vereinen, Schulen und entsprechend geförderte Programme helfen dabei, die Vorteile eines aktiven Lebensstils zu vermitteln.

---

### Beispiele für ressourceneffiziente und -schonende Großveranstaltungen schaffen

Ressourceneffiziente und -schonende Sportgroßveranstaltungen können künftigen Events und einer ganzen Gesellschaft als Vorbild dienen. Beispiele dafür sind der Einsatz umweltfreundlicher Technologien, ressourcenschonender Elemente sowie das klare Bekenntnis zum Schutz von natürlichen Lebensräumen. Das setzt allerdings eine detaillierte Planung voraus. Zu beachtende Kriterien sind:

- Klima
  - Energieverbrauch
  - Abfall
  - Wasserverbrauch
  - Materialverbrauch
  - Lieferkette
  - Umweltverträgliche Produktion
  - Natur und Landschaft
- 

<sup>15</sup> Pohlmann & Streppelhoff, 2020, S. 57.

- Lärm

Ob diese Punkte beachtet werden, lässt sich anhand von Zahl, Art und Umfang der Maßnahmen, Innovationen und neuen Ansätzen messen. Wichtig ist zudem, die Maßnahmen transparent und nachvollziehbar zu kommunizieren, um alle Beteiligten, inklusive der Zuschauer:innen, entsprechend zu sensibilisieren.

Als Beispiel dient die IBU Biathlon Weltmeisterschaft 2012 in Ruhpolding, für die eine Informationskampagne mit dem Slogan „Fünf Treffer – Unser Ziel Nachhaltigkeit“ entwickelt wurde. Dabei ging es zum Beispiel um die langfristige Nutzung von Sportstätten, Möglichkeiten zur autofreien Anreise sowie um energieeffiziente Techniken zur Produktion von Kunstschnee. Die Sporthochschule in Köln untersuchte die Projekte begleitend<sup>16</sup>.

---

## Menschen zu mehr Bewegung motivieren und Gesundheitsvorsorge durch mehr Sport unterstützen

Bewegung ist der menschlichen Gesundheit generell zuträglich und gilt deshalb als Teil einer aktiven Gesundheitsvorsorge. Entsprechend sollen Sportgroßveranstaltungen dazu beitragen, Menschen den Sport näherzubringen und sie zu mehr sportlicher Betätigung zu animieren. So können Sportgroßveranstaltungen zusammen mit Vereinen, Schulen und Verbänden Projekte durchführen, die ein stärkeres Bewusstsein für die Vorteile eines aktiven Lebensstils und mehr Sport schaffen. Das kann auch durch Partnerschaften mit bereits existierenden Initiativen geschehen.

Eine Studie von UK Sport hat bei drei Sportgroßveranstaltungen eine Umfrage durchgeführt, um zu untersuchen, ob und wie sich ein Sportereignis auf die Motivation von Zuschauer:innen auswirkt, selbst aktiver zu werden. Dabei stellte sich heraus, dass eine Sportgroßveranstaltung diesbezüglich ein starker Impulsgeber sein kann: 67 Prozent der befragten Zuschauer:innen vor Ort fühlten sich durch die Teilnahme inspiriert, selbst mehr Sport zu treiben. Bei Jugendlichen war die Zahl sogar noch höher. So betrachtet, kann eine Sportgroßveranstaltung die Gesundheit

---

<sup>16</sup> DOSB, 2012.

der Bevölkerung äußerst positiv beeinflussen, wenn auch nur als Anstoß. Für eine langfristige Wirkung braucht es weitere Initiativen und Programme.

---

# B Übersicht möglicher Bewertungskriterien

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
1. Vielfalt, Integration und Teilhabe in unserer Gesellschaft fördern	1a Sportausübung	SGV ermöglichen Vereinen, Schulen, Verbänden etc. Programme und Initiativen durchzuführen, die das Bewusstsein für einen aktiven Lebensstil stärken und die Sportausübung der (lokalen) Bevölkerung fördern.	Anzahl, Art und Umfang der Programme zur Förderung der sportlichen Betätigung und die Anzahl erreichter Personen
		Zunahme der sportlichen Aktivität in der Region nach der SGV.	(1) Häufigkeit und Dauer sportlicher Aktivität relevanter Zielgruppen vor und nach der SGV (inkl. Motivabfrage) (2) Mitgliederentwicklung der Vereine der Region (inkl. Motivabfrage)
	1b Zugang zur SGV	Der Zugang zur SGV ermöglicht der Bevölkerung Sportarten Kennenzulernen und diese auszuprobieren. Er unterstützt die Identifikation und verstärkt durch das emotionale Miterleben die Identifikation und das Werteverleben.	(1) Ticketpreis & Anzahl von Besuchern vor Ort (2) Anzahl und Umfang Maßnahmen zur Erleichterung des Zugangs
		Die Veranstaltungsorte sowie der Transport zu diesen sind für jedermann barrierefrei zugänglich.	(1) Grad der Barrierefreiheit bei der SGV (%) (2) Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen zur Barrierefreiheit
	1c Ehrenamt	Ehrenamt ist für den organisierten Sport in Deutschland und die SGV unverzichtbar und wirkt integrativ und gemeinwohlorientiert. Die SGV sieht vor, Maßnahmen zu entwickeln, um das Ehrenamt stärker zu fördern und dieses aufzuwerten.	(1) Anzahl Ehrenamtlicher während der SGV (2) Anzahl Ehrenamtlicher, die informiert bleiben / Teil des Ehrenamts-pools werden wollen (3) Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamts
	1d Integration	Durch zielgerichtete Planung der SGV werden bestimmte Zielgruppen während der SGV integriert.	(1) Anzahl entsprechender Teilnehmer/Besucher der SGV (2) Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen zur Integration
	1e Bürgerbeteiligung (Information und Partizipation)	Die (lokale) Bevölkerung und deren Anliegen werden laufend in die Vorbereitung zur SGV eingebunden und informiert.	Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen zur Information und Partizipation der BürgerInnen
	1f Sportartenvielfalt	Im Rahmen der SGV werden neue und bislang weniger bekannte Sportarten / Disziplinen präsentiert, die das Sportangebot und die Sportausübung in Deutschland vielfältiger machen.	(1) Anzahl neue / innovative Disziplinen / Sportarten (im Rahmenprogramm) (2) Anzahl Neuanmeldungen bei Vereinen / Verbänden

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
2. Menschen zu mehr Bewegung motivieren und Gesundheitsvorsorge durch mehr Sport unterstützen	2a Sportausübung	SGV ermöglichen Vereinen, Schulen, Verbänden etc. Programme und Initiativen durchzuführen, die das Bewusstsein für einen aktiven Lebensstil stärken und die Sportausübung der (lokalen) Bevölkerung fördern.	Anzahl, Art und Umfang der Programme zur Förderung der sportlichen Betätigung und die Anzahl erreichter Personen
		Zunahme der sportlichen Aktivität in der Region nach der SGV.	(1) Häufigkeit und Dauer sportliche Aktivität relevanter Zielgruppen vor und nach der SGV (2) Mitgliederentwicklung der Vereine der Region, Verbände
	2b Sportartenvielfalt	Im Rahmen der SGV werden neue und bislang weniger bekannte Sportarten / Disziplinen präsentiert, die das Sportangebot und die Sportausübung in Deutschland vielfältiger machen.	(1) Anzahl neue / innovative Disziplinen / Sportarten (im Rahmenprogramm) (2) Anzahl Neuanmeldungen bei Vereinen / Verbänden
	2c Sportliche Vorbilder	Sportliche Vorbilder treten in der SGV auf und regen zur Sportaktivität an. Sie zeigen die Werte des Sports (z.B. Fair Play, Respekt, Umgang mit Niederlagen)	(1) Anzahl Athlet*innen als "Vorbilder" / Botschafter (2) Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen mit „Vorbildern“ und deren Wahrnehmung z.B. über Social Media (Intensität)

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
3. Vorbilder schaffen	3a Sportliche Vorbilder	Sportliche Vorbilder treten in der SGV auf und regen zur Sportaktivität an. Sie zeigen die Werte des Sports (z.B. Fair Play, Respekt, Umgang mit Niederlagen)	(1) Anzahl Athlet*innen als "Vorbilder" / Botschafter (2) Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen mit „Vorbildern“ und deren Wahrnehmung z.B. über Social Media (Intensität)
	3b Sportausübung	SGV ermöglichen Vereinen, Schulen, Verbänden etc. Programme und Initiativen durchzuführen, die das Bewusstsein für einen aktiven Lebensstil stärken und die Sportausübung der (lokalen) Bevölkerung fördern.	Anzahl, Art und Umfang der Programme zur Förderung der sportlichen Betätigung und die Anzahl erreichter Personen
		Zunahme der sportlichen Aktivität in der Region nach der SGV.	(1) Häufigkeit und Dauer sportliche Aktivität relevanter Zielgruppen vor und nach der SGV (2) Mitgliederentwicklung der Vereine der Region, Verbände

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
4. Internationale Begegnungen fördern und damit zu Frieden und Völkerverständigung beitragen	<b>4a Internationalität</b>	Die SGV bringt Menschen aus aller Welt an einen Ort zusammen und fördert damit internationale Begegnungen und die Völkerverständigung.	(1) Anzahl internationale Athlet*innen / Nationen (2) Anzahl internationale Besucher*innen / Nationen (3) Anzahl der Länder, die TV/Streaming-Übertragungen hatten
	<b>4b Interkultureller Austausch</b>	Im Rahmen der SGV werden internationale Begegnungen und interkultureller Austausch durch gezielte Maßnahmen gefördert (Gastfamilien-Programm, Schulaustausch, Jugendlager, Sportvereinsaustausch etc.).	Anzahl, Art und Intensität der Maßnahmen und die Anzahl erreichter Personen

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
5. Bevölkerung sowie Athlet:innen unvergessliche Momente durch „Heimspiele“ ermöglichen	<b>5a Highlights</b>	Für die SGV werden "Highlights" für bestimmte Zielgruppen geschaffen, um unvergessliche Erlebnisse zu ermöglichen.	Anzahl, Art und Umfang der Highlights Messung: (z.B. mit Hilfe von Experience Mapping).

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
6. Identifikation mit Deutschland erhöhen und damit den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken	<b>6a Identifikation</b>	Durch die SGV in Verbindung mit Teilhabe, Integration und auch durch Vorbilder identifiziert sich die Bevölkerung mit der SGV und mit dem Austragungsort, bzw. findet diese gut.	Grad der Identifikation (%)
	<b>6b Sozialer Zusammenhalt</b>	Durch die Teilhabe, Integration und Wertegebundenheit der SGV wird der soziale Zusammenhalt in der lokalen Gesellschaft, bzw. unter den am Event Beteiligten gestärkt.	Grad des sozialen Zusammenhalts / "Wir-Gefühl" (%)



Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
7. Deutschland als Standort attraktiver machen und Gäste aus aller Welt begrüßen	7a Tourismus	Die SGV dient der Förderung des Tourismus, indem ausländische Athlet*innen, Zuschauer*innen und Medienkonsument*innen nach Deutschland kommen. Deutschland bzw. der Austragungsort kann sich als Tourismusdestination präsentieren.	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Veränderung der Zahl der Übernachtungen ausländischer Besucher- / Athlet*innen in der SGV-Region</li> <li>(2) Anteil internationaler Touristen / Besucher (Ticketverkäufe)</li> <li>(3) Touristische Attraktivität der Austrichterstadt (z.B. Veränderung im Nation Brand Index)</li> </ol>
	7b Bekanntheit	Deutschland bzw. der Veranstaltungsort wird durch die Durchführung der SGV national und international bekannt(er).	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Stunden TV-Übertragung</li> <li>(2) Anzahl Nationen TV Übertragung</li> <li>(3) Homepage/ Beitragsaufrufe</li> <li>(4) Interaktionsrate (Anzahl Likes, Shares, Retweets, Erwähnungen)</li> </ol>
	7c Image	Eine Darstellung von Deutschland in seiner Vielfalt und mit seinen leitenden Werten soll sichtbar werden (Corporate bzw. National Identity) und in die aktivierenden „Begegnungs- und Erlebnisräume“ einfließen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Image-Bewertung der Besucher*innen des Events (insb. zur Gastfreundschaft)</li> <li>(2) Anteil positiver / negativer Artikel in internationalen Medien</li> <li>(3) Anzahl positiver Erwähnungen / Weiterempfehlungen / Bewertungen in sozialen Medien</li> </ol>
	7d Wirtschaftliche Attraktivität	Der Veranstaltungsort wird durch Vorbereitung und Durchführung der SGV für wirtschaftliche Zielgruppen (Investoren, Sponsoren, Student*innen, etc.) attraktiv(er).	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Anzahl, Art und Umfang der Maßnahmen zur Verbesserung der</li> <li>(2) Wirtschaftlichen Standortattraktivität</li> </ol>

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
8. Kultur, Wissenschaft und Bildung Impulse geben und dadurch weiterentwickeln	8a Kultur	Die SGV lässt durch Aktivitäten und Programme kulturelle Besonderheiten des Austragungslandes / -ortes miteinfließen. Auf die Vielfalt wird geachtet.	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Anzahl, Art und Umfang der kulturellen Maßnahmen/Projekte und die Anzahl erreichter Personen.</li> <li>(2) Anzahl der Partnerinstitutionen/-organisationen aus Kultur, die in die Maßnahmen einbezogen wurden.</li> </ol>
	8b Wissenschaft	Die Vorbereitung und Durchführung der SGV bietet eine Plattform für die Wissenschaft, den Sport, Events, Athleten etc. zu erforschen (z.B. sportwissenschaftliche Kongresse/Symposien, etc.).	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Anzahl, Art und Umfang der Forschungsprojekte, wiss. Veranstaltungen und die Anzahl erreichter Personen.</li> <li>(2) Anzahl der Partnerinstitutionen/-organisationen aus Wissenschaft, die in die Maßnahmen einbezogen wurden.</li> <li>(3) Anzahl wissenschaftlicher Publikationen im Kontext der SGV</li> </ol>
	8c Bildung	Die SGV inspiriert zur Auseinandersetzung mit der Veranstaltung, den Werten des Sports, Teilhabe, Inklusion und bietet so zahlreiche Bildungsmöglichkeiten. Es entstehen auch Weiterbildungsmöglichkeiten, Ausbildung und Berufserfahrung.	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Anzahl, Art und Umfang der Bildungsmaßnahme bzw. Projekte und die Anzahl erreichter Personen</li> <li>(2) Anzahl der Partnerinstitutionen/-organisationen aus Bildung, die in die Maßnahmen einbezogen wurden.</li> </ol>

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
9. Beispiele für ressourcen-effiziente und -schonende Großveranstaltungen schaffen	9a Klima	Emissionsminderung durch geeignete Innovationen / Maßnahmen umeine möglichst klimaneutrale SGV zu ermöglichen.	Anzahl, Art und Umfang der Innovationen / Maßnahmen / neuen Ansätze / neuen Entwicklungen / Leuchtturmprojekte, die durch die „Plattform“ der SGV in den jeweiligen Bereichen(a – i) erlebbar gemacht werden und Best Practice Beispiele schaffen
	9b Energieverbrauch	Reduzierung des Energieverbrauchs durch veranstaltungsbedingte Aktivitäten im Veranstaltungsort.	
		An den Veranstaltungsstätten wird auf erneuerbare Energien gesetzt.	
	9c Abfall	Reduzierung und Verwertung des Abfalls durch veranstaltungsbedingte Aktivitäten am Veranstaltungsort.	
	9d Wasserverbrauch	Reduzierung des Wasserverbrauchs durch veranstaltungsbedingte Aktivitäten an den Veranstaltungsstätten.	
	9e Materialverbrauch	Materialverbrauch so gering wie möglich halten und auf umweltverträgliche Materialien achten.	
	9f Lokale Lieferanten	Es ist auf einen fairen Handel zu achten und die Lieferanten sollten überwiegend aus der Region kommen.	
	9g Umweltverträgliche Produktion	Beim Produktionsprozess (z.B. Overlay, Merchandising) werden Standards im Umwelt- und Sozialbereich eingehalten.	
	9h Natur und Landschaft	Die SGV soll Natur und Landschaft so wenig wie möglich beeinträchtigen oder schädigen. Der Artenschutz muss gewährleistet sein.	
9i Lärm	Lärm ist zu vermeiden und zu mindern. Unvermeidbarer Lärm sollte zeitlich und räumlich begrenzt werden. Bestimmte Personengruppen (Schulen, Krankenhäuser, etc.) sind besonders zu schützen.		

Sub-Ziel	Kriterium	Kriterium-Erläuterung	Indikator (KPI / KLI)
10. Sportinfrastruktur bedarfsgerecht weiterentwickeln und modernisieren sowie die Nutzung bestehender Sportanlagen fördern	<b>10a</b> Maximale Nutzung bestehender Infrastruktur	Nutzen bestehender Sportstätten.	(1) Anteil bereits vorhandener Sportinfrastruktur (%) (2) Anteil neu gebauter Sportinfrastruktur (%) (3) Anteil temporärer Sportinfrastruktur (%)
		Nutzen bestehender Veranstaltungsinfrastruktur.	(1) Anteil bereits vorhandener sonstiger Infrastruktur (%) (2) Anteil neu gebauter sonstiger Infrastruktur (%) (3) Anteil temporärer sonstiger Infrastruktur (%)
	<b>10b</b> Bedarfsgerechte Modernisierung und Weiterentwicklung	Im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung der SGV wird Sportinfrastruktur bedarfsgerecht (im Sinne von Folgenutzung) modernisiert und weiterentwickelt.	(1) Vorhandensein eines „Legacy Plans“ für jede Maßnahme (2) Passung der Eventstruktur in den Stadt-Sportentwicklungsplan

## C Kriterien zur Typisierung

Die Merkmale zur Typisierung einer Sportgroßveranstaltung sind in zwei Gruppen unterteilt. Merkmale (1) bis (4) bilden Gruppe A, und Merkmale (5) bis (9) Gruppe B. Sportgroßveranstaltungen im Sinne der Nationalen Strategie erfüllen entweder (a) 4 von 4 Merkmalen der Gruppe A oder (b) 3 von 4 Merkmalen der Gruppe A sowie 3 von 5 Merkmalen der Kategorie B.

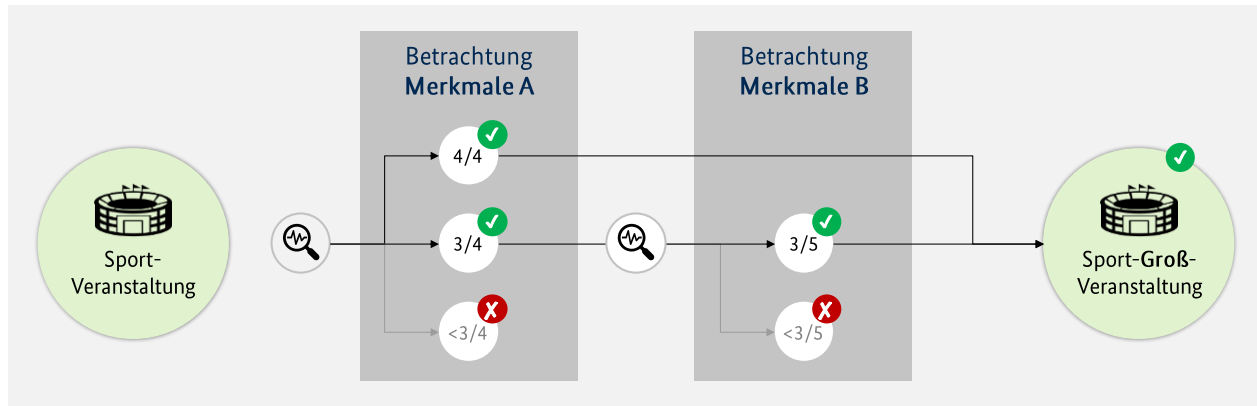


Abb. 12: Prozess zur Abgrenzung einer Sportveranstaltung von einer großen Sportveranstaltung

### Gruppe A:

- (1) **Dauer in Tagen**, als Merkmal für die Zeitspanne der Veranstaltung. Denn Sportgroßveranstaltungen im Sinne der Strategie sollten in der Regel länger dauern als sonstige Sportveranstaltungen.
- (2) **Mediale Resonanz**, als Indikator für die nationale und internationale Strahlkraft. Denn eine Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte in der Regel mehr Aufmerksamkeit in den Medien erhalten als sonstige Sportveranstaltungen. Die mediale Resonanz berücksichtigt traditionelle Medien (z.B. TV, Radio und Print), aber auch neue Medien (z.B. Soziale Netzwerke, Suchmaschinenaktivitäten und digitale Formate). Entscheidend ist die tatsächliche Reichweite und nicht das Übertragungsformat.
- (3) **Anzahl der vertretenen Nationen**, als ein Indikator für die internationale Strahlkraft. Denn an einer Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollten in der Regel mehr

Athle:innen aus verschiedenen Ländern teilnehmen als bei sonstigen Sportveranstaltungen.

- (4) **Anzahl der Zuschauer:innen vor Ort**, als Indikator für das Zuschauerinteresse. Denn einer Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollten in der Regel mehr Zuschauer:innen beiwohnen als einer sonstigen Sportveranstaltung.

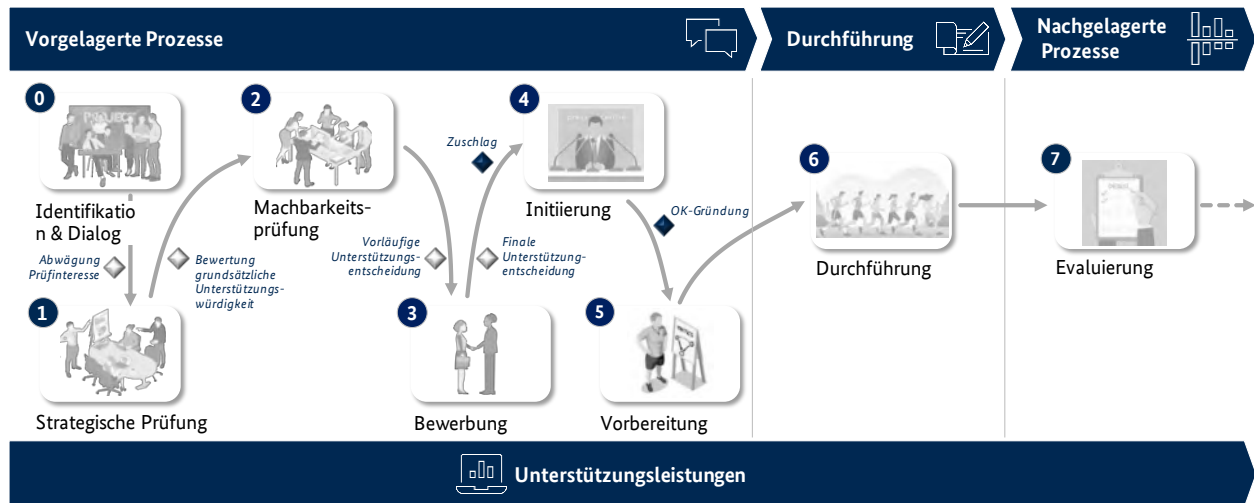
### Gruppe B:

- (1) **Turnus Veranstaltung (Jahre)**, als Merkmal für die Regelmäßigkeit der Veranstaltung. Denn eine Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte in der Regel in einem längeren Zyklus stattfinden als sonstige Sportveranstaltungen.
- (2) **Anzahl Sportstätten**, als Indikator für Sportartenvielfalt, Veranstaltungsformat und regionale Abdeckung. Denn bei einer Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte die Anzahl genutzter Sportstätten in der Regel höher sein als bei sonstigen Sportveranstaltungen.
- (3) **Anzahl Athlet:innen**, als Merkmal für die Größe des Sportereignisses. Denn bei einer Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte die Anzahl teilnehmender Athlet:innen in der Regel höher ist als bei sonstigen Sportveranstaltungen.
- (4) **Leistungsniveau Spitzensport**, als Indikator für die Qualität der teilnehmenden Athlet:innen. Denn bei einer Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte es sich in der Regel um Spitzensportveranstaltungen handeln.
- (5) **Interesse für Sportart**<sup>17</sup>, als Indikator für die Medienwirksamkeit. Denn eine Sportgroßveranstaltung im Sinne der Strategie sollte in der Regel einen Fokus auf Sportarten haben, die von großem allgemeinem Interesse sind.

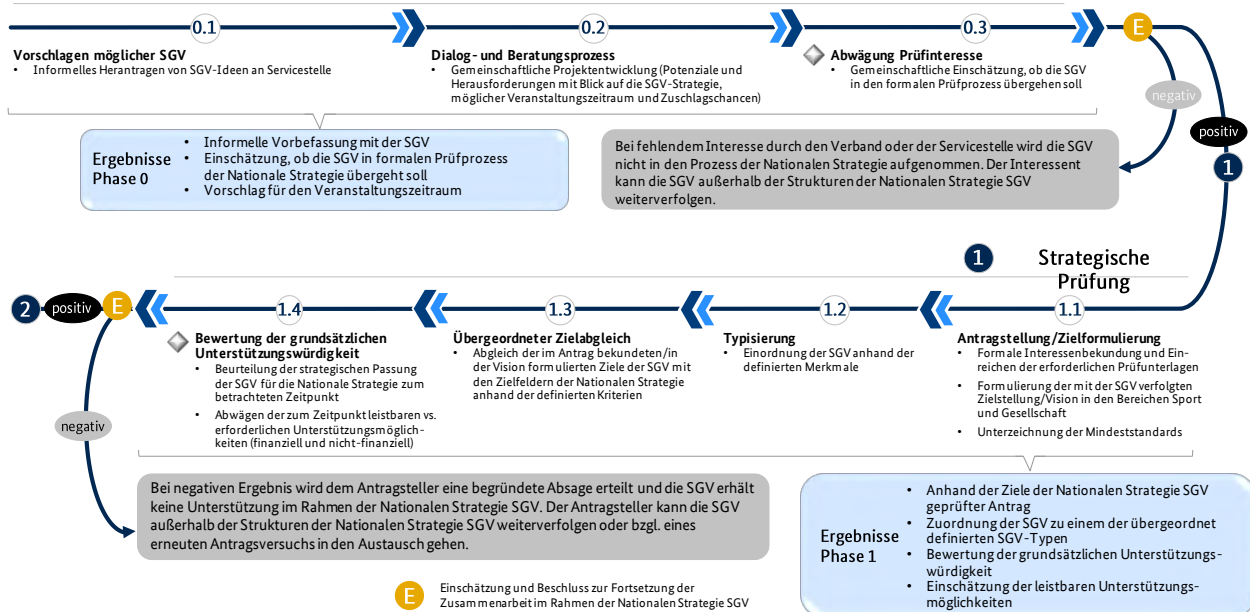
---

<sup>17</sup> Z.B. gemäß Umfrage der Nielsen Company. Abfrage: Unabhängig davon, ob Sie die Sportart selbst ausüben, geben Sie bitte an, wie sehr Sie sich für die folgenden Sportarten interessieren.

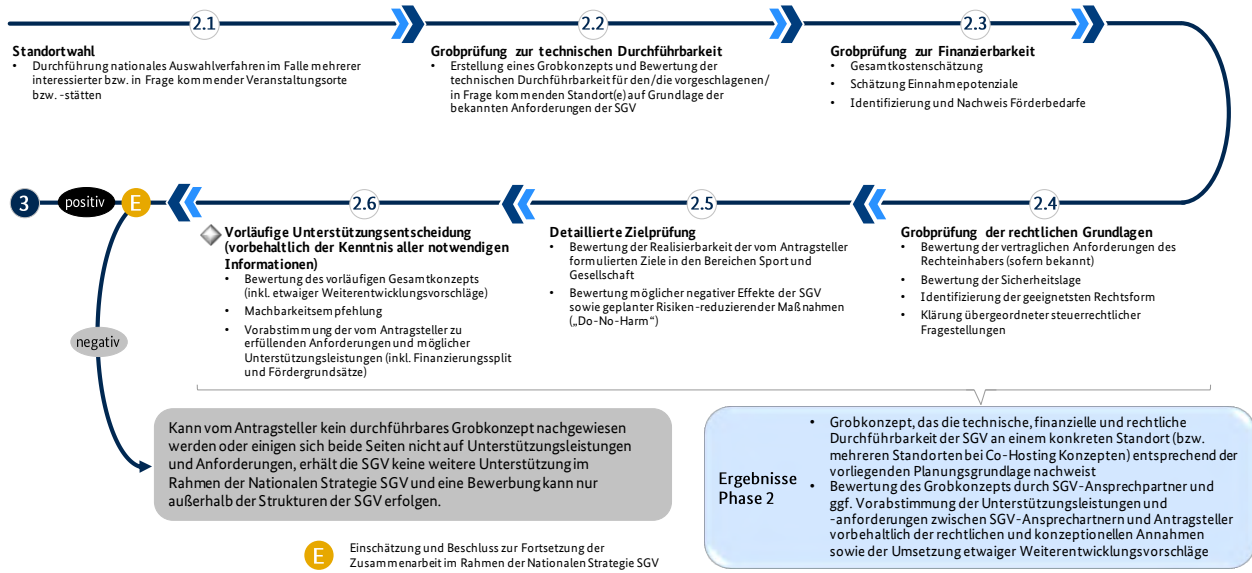
# D Nutzerreise durch den SGV-Referenzprozess



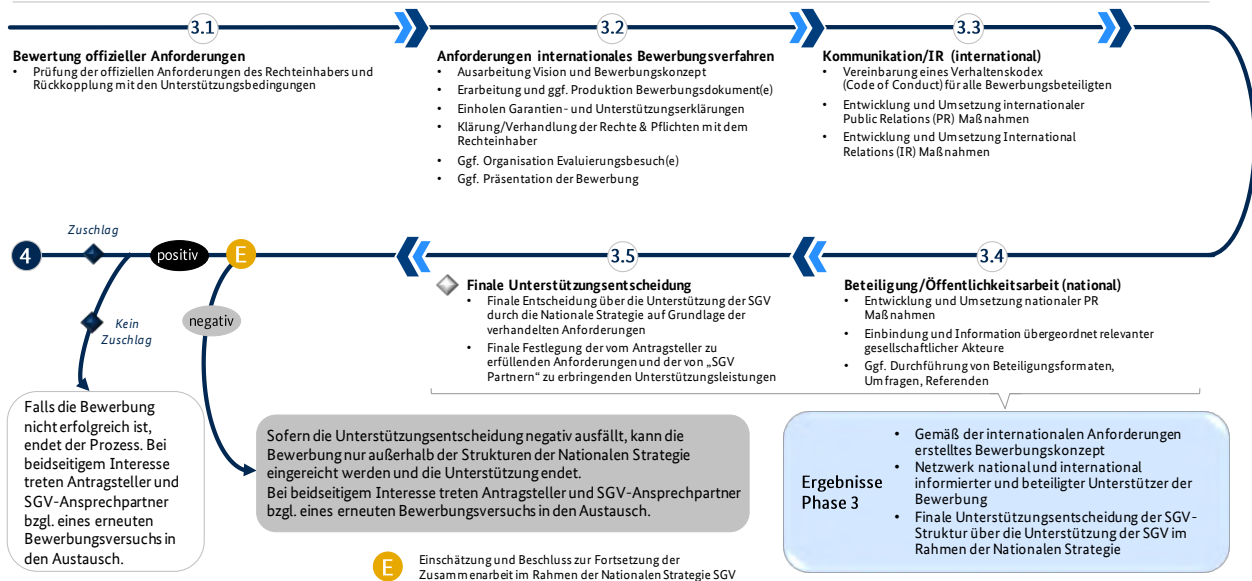
## 0 Identifikation & Dialog



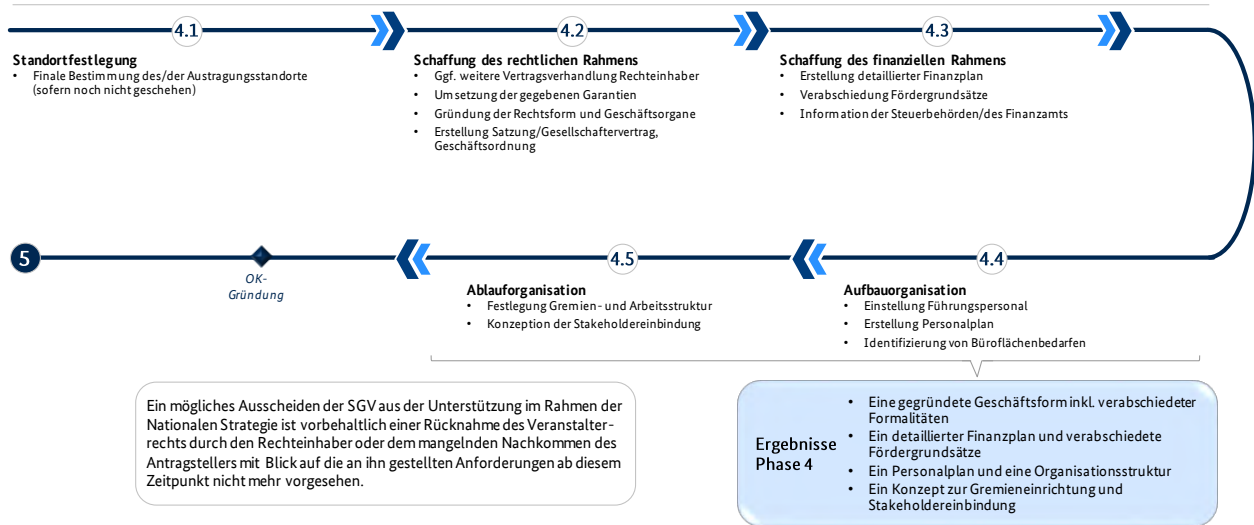
## 2 Machbarkeitsprüfung



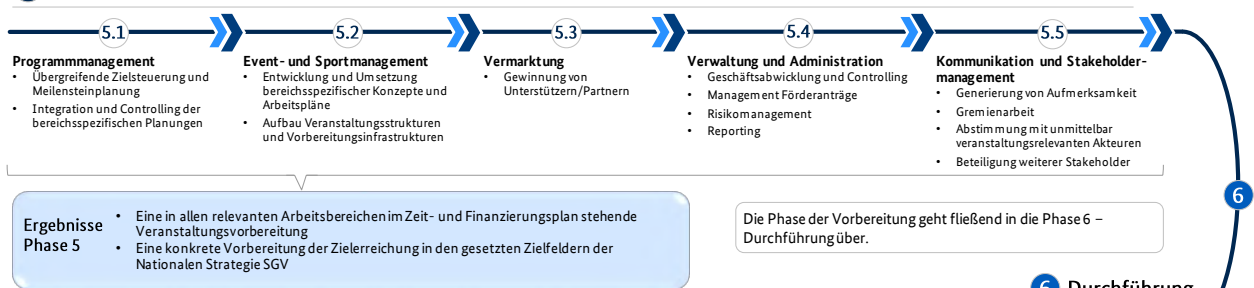
## 3 Bewerbung



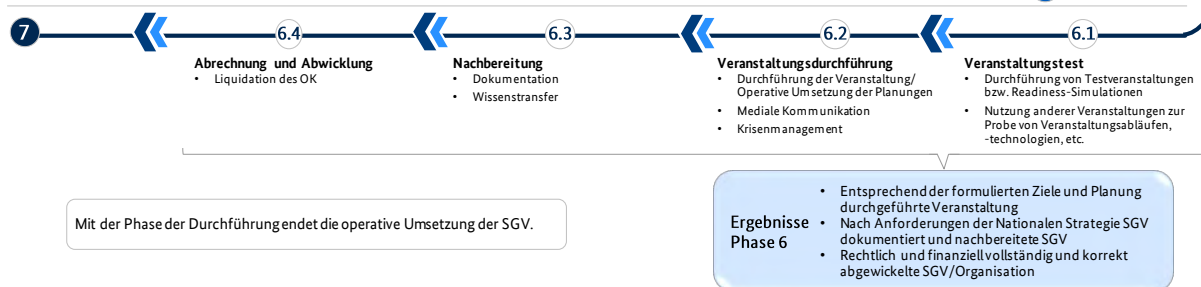
## 4 Initiierung



## 5 Vorbereitung

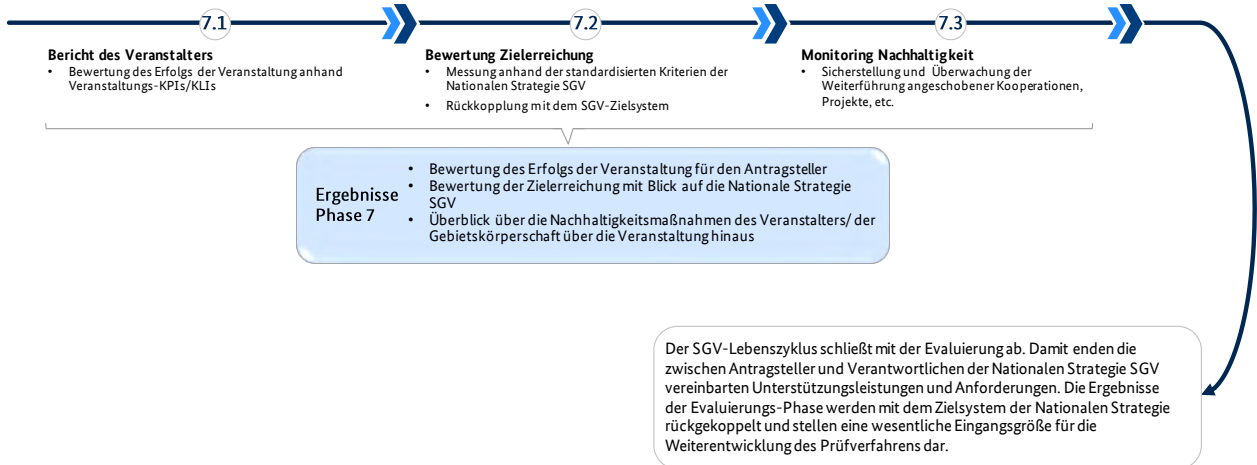


## 6 Durchführung





## 7 Evaluierung



## E Übersicht möglicher Unterstützungsleistungen

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
1a	SGV- übergreifendes	<b>Weiterentwicklung SGV-Strategie (inkl. Standards) – strategische Entscheidungen</b>	Strategische Entscheidungen bzgl. der Fortschreibung der SGV-Strategie, inkl. Weiterentwicklung der strategischen Ziele, Typisierungsansatz, Mindest-Standards, Kernbotschaften, Evaluierungsansatz, etc.
1b	SGV- übergreifendes	<b>Weiterentwicklung SGV-Strategie (inkl. Standards) – operative Vorbereitung / Unterstützung</b>	Unterstützung bei der Fortschreibung der SGV-Strategie, durch Analysen und Zulieferungen für die Steuerungsebene
2a	SGV- übergreifendes	<b>Fortschrittscontrolling übergreifende Zielerreichung – Steuerung</b>	Steuerungsfunktion: Dritte Säule im Dreiklang der Evaluierung. Ziel: Bewertung der Zielerreichung der gesamten SGV-Strategie; dadurch Steuerungsmöglichkeit der Zielerreichung der Nationalen Strategie; Früherkennung von Unausgewogenheiten bei der Zielerreichung und direkte Nachsteuerungsmöglichkeiten
2b	SGV- übergreifendes	<b>Fortschrittscontrolling übergreifende Zielerreichung – Datenerhebung / Unterstützung</b>	Analyse- / Datenerhebungsfunktion: Zuarbeit, z.B. durch Aufbereitung und Analyse von Daten für Bewertung Zielerreichung der gesamten SGV-Strategie
3	SGV- übergreifendes	<b>Übergreifende Koordination und „Marktbeobachtung“</b>	Genauen Umfang definieren. Zentrale SGV-Anlaufstelle für alle Beteiligten (Veranstalter, Verwaltung, etc.), welche Kontakte in Netzwerken vermitteln, Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen verschiedenen Verbänden / Veranstaltern koordinieren und internationale SGV-Vergabeprozesse, sich anbahnende Bewerbungen beobachten und Informationen dazu bereitstellen, etc.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
4	SGV- übergreifendes	<b>Unterstützung SGV- übergreifende Öffentlichkeitsarbeit</b>	Unterstützung der SGV-übergreifenden Vermarktung des Standorts Deutschland als Austragungsort für SGV. Etablierung und Durchführung SGV-übergreifender Bürgerbeteiligungsformate (z.B. Bürgerdialog zum Thema Nachhaltigkeit von SGV).
5	Entscheidungsvo rbereitung	<b>Prognose Beitrag einer SGV zur Zielerreichung und Typisierung</b>	Einordnung einer SGV anhand der definierten Merkmale (Typisierung) und Abgleich der in der Anfrage der SGV bekundeten / in der Vision formulierten Ziele mit den Zielfeldern der Nationalen Strategie anhand der definierten Kriterien (Zielabgleich; prognostizierter Beitrag einer SGV zu den Zielen der Nationalen Strategie.)
6	Entscheidungsvo rbereitung	<b>Unterstützung Machbarkeitsprüfung einer SGV</b>	Zur Prüfung zählen u.a. die Bereiche Standortauswahl sowie die Grobprüfung der technischen, rechtlichen und finanziellen Machbarkeit.
7	Entscheidungsvo rbereitung	<b>Analyse Förder-/ Unterstützungsumfang einer SGV (Analyse, keine Entscheidung)</b>	Aufbauend auf Ergebnissen der Machbarkeitsprüfung, des beantragten Förder- / Unterstützungsbedarfs eine abschließende Einschätzung (Bewertung der Realisierbarkeit der vom Anfragenden formulierten Ziele; Abgleich mit den strategischen Zielen, Bewertung möglicher negativer Effekte der SGV sowie geplanter risikoreduzierender Maßnahmen).
8	Entscheidungsvo rbereitung	<b>Aufbereitung der Analyseergebnisse für Entscheidungsprozesse bei den öffentlichen Finanzmittelgebern bzgl. einer SGV</b>	Die Ergebnisse der vorhergehenden Analysen werden aufbereitet und den öffentlichen Finanzmittelgebern als neutrale, objektive, transparente und nachvollziehbare Informationsgrundlage für deren Entscheidungsprozesse bereitgestellt.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
9	Entscheidungsvo rbereitung	<b>Evaluierung während / nach einer SGV</b>	Einschätzung bzgl. der Umsetzung der von der SGV angekündigten Maßnahmen mit positiver Wirkung auf die Ziele der Nationalen Strategie SGV (während und nach der Durchführung der SGV).
10	Strategie	<b>Aufbau und Pflege einer SGV- Datenbank</b>	Aufbau und Pflege eines Basisdatensatzes zu allen grundsätzlich in die Strategie fallenden SGV (Beschreibung, Anforderungen, Ausrichtungshistorie, Vergabeprozess, Bewerbungsmöglichkeiten, Kosten, laufende Bewerbungsaktivitäten, etc.)
11	Strategie	<b>SGV-Anlaufstelle und strategische Beratung</b>	Ansprechpartner für alle, die eine SGV für die Nationale Strategie vorschlagen möchten sowie proaktive Identifizierung geeigneter SGV und Herantragen an den relevanten Fachverband / Ausrichter
12	Strategie	<b>Moderation, Koordination von SGV und Mediation bei mehreren beteiligten Gebietskörperschaften oder Ländern</b>	Monitoring aller laufenden und in der Prüfung befindlichen SGV sowie Überblick aller übergeordnet relevanten SGV-Aktivitäten. Ggf. Vermittlung zwischen Konfliktparteien.
13	Strategie	<b>Muster Prozess-Checkliste</b>	Dokumentvorlage aller übergeordnet relevanten Schritte des SGV-Prozesses, inkl. (für die Nationale Strategie) zu erbringende Anforderungen und möglicher Unterstützungsleistungen.
14	Strategie	<b>Beratung bei der Entwicklung der Vision / „Reason Why“</b>	Fachliche Unterstützung bei der Ausarbeitung und Formulierung der übergeordnet mit der SGV verfolgten Ziele sowie der Legacy, die sie schaffen soll.
15	Planung	<b>Aufbau und Pflege einer Datenbank Veranstaltungsstätten</b>	Basisdatensatz zu bestehenden Veranstaltungsstätten für SGV in Deutschland (Eigentumsverhältnisse, Maße, IF-Konformität, Zuschauerkapazitäten, Nebenbereiche, Ausstattung, etc.).

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
16	Planung	<b>Verfahrensberatung Standortauswahl</b>	Aufzeigen möglicher Vorgehensweisen zur Standortauswahl und fachliche Unterstützung beim Aufsetzen und der Durchführung des Verfahrens.
17	Planung	<b>Bereitstellung eines Musters für ein technisches Grobkonzept</b>	Dokumentvorlage einer empfohlenen Struktur, inkl. Beschreibungen und Beispielen der relevanten Inhalte eines Grobkonzepts.
18	Planung	<b>Aufbau und Pflege einer Datenbank mit häufig benötigten Informationen / Textbausteine / Filme</b>	Zusammenstellung und Pflege eines Pools wiederkehrend benötigter Kommunikationsbausteine (z.B. politischer und rechtlicher Rahmen, Hotelkapazitäten, Bild- und Video-Material Städte / etc.).
19	Planung	<b>Bereitstellung Leitfäden und Netzwerkunterstützung für Servicebereiche wie Transport, Unterbringung, Sicherheit, etc.</b>	Zusammenstellung empfohlener Vorgehensweisen in den identifizierten Servicebereichen sowie Aufbau und Pflege von Netzwerken mit den relevanten Anbietern.
20	Planung	<b>Bereitstellung Leitfäden Programmmanagement &amp; Risikomanagement</b>	Zusammenstellung empfohlener Vorgehensweisen bei der Gesamtsteuerung und dem Controlling der SGV, inkl. Beschreibungen und Beispielen zu den relevanten Inhalten.
21	Planung	<b>Bereitstellung eines Musters LOC-Struktur</b>	Dokumentvorlage einer Basisstruktur, inkl. Beschreibungen und Beispielen der einzelnen Bestandteile sowie möglicher Erweiterungen.
22	Planung	<b>Beratung zu Veranstaltungsstätten (IF-Anforderungen, Overlay, Nutzungsvereinbarungen, Eigentumsverhältnisse etc.)</b>	Fachliche Begleitung der Anforderungsprüfung und -umsetzung an den Veranstaltungsstätten (IF-Anforderungen, Overlay, Nutzungsvereinbarungen, Eigentumsverhältnisse, etc.).

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
23	Planung	<b>Beratung zu Veranstaltungstools und -systemen</b>	Erstellung einer Übersicht möglicher SGV-Tools, inkl. Darstellung der Unterschiede. Unterstützung der Veranstalter bei der Nutzungsentscheidung und Anwendung.
24	Rechtliches	<b>Information zum Thema Compliance</b>	Unterstützung der Veranstalter bei der Einhaltung vereinbarter Good Governance Standards im gesamten SGV-Prozess.
25	Rechtliches	<b>Prüfung und Verhandlungsberatung Ausrichterverträge</b>	Fachliche Durchsicht der Ausrichterverträge und Herausstellen förderungseinschränkender Anforderungen sowie positiver Veränderungsmöglichkeiten.
26	Rechtliches	<b>Bereitstellung Leitfaden Steuergrundsätze</b>	Zusammenstellung der für SGV relevanten Steuergrundsätze.
27	Rechtliches	<b>Information zu steuerrechtlichen Themen</b>	Unterstützung bei der Erfüllung und Bearbeitung steuerrechtlicher Anforderungen.
28	Rechtliches	<b>Muster-Garantieerklärungen öffentliche Hand (Steuern, Finanzierung, Sicherheit, etc.), inkl. Netzwerkunterstützung bei der Umsetzung</b>	Zusammenstellung vergleichbarer Dokumente und Vermittlung von Ansprechpartnern beim Einholen sowie bei der Durchsetzung der Garantien.
29	Rechtliches	<b>Bereitstellung Leitfaden Rechtsformen</b>	Zusammenstellung der für SGV relevanten Geschäftsformen, inkl. Vor- und Nachteilen.
30	Rechtliches	<b>Bereitstellung Leitfaden OK-Gründung und OK-Auflösung</b>	Dokumentvorlage aller übergeordnet relevanten zu durchlaufenden Schritte, inkl. zu erbringender Leistungen.
31	Rechtliches	<b>Bereitstellung Muster LOC-Verträge, Satzungen, etc.</b>	Erstellung übergeordneter Dokumentvorlagen, inkl. Hinweisen zu Individualisierungsmöglichkeiten.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
32	Rechtliches	<b>Beratung bei Ausschreibungsverfahren</b>	Fachliche Unterstützung bei der Vergabe von Aufträgen.
33	Finanzierung	<b>Koordination der Erarbeitung gemeinsamer Standards im Zuwendungsverfahren</b>	Bestandsaufnahme der Fördergrundsätze und -abläufe des Bundes und der Länder, inkl. Auflistung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede; Zusammenführung und Moderation der Akteure zur Erarbeitung gemeinsamer Standards für die „Besonderen Nebenbestimmungen“ im Zuwendungsverfahren für SGV, inkl. Regelungen und Zuständigkeiten zur finanziellen Förderung vor einem Zuschlag.
34	Finanzierung	<b>Beratung Zuwendungsmanagement und Moderation bei mehreren Gebietskörperschaften</b>	Bereitstellung einer Checkliste und fachliche Unterstützung bei der Bearbeitung der Zuwendungsanforderungen; Ansprechpartner für Sonderfälle (z.B. mehrere Zuwendungsgeber).
35	Finanzierung	<b>Zentrale Veranstaltungsversicherung</b>	Zusammenarbeit mit einem übergeordneten Versicherungspartner und Übernahme der Veranstaltungsversicherung für ausgewählte SGV.
36	Finanzierung	<b>Bereitstellung Muster Gesamtkostenschätzung</b>	Dokumentvorlage zur Erstellung der Gesamtkostenschätzung, inkl. Beschreibungen und Beispielen.
37	Finanzierung	<b>Aufbau und Pflege einer Datenbank mit wiederkehrenden Kostenpositionen</b>	Zusammenstellung und Pflege von Vergleichswerten für regelmäßig anfallende Kostenpositionen.
38	Finanzierung	<b>Bereitstellung Musterbudget</b>	Dokumentvorlage zur Erstellung des Budgets, inkl. Beschreibungen und Beispielen.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
39	Finanzierung	<b>Zentrale Vermarktungsunterstützung (z.B. Rahmenverträge mit nationalen Förderern / Sponsoren)</b>	Prüfung der vergabe- und haushaltsrechtlichen Machbarkeit sowie möglicher Strukturen für die Gewinnung von Partnern der Nationalen Strategie SGV.  Unterstützung der Veranstalter bei der Gewinnung von Partnern, bspw. durch die übergeordnete Zusammenarbeit mit Partnern und Beteiligung ausgewählter SGV.
40	Finanzierung	<b>Beratung im Fall von Krisen zu Versicherungen, Sondertöpfen (z.B. Pandemie, Terrorgefahr)</b>	Zentraler Ansprechpartner für Anliegen zu übergeordneten aktuellen Themen mit besonderen Auswirkungen und der Vermittlung von Informationen.
41	Finanzierung	<b>Aufbau und Pflege Förderdatenbank</b>	Erstellung einer Übersicht einschlägiger staatlicher und kommunaler Förderprogramme als ergänzende Finanzierungsquelle (z.B. Wirtschaftsförderung, Tourismusförderung, etc.) sowie Bereitstellung von Informationen und Materialien zur Bewerbung um Mittel.
42	Organisation	<b>Bereitstellung Muster Gesundheits- &amp; Hygiene- und Sicherheitskonzepte, Gefährdungspotenzialanalysen</b>	Erstellung und regelmäßige Aktualisierung von Dokumentvorlagen, inkl. Beschreibungen und Beispielen. Aufbau und Pflege eines Netzwerks mit den zuständigen Stellen.
43	Organisation	<b>Aufbau und Pflege einer Dienstleister-Datenbank</b>	Überblick über relevante Anbieter gängiger SGV-Leistungen.
44	Organisation	<b>Koordination der Beschaffung und des Mehrfacheinsatzes von Material</b>	Einrichtung und Verwaltung eines zentralen Pools mehrfach verwertbarer Eventausstattung, z.B. Sportgeräte, Overlay, Technik, etc.
45	Organisation	<b>Personalplanung, -entwicklung und -qualifizierung (Verbände, OKs, Zuwendungsgeber, etc.)</b>	Beratung beteiligter Akteure (Verbände, OKs, Zuwendungsgeber, etc.) bei der personellen Aufstellung der spezifischen



Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
			SGV und Übernahme von Teilen der Personal-Einarbeitung.
46	Organisation	<b>Beratung in Protokollfragen</b>	Ansprechpartner zu Verfahrensweisen und der organisatorischen Unterstützung beim Empfang ausländischer Gäste und der Einbindung hochrangiger nationaler Vertreter.
47	Organisation	<b>Netzwerkunterstützung bei nationalen / überregionalen Dienstleistungen (Sicherheit, Zoll, Einreise, DB)</b>	Empfehlungen bei Kontaktaufnahme mit oder Vermittlung von Ansprechpartnern. Zudem operative Unterstützung bei der Erfüllung von gesetzlichen Vorgaben und Abläufen, die unabhängig von der Veranstaltungsdurchführung sind.
48	Organisation	<b>Bereitstellung Muster SGV-Dokumentation</b>	Dokumentvorlage für die Abschlussdokumentation von SGV, inkl. Beschreibungen und Beispielen.
49	Organisation	<b>Koordination Wissensmanagement und Transfer von Know-how-zwischen SGV</b>	Sammlung von Informationen unterstützter SGV und Vernetzung der Veranstalter.
50	Organisation	<b>Koordination Observer-Programm für SGV für Events, Test-Events, etc.</b>	Vermittlung zukünftiger SGV-Veranstalter an aktuelle SGV-Ausrichter zum Sammeln praktischer Erfahrung in der Eventdurchführung.
51	Organisation	<b>Zentrales Stellenportal</b>	Management einer (digitalen) Anlaufstelle für Stellenveröffentlichungen aller SGV-Veranstalter.
52	Organisation	<b>Zentraler Volunteer-Pool</b>	Aufbau und Pflege einer Datenbank zur Erfassung und Vermittlung interessierter Volunteers an SGV-Veranstalter.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
53	Organisation	<b>Personalbeistellung</b>	Fachpersonal zur Unterstützung des SGV-Teams.
54	Organisation	<b>Netzwerkunterstützung bei nationalen / überregionalen Rahmenprogrammen</b>	Aufbau und Pflege eines Netzwerks an Kontaktpersonen in den Ländern und SGV-Ausrichterkommunen und Vermittlung an SGV-Veranstalter.
55	Internationales	<b>Einschätzung zur internationalen Konkurrenzfähigkeit</b>	Analyse und Bewertung der Erfolgswahrscheinlichkeit einer SGV-Idee, u.a. mit Blick auf die Situation im internationalen Fachverband, die Ausrichterhistorie und die Durchsetzungsfähigkeit gegenüber Mitbewerbern.
56	Internationales	<b>Netzwerkunterstützung international</b>	Vermittlung von Ansprechpartnern bei international relevanten Stakeholdern.
57	Internationales	<b>Coaching, Qualifizierung, Erfahrungsaustausch</b>	Individuelle Beratung und Vorbereitung auf die internationale Lobbyarbeit in Einklang mit den nationalen Standards.
58	Internationales	<b>Unterstützung Bid Book und internationale PR</b>	Unterstützung bei der Erstellung von Vermarktungsunterlagen für spezifische SGV oder Themen.
59	Internationales	<b>Politische Unterstützung im Ausland</b>	Empfehlungen zu Vorgehensweisen, Vermittlung von Ansprechpartnern, operative Unterstützung bei der Einbindung offizieller Stellen (Botschaften, etc.) und ggf. relevanter Multiplikatoren.
60	Internationales	<b>Regelmäßige Treffen der „International Germans“</b>	Organisation von sportarten-übergreifenden Treffen der international tätigen Akteure („International Germans“) zur Diskussion übergreifender Themen und zum Austausch.

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
61	Kommunikation	<b>Festes SGV-Kuratorium zur gesamtgesellschaftlichen Verankerung</b>	Einrichtung und kontinuierliche Einbindung eines übergeordneten Beratungsgremiums relevanter Multiplikatoren für SGV in Deutschland.
62	Kommunikation	<b>Bereitstellung Muster Unterstützungsschreiben</b>	Zusammenstellung und Bereitstellung von Schreiben übergeordnet relevanter Akteure für vergangene SGV.
63	Kommunikation	<b>Bereitstellung Leitfaden und Beratung Stakeholder-einbindung</b>	Zusammenstellung bewährter und anerkannter Vorgehensweisen zur Beteiligung relevanter Akteure im SGV-Prozess und Unterstützung bei der Entwicklung entsprechender Formate.
64	Kommunikation	<b>Netzwerkunterstützung Nutzung Außenwerbeflächen (öffentlich / privat)</b>	Aufbau und Verwaltung eines Netzwerks an Kontaktpersonen in den SGV-Ausrichterkommunen und Vermittlung an SGV-Veranstalter.
65	Kommunikation	<b>Zentrales Label / Gütesiegel zur Unterstützung der Vermarktung</b>	Ausbau der SGV-Strategie zu einer Marke mit Wiedererkennungswert und Bereitstellung des Labels zur Selbstvermarktung.
66	Kommunikation	<b>Beratung zu Kommunikationsstrategien / -maßnahmen</b>	Beratung der SGV-Veranstalter bei Fragen der Öffentlichkeitsarbeit.
67	Kommunikation	<b>„Talking Points“ zu gesellschafts- und sportpolitischen Themen</b>	Formulierung und Bereitstellung von Argumentationsleitfäden zu relevanten sport- und gesellschaftspolitischen Themen und Diskussionen (z.B. SGV sind nicht nachhaltig, Host City Contracts sind „Verbrecherverträge“, etc.).

Nr.	Themenfeld	Aufgabe/Leistung	Kurzbeschreibung der Aufgabe/Leistung
68	Kommunikation	<b>Gemeinsame Themenschwerpunkte für nationale und internationale Kommunikation</b>	Unterstützung bei Identifikation, Entwicklung, Abstimmung und Bereitstellung SGV-übergreifender Themenschwerpunkte, Botschaften und Slogans für die nationale und internationale Kommunikation, um eine gemeinsame deutsche Agenda hervorzubringen.
69	Evaluierung	<b>Leitfaden Zielsystem</b>	Erläuterung des Zielsystems der Nationalen Strategie und einer KPI/KLI-Liste mit Kriterien, die das Zielsystem operationalisierbar machen.
70	Evaluierung	<b>Bereitstellung Muster Datenerhebung und -auswertung</b>	Überblick möglicher Datenerhebungs- und -auswertungsmethoden. Erstellung von Vorlagen (z.B. Fragebogen) sowie Empfehlungen zur praktischen Umsetzung

## F Glossar

Begriff	Definition bzw. Erläuterung
Arbeitsgruppe 1 (AG 1)	Die Arbeitsgruppe 1 beschäftigte sich bei der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit Zielen, Kriterien und Anforderungen.
Arbeitsgruppe 2 (AG 2)	Die Arbeitsgruppe 2 beschäftigte sich bei der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit den Themen Dialog und Beteiligung.
Arbeitsgruppe 3 (AG 3)	Die Arbeitsgruppe 3 beschäftigte sich bei der der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit Abläufen, Prozessen und Fragen der Finanzierung.
Arbeitsgruppe 4 (AG 4)	Die Arbeitsgruppe 4 beschäftigte sich bei der der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit der internationale Vernetzung.
Arbeitsgruppe 5 (AG 5)	Die Arbeitsgruppe 5 beschäftigte sich bei der der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit dem Thema Evaluierung.
Arbeitsgruppe 6 (AG 6)	Die Arbeitsgruppe 6 beschäftigte sich bei der der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen mit Verantwortlichkeiten und Strukturen.
Arbeitsgruppen (AG)	Sechs Arbeitsgruppen bearbeiteten die Themenfelder, wie sie im Grobkonzept Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen definiert sind. Ihnen gehörten Expert:innen aus Sport, Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft an. Diese erarbeiteten die Resultate in mehreren Runden zwischen April und Dezember 2020.
Autonomie des Sports	Autonomie des Sports bedeutet, dass die Organisationen des Sports ihre Angelegenheiten unabhängig und eigenverantwortlich selbst regeln.

Begriff	Definition bzw. Erläuterung
Bewerbung (Referenzprozess)	Die Bewerbung entspricht Phase 3 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Aus dieser Phase geht ein Bewerbungskonzept hervor, das internationalen Anforderungen entspricht, sowie ein begleitendes Netzwerk nationaler und internationaler Unterstützer. In dieser Phase fällt auch die finale Entscheidung über die Unterstützung der Sportgroßveranstaltung im Rahmen der Nationalen Strategie.
Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)	Das BMI ist eine oberste Bundesbehörde der Bundesrepublik Deutschland. Sie ist auch zuständig für Sportpolitik. Ihre Aufgaben umfassen u.a. Grundsatz- und Rechtsangelegenheiten der nationalen Sportpolitik, internationale und EU-Sportangelegenheiten, die Förderung des Leistungssports einschließlich des Leistungssports von Menschen mit Behinderung, der Kampf gegen Doping sowie die Förderung von Baumaßnahmen für den Spitzensport.
Deutsche Olympische Sportbund (DOSB)	Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) ist die regierungsunabhängige Dachorganisation des deutschen Sports und das Nationale Olympische Komitee der Bundesrepublik Deutschland. Der DOSB steht für Leistung, Gesundheit, Lebensfreude und Wertevermittlung.
Durchführung (Referenzprozess)	Die Durchführung entspricht Phase 6 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Diese Phase umfasst eine entsprechend der Ziele und Planung durchgeführte Veranstaltung, eine entsprechend der Nationalen Strategie dokumentierte und nachbereitete Sportgroßveranstaltung sowie eine rechtlich und finanziell vollständig und korrekt abgewickelte Organisation.
Evaluierung (Referenzprozess)	Die Evaluierung entspricht Phase 7 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie SGV. Hier wird der Beitrag der SGV zur Nationalen Strategie bewertet. Außerdem wird sich und ein Überblick über die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Veranstalters und der Gebietskörperschaft über die Veranstaltung hinaus verschafft.

Begriff	Definition bzw. Erläuterung
Föderale Kompetenzverteilung	Gemäß dem Föderalismus verfügen Bund und Gliedstaaten über eigenständige Kompetenzen. Letztere sind dem Bund gegenüber zur Bündnistreue verpflichtet. Der föderale Aufbau der Bundesrepublik ist in Artikel 20 Absatz 1 des Grundgesetzes festgelegt. Deutschland besteht aus 16 Bundesländern, die über den Bundesrat an der Gesetzgebung des Bundes mitwirken. Der Bund ist u.a. für Außenpolitik, Verteidigung und das Passwesen zuständig, den Ländern obliegt u.a. die Bildungs- und Kulturpolitik.
Förderung	Förderung im Sinne der Nationalen Strategie bezieht sich auf monetäre Leistungen, die öffentliche Finanzmittelgeber den Veranstaltern zur Verfügung stellen.
International Germans	Vertreter:innen des deutschen Sports, die in internationalen Leitungsfunktionen aktiv sind und die sport- und gesellschaftspolitischen Interessen Deutschlands weltweit vertreten.
Grobkonzept Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen	DOSB und BMI haben das Grobkonzept Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen von September bis Dezember 2019 erarbeitet und dabei Expert:innen verschiedener Art eingebunden. Mit dem Grobkonzept wurden Ziele und inhaltliche Schwerpunkte ("Themenfelder") der Nationalen Strategie SGV konkretisiert und relevante Fragen zur Erarbeitung der Strategie ermittelt.
Identifikation & Dialog (Referenzprozess)	Identifikation und Dialog entspricht der Phase 0 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Veranstalter und SGV-Ansprechpartner treten ein erstes Mal in Kontakt. Zu dieser Phase gehört eine informelle Vorbefassung mit der Sportgroßveranstaltung und eine Einschätzung, ob sie im SGV-Referenzprozess in die nächste Phase übergehen soll. Auch ein Vorschlag für den Veranstaltungszeitraum zählt dazu.
Initiierung (Referenzprozess)	Die Initiierung entspricht Phase 4 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltung. Am Ende dieser Phase ist eine Einheit gegründet, verschiedene Formalitäten sind erledigt, wie Geschäftsform, ein detaillierter Finanzplan mit der Festlegung von

Begriff	Definition bzw. Erläuterung
	Förderbedingungen, ein Personalplan mit Organisationsstruktur sowie ein Konzept für Gremien und der Einbindung von Stakeholdern.
Machbarkeitsprüfung (Referenzprozess)	Die Machbarkeitsprüfung entspricht Phase 2 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. In dieser Phase entsteht ein Grobkonzept, welches die technische, finanzielle und rechtliche Durchführbarkeit der Veranstaltung an einem konkreten Standort entsprechend der Planung nachweist. Zudem findet eine Bewertung des Grobkonzepts und ggf. eine Vorabstimmung der Unterstützungsleistungen und -anforderungen zwischen SGV-Ansprechpartner und Anfragendem statt, vorbehaltlich der rechtlichen und konzeptionellen Annahmen sowie der Umsetzung etwaiger Vorschläge zur Weiterentwicklung.
Nachhaltigkeit	Die Nachhaltigkeit ist einer der Themenschwerpunkte der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Sie orientiert sich an der UN Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung und umfasst Themen im Bereich Ökologie, Ökonomie und Soziales. Im Mittelpunkt stehen dabei die Würde des Menschen, der Schutz des Planeten, mehr Wohlstand für alle, Frieden und globale Partnerschaften <sup>18</sup> .
Nationale Strategie SGV Scorecard	Die Nationale Strategie SGV Scorecard ist das Evaluationstool der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Die Scorecard misst die Wirkung aller durchgeführten Sport-Events auf die Zielerreichung und kann als Instrument zur Weiterentwicklung der Nationalen Strategie genutzt werden.
SGV-Ansprechpartner	Zentrale Ansprechpartner für alle an Sportgroßveranstaltungen Beteiligten. Die konkrete Ausgestaltung einschließlich der Aufgabenbeschreibung folgt bei der Umsetzungsplanung.
SGV-Kern	Sportereignisse der Kategorie SGV-Kern bilden das Fundament der Sportgroßveranstaltungen in Deutschland. Dieser Typ umfasst 75 % aller Sportgroßveranstaltungen im Blick der Strategie. Sie profitieren

<sup>18</sup> Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2017, S.7.



Begriff	Definition bzw. Erläuterung
	<p>besonders stark von größerer Transparenz, besserer Koordination, Abstimmung und anderen Synergien. Zusammen geben sie dem Sport neue Impulse, stehen für Vielfalt und sichern die Erreichung der strategischen Ziele in der Breite.</p>
SGV-Major	<p>Sportereignisse der Kategorie SGV-Major sind größer und aufwendiger als die aus der Gruppe SGV-Kern.</p>
SGV-Mega	<p>Sportereignisse der Kategorie SGV-Mega sind die größten Sportgroßveranstaltungen weltweit (z.B. Olympische und Paralympische Spiele und FIFA Fußball-Weltmeisterschaften).</p>
SGV-Mindeststandards	<p>Bei den SGV-Mindeststandards handelt es um die grundlegenden Spielregeln jeder Sportgroßveranstaltung im Rahmen der Nationalen Strategie. Sie gelten zusätzlich zu bestehenden gesetzlichen und untergesetzlichen Standards. Ihre Einhaltung ist die Grundvoraussetzung für eine Unterstützung. Daraus können sich Anforderungen z.B. in den Bereichen Umweltschutz, Integrität, Gesundheitsschutz oder Sicherheit ergeben. Die Mindeststandards sollen auch Transparenz gewährleisten. Sie senden national und international die Botschaft aus "Wir wollen Sportgroßveranstaltungen in Deutschland ausrichten – aber nicht um jeden Preis".</p>
SGV-Referenzprozess	<p>Der SGV-Referenzprozess definiert die einzelnen Phasen, die eine Sportgroßveranstaltung im Rahmen der Nationalen Strategie durchlaufen muss. Der Prozess ist in acht Phasen, von Identifikation &amp; Dialog bis Evaluation, aufgeteilt. Die jeweilige Ausgestaltung kann unterschiedlich aussehen und orientiert sich an diversen Parametern, wie bspw. der Sportart, Disziplin, am Veranstaltungsort, dem Veranstaltungszeitpunkt oder der Anzahl der Zuwendungsgeber und deren Beteiligungsumfang.</p>
Sportveranstaltung	<p>Eine Sportveranstaltung im Sinne der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltung muss folgende Anforderungen kumulativ erfüllen: Es (i) geht um eine vom DOSB anerkannte Sportart, (ii) steht</p>

Begriff	Definition bzw. Erläuterung
	sportlicher Wettkampf im Fokus, (iii) handelt sich um eine Veranstaltung mit internationaler Strahlkraft und (iv) ist ein zeitlich begrenztes Ereignis.
Sportgroßveranstaltungen (SGV)	Eine Sportgroßveranstaltung im Sinne der Nationalen Strategie muss alle Bedingungen an eine Sportveranstaltung erfüllen. Zusätzlich wird eine Prüfung anhand von neun Merkmalen vorgenommen, welche die Struktur der Veranstaltung und des Teilnehmerfelds, die Internationalität, das Besucherinteresse und die Resonanz in traditionellen und neuen Medien berücksichtigen. Einige Merkmale werden stärker gewichtet.
Stakeholder	Bei Stakeholdern handelt es sich um Anspruchsgruppen, die direkt und indirekt mit der Sportgroßveranstaltung verknüpft sind. Das können u.a. Athlet:innen, Verbände, Staat, Politik, Nachwuchs, Trainer:innen, Sponsoren, Dienstleister, Anwohner oder die Öffentlichkeit sein.
Strategische Prüfung (Referenzprozess)	Die Strategische Prüfung entspricht Phase 1 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Daraus resultiert eine anhand der Ziele der Strategie geprüfte Anfrage, eine Zuordnung der Veranstaltung zu einem SGV-Typen, eine Bewertung der grundsätzlichen Unterstützungswürdigkeit sowie eine Einschätzung der leistbaren Unterstützung.
Typisierung	Die Typisierung definiert Sportgroßveranstaltungen in einem ersten Schritt anhand von eindeutigen Merkmalen, um sie von anderen Sportveranstaltungen abzugrenzen. Dabei werden die Heterogenität von Sportgroßveranstaltungen und sich verändernde Rahmenbedingungen berücksichtigt. In einem zweiten Schritt ermöglicht die Typisierung die Zuordnung in eine der Gruppen SGV-Kern, SGV-Major und SGV-Mega.
Unterstützungsleistungen	Unterstützungsleistungen spiegeln den vielfältigen Bedarf wider, der seitens der Veranstalter, Verbände sowie staatlichen Stellen sowohl SGV-übergreifend als auch SGV-spezifisch bestehen. Die Leistungen sollen bei der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen helfen. Sie umfassen die Bereiche Koordination, Beratung, Daten und Tools und sind nicht-monetärer Natur.

**Begriff****Definition bzw. Erläuterung**

Vorbereitung  
(Referenzprozess)

Die Vorbereitung entspricht Phase 5 im SGV-Referenzprozess der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen. Am Ende dieser Phase steht der Abschluss der Veranstaltungsvorbereitung gemäß Zeit- und Finanzierungsplan und im Einklang mit der Nationalen Strategie.

# G Übersicht Mitglieder der Arbeitsgruppen

## AG 1: Ziele von Sportgroßveranstaltungen, Kriterien und Anforderungen

Name	Organisation / Funktion
Tobias Wiemann	Ständiger Vertreter der Abteilungsleiterin Sport, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Kaweh Niroomand	Vizepräsident Wirtschaft und Finanzen, Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
Prof. Dr. Ralf Roth	Deutsche Sporthochschule Köln; Vorsitzender des Beirats „Umwelt und Sport“ beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
Bernhard Schwank	Leiter der Abteilung Sport, Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen
Ingo Weiss	Präsident des Deutschen Basketball Bundes e.V.; Schatzmeister des Internationalen Basketballverbandes (FIBA)
Dr. Franz Steinle	Präsident des Deutschen Skiverbandes e.V.
Hubert Schwarz	Geschäftsführer des Deutschen Skiverbandes e.V.
Holger Lösch	Stellvertretender Hauptgeschäftsführer, Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Jan Holze	Vorsitzender der Deutschen Sportjugend, Deutscher Olympischer Sportbund e.V. (bis Oktober 2020)
Johannes Herber	Geschäftsführer des Vereins Athleten Deutschland e.V.
Prof. Dr. Günther Bachmann	Generalsekretär des Rats für Nachhaltige Entwicklung (bis Februar 2020)
Gabriele Freytag	Leiterin der Abteilung Sport, Senatsverwaltung für Inneres und Sport Berlin
Klaus Hebborn	Leiter des Dezernats Bildung, Kultur, Sport und Gleichstellung beim Deutschen Städtetag
Dr. Alex Mommert	Referent Sportpolitik beim Deutschen Städtetag

---

Prof. Dr. Wolfgang Maennig    Professor für Wirtschaftspolitik an der Universität Hamburg

---

### AG 2: Dialog und Beteiligung:

Name	Organisation / Funktion
Dr. Johannes Dimroth	Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Leiter der Abteilung Politische Information
Martha Sophie Chychla	Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
Thomas Urban	Generalsekretär Deutscher Behindertensportverband (bis August 2020)
Jonathan Koch	Präsidiumsmitglied, Athleten Deutschland e.V.
Sylvia Schenk	Leiterin der Arbeitsgruppe Sport, Transparency International Deutschland e.V.
Prof. Dr. Frank Brettschneider	Uni Hohenheim, Wissenschaftlicher Beirat im Institut für Organisationskommunikation (IFOK)
Dr. Sigrid Meierhofer	Bürgermeisterin a.D. Garmisch-Partenkirchen
Thomas Gutekunst	Vorstandsmitglied Deutsche Sporthilfe
Dr. Stefan Walzel	Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement
Christina Gassner	Geschäftsführerin Deutsche Sportjugend

### AG 3: Abläufe, Prozesse und Finanzierung

Name	Organisation / Funktion
Jens-Uwe Munker	Leiter der Abteilung Sport, Hessisches Ministerium des Innern und für Sport
Mark Schober	Vorstandsvorsitzender, Deutscher Handballbund e.V.

Carsten Kranz	Geschäftsführer 36. Deutscher Ev. Kirchentag Berlin 2017 Geschäftsführer Special Olympics World Games
Markus Stenger	Geschäftsführer der DFB EURO GmbH
Franz Reindl	Präsident des Deutschen Eishockey-Bundes e.V.
Michaela Röhrbein	Generalsekretärin des Deutschen Turner-Bundes e.V.
Paul Wedeleit	Gruppenleiter Sportstandortmarketing / Veranstaltungsförderung Senatsverwaltung für Inneres und Sport, Berlin
Henning Schreiber	Vorsitzender der Ad-hoc-AG Sportgroßveranstaltungen der Sportreferentenkonferenz; Stv. Leiter der Abteilung Sport, Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen
Horst Meyer	Stellvertretender Leiter des Sportamtes, Stadt Köln (bis 2019)
Gregor Lentze	Geschäftsführer, Lentze Stopper Rechtsanwälte PartGmbH
Thomas Arnold	Vorstand Finanzen, Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
Patrick Zielezny	Bundesverwaltungsamt

#### AG 4: Internationale Vernetzung

Name	Organisation / Funktion
Jörg Brokamp	Geschäftsführer des Deutschen Schützenbundes e.V.; Vize-Präsident des Internationalen Bogensportverbands (WA) und Vorstandsmitglied des Internationalen Sportschützenverbands (ISSF)
Dr. Verena Burk	Vorstandsmitglied des Internationalen Hochschulsportverbands (FISU); Institut für Sportwissenschaft, Uni Tübingen
Folker Hellmund	Leiter Büro Brüssel des Europäischen Olympischen Komitees (EOC EU Office)
Thomas Konietzko	Präsident des Deutschen Kanu-Verbands e.V.; Vize-Präsident des Internationalen Kanuverbands

Stefan Kürten	Direktor Sport Europäische Rundfunkunion (EBU) (bis Juni 2020)
Dr. Karl Quade	Referatsleiter SP2 „Internationale Sportangelegenheiten“, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Dr. Gerhard Zimmermann	Präsident Deutscher Minigolfsport Verband e.V.; Präsident Minigolfsportweltverband,
Marc Zwiebler	Athletensprecher Badminton World Federation (BWF); Präsidiumsmitglied Athleten Deutschland e.V.
Thomas Weikert	Präsident des Internationalen Tischtennisverbands (ITTF)
Dr. Klaus Schormann	Präsident des Internationalen Verbands für Modernen Fünfkampf (UIPM)
Josef Fendt	Präsident des Rennrodel-Weltverbandes (FIL) (bis November 2020)
Prof. Dr. Gudrun Doll-Teppe	Vizepräsidentin Bildung und Olympische Erziehung, Deutscher Olympischer Sportbund e.V.

## AG 5: Evaluierung

Name	Organisation / Funktion
Prof. Dr. Holger Preuss	Universität Mainz
Andreas Pohlmann	Bundesinstitut für Sportwissenschaft
Prof. Dr. Markus Kurscheidt	Universität Bayreuth
Prof. Dr. Jürg Stettler	Hochschule Luzern
Prof. Dr. Sebastian Kaiser-Jovy	Hochschule Heilbronn
Prof. Dr. Martin Schnitzer	Universität Innsbruck
Ralf Iwan	Deutscher Rugby Bund (DRB)
Prof. Dr. Chris Horbel	University of Southern Denmark / Norwegian School of Sport Sciences

## AG 6: Verantwortlichkeiten und Strukturen

Name	Organisation / Funktion
Beate Lohmann	Leiterin der Abteilung Sport, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Veronika Rücker	Vorstandsvorsitzende Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
Kaweh Niroomand	Vizepräsident Wirtschaft und Finanzen, Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
Tobias Wiemann	Ständiger Vertreter der Abteilungsleiterin Sport, Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Alfons Hörmann	Präsident Deutscher Olympischer Sportbund e.V.
Jörg Brokamp	Geschäftsführer Deutscher Schützenbund e.V.
Ingo Weiss	Präsident Deutscher Basketball Bund e.V.
Uwe Lübking	Beigeordneter, Deutscher Städte- und Gemeindebund
Dr. Alex Mommert	Referent Sportpolitik beim Deutschen Städtetag
Gabriele Freytag	Leiterin der Abteilung Sport, Senatsverwaltung für Inneres und Sport Berlin
Bernhard Schwank	Leiter der Abteilung Sport, Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen
Jens-Uwe Münker	Leiter der Abteilung Sport, Hessisches Ministerium des Innern und für Sport
Wolfgang Zacher	Leiter der Abteilung Sport, Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration



# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: SGV-Typen .....	13
Abb. 2: Das Zielsystem der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen .....	17
Abb. 3: „Dreiklang der Evaluierung“ – Die drei Anwendungsbereiche innerhalb der Nationalen Strategie .....	24
Abb. 4: Die Nationale Strategie SGV Scorecard als Überblick der Zielerreichung der gesamten Nationalen Strategie .....	25
Abb. 5: Funktionsweise SGV-Mindeststandards .....	27
Abb. 6: Dimensionen der Beteiligung .....	29
Abb. 7: Grundsätze einer erfolgreichen Beteiligung .....	30
Abb. 8: Übersicht vorläufige Ergebnisse Internationale Vernetzung .....	33
Abb. 9: Konsistente Themenschwerpunkte für verschiedene Zielgruppen und Bereiche .....	35
Abb. 10: Überblick Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen .....	38
Abb. 11: Unterstützungsleistungen und Empfängergruppen .....	45
Abb. 12: Prozess zur Abgrenzung einer Sportveranstaltung von einer großen Sportveranstaltung .....	67

# Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
AG	Aktiengesellschaft
Art.	Artikel
BMI	Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
BWF	Badminton World Federation
CDU	Christlich Demokratische Union Deutschlands
CSU	Christlich-Soziale Union in Bayern
DB	Deutsche Bahn
DBS	Deutscher Behindertensportverband
DE	Deutschland
DFB	Deutscher Fußball Bund
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
DRB	Deutscher Rugby Bund
e.V.	eingetragener Verein
EBU	Europäische Rundfunkunion
EOC	Europäisches Olympisches Komitee
FIFA	Fédération Internationale de Football Association

Abkürzung	Bedeutung
FIS	Fédération Internationale de Ski
FISU	Fédération Internationale du Sport Universitaire
GG	Grundgesetz
IAAF	International Association of Athletics Federation
IFOK	Institut für Organisationskommunikation
IHF	Internationale Handball Föderation
ILO	International Labor Organization
ISBF	International Bobsleigh & Skeleton Federation
Kap.	Kapitel
KPI	Key Performance Indicator
LOC	Local Organizing Committee
NBA	National Basketball Association
NRO	Nichtregierungsorganisation
NRW	Nordrhein-Westfalen
PR	Public Relations
SGV	Sportgroßveranstaltung
SP	Sport
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
UEFA	Union of European Football Associations
UN	United Nations

Abkürzung	Bedeutung
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNO	United Nations Organization

# Quellenverzeichnis

- Bluewin. (2018). So wappnet sich Tokyo technologisch für die Olympiade 2020. Von <https://www.bluewin.ch/de/digital/mit-diesen-technologien-will-tokio-bei-olympia-punkten-152091.html> abgerufen
- Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat . (2020). Grobkonzept für eine Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. (2017). Der Zukunftsvertrag für die Welt - Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung.
- CDU/CSU/SPD. (19. Legislaturperiode). Ein neuer Aufbruch für Europa, eine neue Dynamik für Deutschland, ein neuer Zusammenhalt für unser Land: Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. Berlin.
- Deutsche Sporthilfe. (2017). Spitzensportler sind Vorbilder für 85 Prozent der Deutschen. Von <https://www.sporthilfe.de/ueber-uns/medien/pressemitteilungen/spitzensportler-sind-vorbilder-fuer-85-prozent-der-deutschen> abgerufen
- Deutscher Olympischer Sport Bund. (2018). Strategie DOSB 2028.
- Deutscher Olympischer Sport Bund. (kein Datum). Internetportal Green Champions 2.0 für nachhaltige Sportveranstaltungen. Von <https://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=0> abgerufen
- DOSB. (2012). Biathlon-WM 2012: Tu Gutes und sprich darüber! Von [https://www.green-champions.de/index.php?id=4&L=84&tx\\_events\\_bestpractice%5BbestPractice%5D=2&tx\\_events\\_bestpractice%5Baction%5D=show&tx\\_events\\_bestpractice%5Bcontroller%5D=BestPractice&cHash=10be27f8df57cc8d49bde4213e5988a5](https://www.green-champions.de/index.php?id=4&L=84&tx_events_bestpractice%5BbestPractice%5D=2&tx_events_bestpractice%5Baction%5D=show&tx_events_bestpractice%5Bcontroller%5D=BestPractice&cHash=10be27f8df57cc8d49bde4213e5988a5) abgerufen
- FIS Nordic Ski World Championships Obersdorf Allgäu 2021. (2020). Nachhaltigkeit. Von <https://www.oberstdorf2021.com/weltmeisterschaft/nachhaltigkeit.html> abgerufen
- IBSF. (15. September 2020). BMW IBSF Bob- und Skeleton Weltmeisterschaften 2021 - Verlegung von Lake Placid nach Altenberg, Deutschland um die Gesundheit und Sicherheit von Wetsportlern zu gewährleisten. Von <https://www.ibsf.org/de/news/21794-bmw-ibsf-bobsled-skeleton-world-championships-2021-de> abgerufen

Internationales Olympisches Komitee. (4. März 2020). Olympic Games to Become "Climate Positive" from 2030. Von Website des IOC: <https://www.olympic.org/news/olympic-games-to-become-climate-positive-from-2030> abgerufen

National Basketball Association. (2020). NBA Virtual Fans. Von <https://www.nba.com/heat/virtual-fans-microsoft-teams-instructions> abgerufen

Pohlmann, A., & Streppelhoff, R. (2020). Sportgroßveranstaltungen - Band 2: Nachhaltige Bewegung. Bundesinstitut für Sportwissenschaft.

Regionalverband Ruhr. (2020). Ruhr Games 21. Von <https://www.ruhrgames.de/> abgerufen

Robert Koch-Institut / Statistisches Bundesamt. (2017). Journal of Health Monitoring, Ausgabe 2, S. 21ff., Juni 2017. Von [https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloadsJ/JoHM\\_2017\\_02\\_Gesundheitsverhalten.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloadsJ/JoHM_2017_02_Gesundheitsverhalten.pdf?__blob=publicationFile)

Special Olympics Deutschland. (2020). Host Town Programm. Von <https://projekte.specialolympics.de/berlin2023/konzept/rahmenprogramm/host-town-programm/> abgerufen

Westdeutsche Zeitung. (3. August 2016). Heimvorteil bei Olympia? Die Statistik spricht dafür. Von Westdeutsche Zeitung: [https://www.wz.de/specials/sport/olympia/heimvorteil-bei-olympia-die-statistik-spricht-dafuer\\_aid-28113527](https://www.wz.de/specials/sport/olympia/heimvorteil-bei-olympia-die-statistik-spricht-dafuer_aid-28113527) abgerufen

## Management Summary

# Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen

Gemeinsam. Mehr. Wirkung.

### Sportgroßveranstaltungen im Fokus

Sportveranstaltungen sind ein wichtiger Teil des sportlichen und gesellschaftlichen Lebens in Deutschland. Mit der vorliegenden Strategie möchten wir Sportgroßveranstaltungen samt ihren langfristigen und positiven Wirkungen stärker in den Fokus rücken. Die gemeinsame Strategie des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) und des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) ist das sportpolitische Signal, den Sport und seine Großveranstaltungen künftig noch fester in allen gesellschaftlichen Bereichen zu verankern. Zentrale Ziele der Strategie sind zum einen, die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands auf diesem Gebiet international zu sichern und zu stärken und zum anderen große Sportereignisse dazu nutzen, unsere Gesellschaft positiv weiter zu entwickeln. Es geht um eine langfristige Perspektive, die über die gegenwärtigen Beeinträchtigungen durch die Pandemie weit hinausreicht.

### Ausgangssituation

Um die steigenden Herausforderungen auch künftig zu meistern, soll der „(...) Aufbau und die Umsetzung einer langfristig angelegten Strategie für Sportgroßveranstaltungen, insbesondere Olympische und Paralympische Spiele sowie Universiaden“ erfolgen. So steht es im Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD der 19. Legislaturperiode. Auch das Arbeitsprogramm des DOSB

sieht, abgeleitet von der „DOSB Strategie 2028“, für die Zeit bis 2022 das Erstellen einer solchen Strategie vor.

Damit knüpfen wir an die Ergebnisse der „Berliner Erklärung“ der Weltsportministerkonferenz aus dem Jahr 2013 zu Standards bei Bewerbungen um Sportveranstaltungen an, welche die Bundesregierung initiiert hat. Gleichzeitig orientieren wir uns an der IOC-Agenda 2020, die in diesem Jahr als Agenda 2020+5 mit wegweisenden Impulsen fortgeschrieben wird. Deutschland vollzieht damit einen Prozess, den andere erfolgreiche Sportnationen wie beispielsweise Kanada und das Vereinigte Königreich bereits durchlaufen haben.

### **Kernanliegen der Strategie**

Die Nationale Strategie Sportgroßveranstaltungen ist das Resultat eines Arbeitsprozesses, an dem viele Akteure aus Politik, Verwaltung, Sport, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Forschung mit großem Engagement beteiligt waren. Unterschiedliche Formate boten Raum für Austausch und Diskussionen. Dieses Vorgehen steht für ein vertrauensvolles Miteinander, das wir unter Wahrung der Autonomie des Sports und der Verantwortung der öffentlichen Hand erhalten sowie festigen wollen und als einen Grundstein der Strategie verstehen. Im Ergebnis dieses intensiven Arbeitsprozesses ist es gelungen, große Übereinstimmung zu den folgenden Kernanliegen dieser Strategie zu erzielen.

- **Sportgroßveranstaltungen dienen dem Sport.** Sie fördern den Breiten- und Spitzensport sowie die Nachwuchs- und Athlet:innenentwicklung. Gleichzeitig stärken sie die Rolle und Vielfalt der nationalen Sportverbände.
- **Sportgroßveranstaltungen stehen für Werte.** Sie machen Toleranz, Fairness, Integration und Leistungsbereitschaft sichtbar und erzielen somit Wirkungen über den Sport hinaus.
- **Sportgroßveranstaltungen unterstützen gesamtgesellschaftliche Ziele.** Große Sportereignisse sind attraktiv; deshalb haben sie das Potenzial, Mittler und Förderer gesamtgesellschaftlicher Ziele zu sein. Dazu gehören die Stärkung des gesellschaftlichen



Zusammenhalts, der Respekt vor der Umwelt, der Einsatz für Nachhaltigkeit sowie die Anwendung von Zukunftstechnologien.

- **Sportgroßveranstaltungen sind eine exzellente Visitenkarte unseres Landes.** Ihnen gelingt es auf einzigartige Weise, der Welt ein positives Bild von Deutschland zu vermitteln und gleichzeitig den Austausch unter Sportler:innen, Fans, Besucher:innen und der Bevölkerung zu beflügeln.

### **Wesensgehalt der Strategie – Gemeinsam. Mehr. Wirkung.**

Gemeinsame Ziele sind die Voraussetzung für eine konstruktive Zusammenarbeit und wesentliche Elemente dieser Strategie. Um das in einer übergeordneten – nationalen – Weise zu erreichen, ist ein stringentes und koordiniertes Vorgehen einer Vielzahl von Akteuren auf unterschiedlichen Ebenen erforderlich, die jeweils ihren Beitrag für das Gelingen von Sportgroßveranstaltungen leisten müssen. So schaffen wir Planungssicherheit und Transparenz und durch eine erfolgreiche Umsetzung auch Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Zu den Leitlinien der Nationalen Strategie Sportgroßveranstaltungen gehören:

- **Zielsystem.** Es dient als Kompass für künftiges Handeln und bietet allen Akteuren Orientierung: Das Erreichen der Ziele schafft die Grundlage für eine transparente staatliche Förderung von Sportgroßveranstaltungen.
- **Mindeststandards.** Sie stellen sicher, dass Anforderungen etwa aus den Bereichen Umwelt, Integrität, Sicherheit oder Grund- und Menschenrechten bei Planung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen berücksichtigt werden.
- **Modell für Dialog und Beteiligung.** Damit stehen Verfahren für die Mitwirkung und Einbeziehung von Bürger:innen zur Verfügung, um gesellschaftlich tragfähige Lösungen über den gesamten Lebenszyklus von Sportgroßveranstaltungen zu erarbeiten.
- **Internationale Vernetzung.** Die internationale Präsenz wird verstärkt, um in internationalen Sportorganisationen und -gremien besser für die Anliegen Deutschlands werben zu können.

- **Nationale Strategie SGV Scorecard.** Durch ein einheitliches Evaluierungskonzept von Sportgroßveranstaltungen wird der mögliche Förderungsrahmen aus öffentlichen Mitteln transparent gemacht. Darüber hinaus lässt sich anhand der Scorecard stets ablesen, ob und in welchem Maß die Ziele bereits erreicht wurden und wo ggf. noch Bedarf zur Nachsteuerung besteht. Dabei kann jede Sportgroßveranstaltung auf unterschiedliche Weise zur Zielerreichung beitragen.

## **Werkzeugkasten**

Klare Abläufe vereinfachen die Zusammenarbeit und schaffen größere Planungssicherheit. Die Strategie unterstützt beides durch einen Referenzprozess für Sportgroßveranstaltungen. Dieser bildet die Grundlage dafür, dass Aufgaben gebündelt und weiter professionalisiert werden können. Er kombiniert bestehende Abläufe mit Aktivitäten zur Umsetzung der Nationalen Strategie und kann von allen Veranstaltern als Vorlage genutzt werden.

Wir haben 70 mögliche Leistungen und Maßnahmen identifiziert, die Veranstalter und Sportverbände aber auch die Zuwendungsgeber derzeit jeder für sich erbringen und künftig als „Eine-für-viele-Leistungen“ angeboten werden können. Das entlastet alle Akteure, ermöglicht eine Konzentration auf das Wesentliche und trägt zur Professionalisierung bei.

## **Nächste Schritte**

Wegen des intensiver werdenden internationalen Wettbewerbs und unseres strategischen Zielsystems müssen entsprechende Rahmenbedingungen folgen. Für die Umsetzung und Anwendung der Strategie bedarf es politischer Entscheidungen beim Bund, beim DOSB sowie auf Landes- und Kommunalebene. Dies schließt eine detaillierte Planung, institutionelle Ausgestaltung, bedarfsgerechte, den ambitionierten Zielsetzungen Rechnung tragende Finanzierung und die Festlegung von Verantwortlichkeiten und Rechenschaftspflichten ein. Die vorliegende Strategie schafft die Voraussetzungen dafür, um mit der Umsetzungsplanung zu beginnen und erste Maßnahmen umzusetzen.