

Hockey Kompetenz Center

Die Zusammenkunft der Vorsitzenden der 15 Landesverbände (Bundesausschuss) nutzte DHB-Präsident Dr. Christoph Wüterich vergangenen Freitag zur Präsentation einer Ausarbeitung unter dem Titel „Zukunftskonzept Hockey in Deutschland 2008“.

Die DHZ veröffentlicht nachstehend mit nur minimalen Kürzungen das Redemanuskript Wüterichs und bringt dazu auch die wichtigsten Schaubilder (Charts), die während der gut einstündigen Rede in Mülheim/Ruhr mittels Powerpoint-Präsentation eingespielt wurden.

I. Einführung

Trotz der sportlichen und kommunikativen Erfolge der letzten Jahre können wir mit der Entwicklung unseres Sports nur eingeschränkt zufrieden sein. Wir sind Welt- und Europameister geworden, große sportliche Erfolge. Wir hatten die Champions Trophy, wir hatten die Hallen-WM, beides große öffentliche Erfolge für unseren Sport. Diese Ereignisse haben uns geholfen, den DHB, der ja – einige erinnern sich noch – nicht in bester Gesundheit war, wieder auf solide finanzielle Füße zu stellen.

Aber wir haben immer gesagt, dass unser eigentliches Ziel Wachstum ist. Das ist natürlich zumal unter den gegenwärtigen Bedingungen ein ehrgeiziges Ziel. Wir alle kennen unsere Probleme: Die Kinder werden weniger. Die Erwachsenen laufen zum Golf oder ins Sportstudio.

Dennoch können wir eines festhalten: Es gelingt uns nicht, die jahrzehntelangen sportlichen Erfolge und die zweifellos in den vergangenen fünf Jahren verbesserte Öffentlichkeitsarbeit in Mitglieder umzusetzen.

Der DHB hat Erfolge, aber die Vereine sehen von den auf internationaler Ebene erzielten sportlichen und kommunikativen Erfolgen nichts. Uli Meyer hat in einem „Anspiel“ der DHZ formuliert, dass sie „abgehängt“ werden. Und das ist unser Problem, ist das Problem des DHB und seiner Landesverbände

Gemeinsam mit unserem neuen Sponsor, der BDO Deutsche Warentreuhand – eine Wirtschaftsprüfung- und Unternehmensberatungsgesellschaft –, haben wir uns Gedanken gemacht, was der DHB und was die Landesverbände

zu einer Verbesserung der Situation beitragen können.

II. Mitgliederanalyse

Gegenwärtig gibt es in Deutschland 378 Hockey-Vereine unterschiedlichsten Zuschnitts mit insgesamt etwa 60.000 gemeldeten Mitgliedern. Von diesen 378 Vereinen können vielleicht 200, vielleicht 250 als leistungsfähige Vereine bezeichnet werden, die sich etwa laufend der Jugendarbeit annehmen.

Die regionale Verteilung unserer Mitglieder ergibt sich aus den Gebieten IG Nord (89 Vereine/14.856 Mitglieder), Westdeutscher HV (87/15.529), Süd-

deutscher HV (128/21.805) und Ostdeutscher HV (71/9.378).

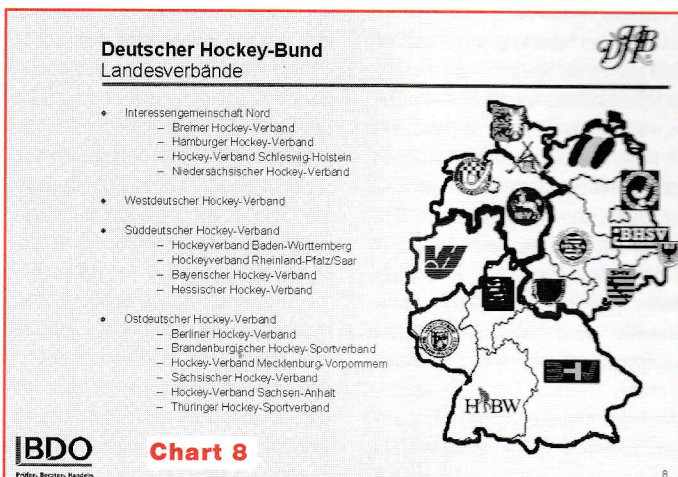
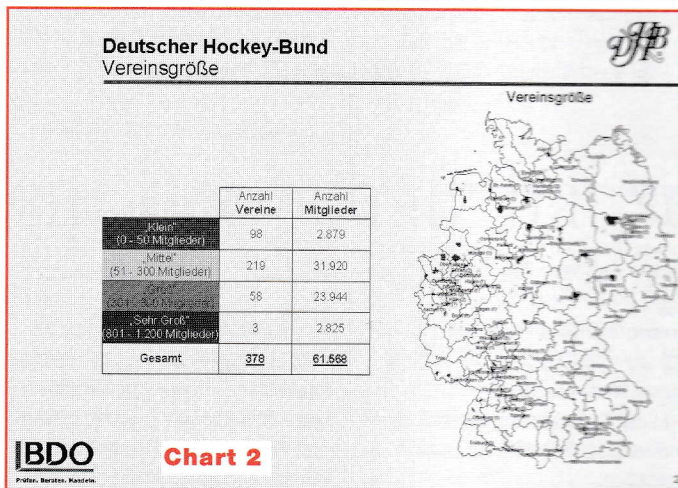
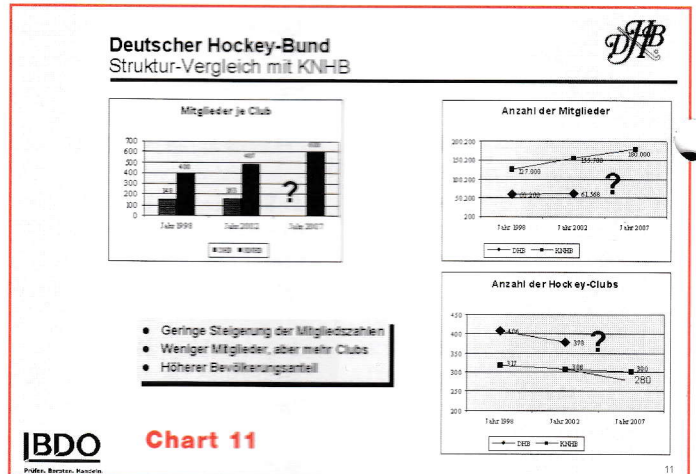
Wir haben klare Schwerpunkte in einigen Ballungszentren (Hamburg, Westdeutschland, Berlin, Rhein-Main) und viele weiße Flecken, insbesondere in den neuen Bundesländern, aber auch im Süden der Republik.

In der Altersstruktur haben wir ein Verhältnis von Erwachsenen und Jugendlichen von etwa 50/50.

Den 378 Vereinen stehen 15 Landesverbände und 3 Regionalverbände gegenüber. Bereits dieses Verhältnis ist auf den ersten Blick fragwürdig.

Einzelne Landesverbände (Sachsen-Anhalt; Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern) verfügen nur über sehr wenige Vereine.

Andere „starke“ Verbände (Hamburg, Berlin, Westdeutschland) verfügen über hauptamtliche Mitarbeiter, die



in ihren Verbänden häufig auch für bessere Wachstumszahlen sorgen.

An der Gesamtbevölkerung haben alle registrierten Hockeyspieler einen Anteil von 0,075 Prozent. In unseren Zentren sind die Zahlen natürlich anders. Hamburg kommt auf einen Bevölkerungsanteil von 0,485%, Bremen immerhin auch noch auf 0,196%.

Zum Vergleich mit anderen Sportarten: Fußball hat 7,60 %, Tennis (noch) 2,33% Golf 0,48%.

Schauen wir über die Grenze nach Holland, dann sehen wir die Unterschiede:

Der Königlich-Niederländische Hockey-Bund (KNHB) kommt auf einen Bevölkerungsanteil von 0,973%. Die Mitgliederzahlen wurden ab 1998 (da fand die WM in Utrecht statt) bis 2002 um etwa 30.000 – das sind 25% – gesteigert. Gleichzeitig ging die Zahl der Hockeyvereine zurück. Die erwarteten Steigerungsquoten in den kommenden Jahren belaufen sich nach einer Aussage des niederländischen Generalsekretärs Johan Wakkie mir gegenüber auf 8.000 Hockeyspieler pro Jahr in den kommenden fünf Jahren.

Was haben die Holländer gemacht? Sie haben sich seit Mitte der 90er Jahre konsequent strategisch auf Wachstum ausgerichtet. Sie haben internationale Großveranstaltungen mit dem Kul-

minationspunkt der Weltmeisterschaft im eigenen Land 1998 als Katalysator für die Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit benutzt und haben es dann geschafft, die sich daraus ergebenden Potenziale in Wachstum umzusetzen.

Richtig ist - das will ich an dieser Stelle gleich sagen - dass die Situation in den Niederlanden und der Bundesrepublik nicht vergleichbar ist. Es sagt aber auch niemand, dass wir flächen- deckend dasselbe erreichen könnten wie die Niederländer. Aber man kann auf der anderen Seite auch nicht bestreiten, dass es viele Regionen gibt, in denen wir eine entsprechende soziogeographische Situation haben. Und deshalb lohnt es sich auch, nach Holland zu schauen und festzustellen, warum sich die Arbeit dort in Wachstum umsetzen lässt und bei uns nicht bzw. ob wir nicht doch einzelne Instrumente nutzen.

Dabei sei eines festgehalten: Aufgrund der Größe unseres Landes haben wir es als kleine Sportart sehr viel schwerer als unsere Kollegen in den Niederlanden. Das darf aber nicht zur Resignation führen. Wir müssen uns vielmehr darüber klar sein, dass wir besser sein müssen als die Holländer, wenn wir auch nur annähernd vergleichbare Zahlen erreichen wollen.

III. Was tun?

1. Wollen wir überhaupt wachsen?

Die erste Frage ist natürlich, ob wir überhaupt wachsen wollen. Darüber kann man sich natürlich streiten. Ich sage Ihnen, dass wir - wenn wir nicht wachsen - einen langsamen Tod sterben werden. Denn jede neue Mode, der Trendsport wird uns, wenn wir am Markt nicht erfolgreich sind, Antei-le kosten, wird zu Verlusten führen. Gerade die Erkenntnis, dass in unserer Gesellschaft immer mehr Sportangebo-te entstehen, dass die Tendenz zur Öko-nomisierung aller Bereiche zweifelsfrei auch den Sport mit voller Wucht ergrif-fen hat, zwingt uns immer mehr Akti-ve, vor allem Kinder zu gewinnen und diese bei unseren Vereinen zu halten.

2. Woran liegt es, dass wir nicht wachsen?

Auch wenn wir uns daran immer wieder gewöhnen müssen: Wir müs-sen realisieren, dass wir es bei „Hockey“ mit einem Produkt zu tun haben. Und das wissen Sie alle: Ein Pro- dukt verkauft sich nur dann von selbst, wenn es keine Konkurrenz auf dem Markt hat. Davon kann man aber bei Hockey sicherlich nicht sprechen. Es gibt Konkurrenz, und die Konkurrenz ist stark.

Auch ansonsten sind die Rahmenbe-

dingungen nicht gerade günstig, wie die Inhalte von Chart 13 „Die Aus-gangssituation“ zeigen.

BDO hat das auf dem Chart wie folgt formuliert: Diese Ausgangssituation verlange nach Professionalisierung durch Strukturwandel und „Die Vision“ (Chart 14) - Eine systematische Markt-bearbeitung verbunden mit der geziel-ten Erfüllung von Kundenwünschen.

In meiner Sprache heißt das: Ich brauche einen wirksamen, leistungsfä-higen Vertrieb, der den Markt für Ho-ckey in der Bundesrepublik systema-tisch bearbeitet.

Was damit gemeint ist, will ich Ihnen an einem Beispiel deutlich machen: Eines unserer größten Defizite ist es, dass wir in den Schulen nicht ausreichend präsent sind. Sicherlich, einzelne Vereine haben Kooperationen, die erfolgreich sind, einzelne Landes-verbände haben schöne Teilnehmer-zahlen bei „Jugend trainiert für Olym-pia“, wir haben gemeinsam mit dem WHV und dem Sächsischen Hockeyver-band gute Aktionen bei der CT und der

die Vereine eine wirksame Unterstüt-zung zu geben. Aber kommt diese Hilfe auch tatsächlich an? Merken die Verei-ne, dass wir da sind, oder um es schär-fer zu formulieren: Glauben Sie, dass die Vereine mit unserer Arbeit zufrieden sind? Ich meine: Nein! Und ich meine, sie haben recht.

Denn bei allem Respekt vor Ihrer und unserer ehrenamtlichen Arbeit: Ein wirksamer Vertrieb braucht profession-elle Strukturen. Und für die Hockey-Verbände heißt das, dass im Bereich Breitensport - also insbesondere in den Bereichen Schule und Vereinshilfe - leistungsfähige professionelle Struktu-ren entstehen.

Uschi Schmitz hat als Breitensportre-ferentin mehrere Jahre versucht, ein Netzwerk aufzubauen, Schullo-hockey-initiativen und Vereinsgründungen anzustoßen. Wir alle kennen die Lei-stungsfähigkeit von Uschi, aber das war zu viel. Und man hat es gemerkt, als sie aufgrund ihrer Berufung zum Generalsekretär aufhören musste. Da war von den Strukturen sehr bald nichts mehr

oder Breitensportkonzepte zu gewähr-leisten. Diese Arbeit müsste eigentlich von den Landesverbänden erledigt werden. Nur ein Landesverband hat einen professionellen Mitarbeiter im Bereich Breitensport. Im übrigen lastet diese Arbeit auf ehrenamtlichen Schul-tern. Etwas besser sieht die Situation im leistungssportlichen Bereich aus. Trai-ner haben wir in vielen Landesverbän-den - entweder auf Honorarbasis oder als fest Angestellte.

Blieben wir bei dem Beispiel Schul-hockey: Eine systematische Marktbe-arbeitung ist eine Herkulesaufgabe, die ich nicht mit einer Arbeitskraft und einigen Ehrenamtlichen, seien sie auch noch so fleißig, bewältigen kann. Aber eine Gruppe von fähigen Hauptamt-lichen, die ihrerseits Multiplikatoren fin-det, die kann erhebliches bewegen.

3. Lösungsansätze

Was wir zur Lösung unseres Wachs-tumsproblems benötigen, ist das Ziel, eine integrative vernetzte Struktur anstelle der bislang tätigen einzelnen Systeme zu bekommen.

Wir benötigen eine neue Organisa-tionsform, die den dargestellten Zu-kunftsaufgaben gewachsen ist.

Die neue Organisationsform muss sich den gewandelten Zukunftsaufga-ben anpassen, und sie muss den gestie-genen Anforderungen genügen.

- Die Kompetenzen unserer Mitar-beiterinnen und Mitarbeiter müssen gestärkt und besser genutzt werden.

- Wir müssen uns enger an den Bedürfnissen unserer Vereine orientie-ren.

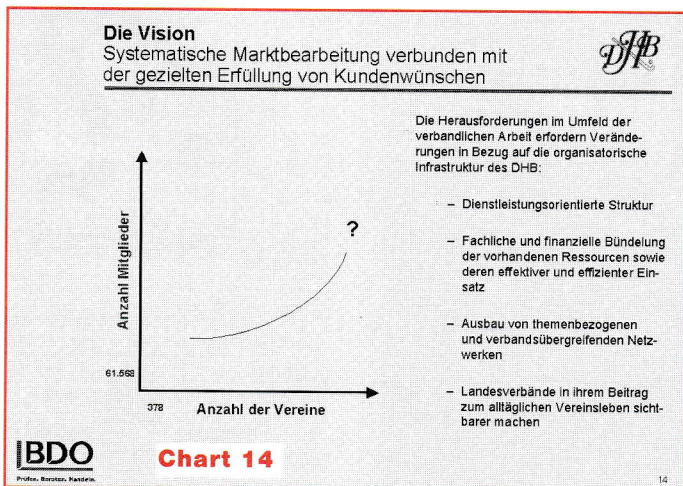
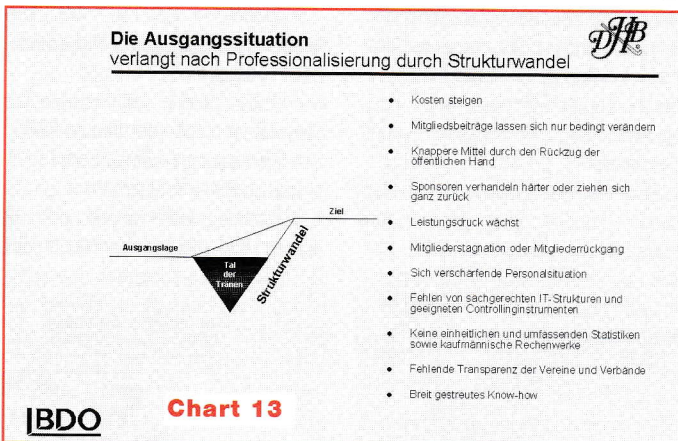
- Wir müssen klar Zuständigkeiten schaffen als Grundlage für transparente und schnelle Entscheidungen und

- Wir müssen unsere personellen und finanziellen Ressourcen sparsam und zielgerichtet einsetzen.

Wie könnte diese neue Organisa-tionsform aussehen?

Als ich mir zum ersten Mal Gedan-ken darüber gemacht habe, wie die Ver-bände des deutschen Hockey so schlag-künftig werden können, dass von einer systematischen Marktbearbeitung aus-gegangen werden kann, habe ich geglaubt, dass ein zentraler Verband für die 387 Hockey-Vereine ausreichen müsste. Wenn man alle Arbeitskraft, die in den Hockey-Verbänden steckt, in einer einheitlichen Struktur zusam-menfügt, wenn man die Möglichkeiten moderner Kommunikation und Elek-tronischer Datenverarbeitung nutzt, müsste sich einiges erreichen lassen.

Bei einem zweiten Blick wird dieser Gedanke aber problematisch. Kann ein zentraler Verband - auch unter Bertück-sichtigung moderner Kommunikation und EDV - tatsächlich sinnvoll alle Pro-



WM aufgelegt.

Aber Hand aufs Herz: Von einer systematischen Bearbeitung des Kunden „Schule“ sind wir meilenweit entfernt. Ein Beispiel: In Argentinien spielen 100.000 Mädchen Schulhockey.

Bei der Vereinshilfe könnte man fortfahren. Wir geben uns große Mühe, für

zu sehen. Der DHB allein kann mit der ihm zur Verfügung stehenden personellen Ausstattung (sechs Vollzeitkräfte) nur sehr unzureichend in die Vereine hineinwirken. Als Spitzenverband hat er aber - wenn wir ehrlich sind - auch nicht die Aufgabe, zum Beispiel die Umsetzung vorhandener Schulsport-

Die Inhalte
Kompetenz Center basiert auf Wertschöpfungspartnerschaft



Strukturmerkmale	Erfolgsfaktoren	Aufgaben
<ul style="list-style-type: none"> Netzwerkform, weil mehrere Landesverbände sich zu einem Kompetenz Center (KC) kooperativ zusammenschließen und Kompetenz Center Netzwerke untereinander bilden können Gemeinsame Zielsetzung, Ressourcen für die Durchführung bestimmter Vorhaben verfügbar zu machen und zu bündeln Partnerschaftlichkeit der Beteiligten (Landesverbände und DHB) im Sinne von <ul style="list-style-type: none"> gegenseitigem Vertrauen Wissensaustausch gemeinsamer Planung, Problem- und Konfliktlösung ausgewogener Arbeitsverteilung (Miss-)Erfolge teilen 	<ul style="list-style-type: none"> Auswahl geeigneter Partner zur Gründung eines Kompetenz Center E Einrichtung einer permanenten Leitstelle, die Inhalte aufgreift, koordiniert und sie nach innen und außen vertritt Installation eines Projektmanagements insbesondere zur <ul style="list-style-type: none"> Bestimmung der flexiblen, zeitlich befristeten und projektbezogenen Arbeitsgruppen Verteilung der Aufgaben und Ressourcen Umsetzung von Maßnahmen Erfassung des Nutzens und der Kosten 	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung einer Arbeits- und Kommunikationsstruktur Ermittlung der Bedürfnisse aus den Vereinen Entwicklung und Bereitsstellung von Produkten und Dienstleistungen für <ul style="list-style-type: none"> Vereine Partner DHB Andere Adressaten Mitwirkung bei DHB-Entscheidungen Sukzessiver Aufbau der Leistungsfelder <ul style="list-style-type: none"> Organisation Personal Finanzen Marketing

Chart 18

bleme lösen, die sich bis runter in die Bezirke ergeben? Die unter dem Stichwort „Subsidiarität“ zusammenzufassenden Vorteile der Tätigkeit vor Ort können vermutlich nicht preis gegeben werden, so dass eine solch grundlegende Neustrukturierung natürlich Augenmaß bewahren muss.

4. Kompetenz Center

Wir sind deshalb vorläufig zu dem Schluss gelangt, dass die Lösung in einer Zusammenfassung der vorhandenen Kräfte in Hockey Kompetenz Centern besteht.

Wie sehen diese Kompetenz-Center aus?

Strukturmerkmale, Erfolgsfaktoren und Aufgaben sind dem Chart 18 „Die Inhalte“ zu entnehmen.

Das ist natürlich alles sehr abstrakt. Ich will deshalb einmal ein Szenario wagen:

Was brauchen wir wirklich? Um

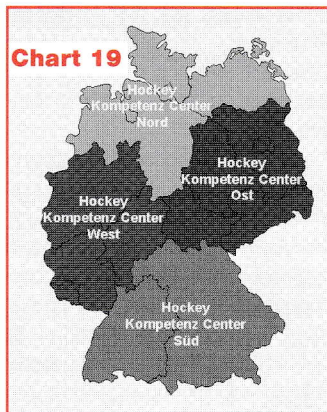


Chart 19

überhaupt wachstumsfähig zu sein, brauchen wir auf der Ebene der Landesverbände eine professionelle Struktur im Bereich Leistungs- sowie Breitensport, das heißt Schulhockey und Vereinshilfe.

Wir – das heißt DHB und Landesverbände – bündeln unsere Kräfte in fünf Kompetenz-Centern: DHB, Nord, Süd,

Ost und West (siehe Chart 19: „Die Umsetzung?“)

Diese Kompetenz-Center erhalten eine Struktur, die den Aufgaben, die sie erfüllen sollen, entspricht. In diesen Kompetenz-Centern arbeiten die Landestrainer im Bereich des Leistungssports. Ziel muss es aber darüber hinaus sein, die vorhandenen Ressourcen so zu bündeln, dass professionelle Strukturen auch und gerade in den Bereichen entstehen, in denen wir gegenwärtig defizitär operieren, also im Bereich des Schulhockeys und der Vereinshilfe. Die durch die Zusammenfassung von Arbeiten entstehenden Synergien und der zielgerichtete Einsatz von Zuschussmitteln sollte insbesondere ausreichen – das ist jetzt nur ein Beispiel –, eine Person zu beschäftigen, die sich zu mindestens 50 Prozent ihrer Zeit im Interesse der Vereine ausschließlich mit dem Thema Schulhockey befasst, also

- Multiplikatoren gewinnt
- Verhandlungen mit den Kultusbehörden zu den Lehrplänen führt
- Sponsoren gewinnt, um Aufwandsentschädigung für Multiplikatoren zu generieren
- Verhandlungen mit Vereinen zur Übernahme von Kooperationen führt und so weiter und so fort.

Zielstellung sollte es sein, dass im Rahmen dieser Kompetenz Center jeder

Verein in der Bundesrepublik einen professionellen, verantwortlichen Ansprechpartner haben.

Der Nutzen der Bündelung unserer Kräfte geht darüber aber weit hinaus. Wir haben eine Fülle von Themen, die wir auf der Grundlage leistungsfähiger Einheiten angehen können und müssen, damit wir überhaupt die Strukturen haben, um wachsen zu können.

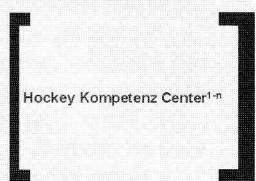
Ich will die Möglichkeiten nur kurz ansprechen:

- KC als zukunftsfähiges Handlungskonzept (Chart 20)
- Qualität (Chart 21)
- KC als Dienstleistungsunternehmen (Chart 22)
- Finanzportfolio (Chart 23),
- Finanzmanagement (Chart 24)
- Zielgruppenorientierung (Chart 25)
- Reform der Personalstrukturen (Koordinator für ehrenamtliche und sonstige Mitarbeiter; offensive Rekrutierung von Zivildienstleistenden, Pensionären, nicht erwerbstätigen Ehepartnern, Studenten, Praktikanten, ABM-Kräften; Bildung von örtlichen oder regionalen Personalpools zur wechselseitigen Vertretung oder Flexibilität des Personaleinsatzes bei Personalausfällen)

5. Weiteres Vorgehen

Um diese Dinge auf den Weg zu bringen, dürfen wir nicht länger zögern. Mein heutiger Vorschlag geht dahin,

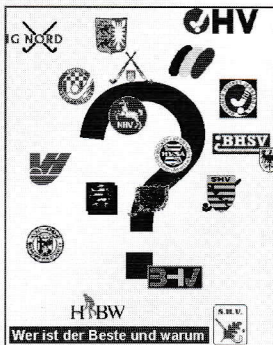
Der Nutzen
Kompetenz Center als zukunftsfähiges Handlungskonzept



- Wir erhöhen die Wirksamkeit der Kommunikation zwischen den Landesverbänden und zwischen diesen und dem DHB.
- Wir definieren gemeinsam Bedürfnisse, Ziele und Arbeitsaufträge.
- Wir erstellen standortübergreifend Produkte und Leistungen für die Vereinsarbeit.
- Wir entlasten Sie in dem Doppelstrukturen und -abläufe vermieden werden.
- Wir sorgen für mehr Zufriedenheit bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitgliedern.

Chart 20

Der Nutzen: Qualität
Lernen von den Besten zur Verbesserung der eigenen Leistung



Der Vergleich von wichtigen organisationsbezogenen Daten und Praktiken des eigenen Vereins oder Verbandes mit den entsprechenden Merkmalen des besten Vereins oder Verbandes ist heute noch nicht möglich.

Der Vergleich mit den Klassenbesten durch im DHB anerkannte Vergleichsstandards für Dienstleistungsqualität ermöglicht Defizite zu erkennen und entsprechende strukturelle Optimierungsmaßnahmen zu ergreifen.

- Qualitätsindikatoren können gebildet werden in den Bereichen:
- Nachwuchs- und Talentförderung
 - Ressourcen
 - Finanzen
 - Personal
 - Infrastruktur
 - Zeit
 - Wissen
 - Mitglieder- und Mitarbeiterzufriedenheit

Chart 21

Der Nutzen: KC als Dienstleistungsunternehmen



- Leistungen der Verbände
 - Interessensvertretung gegenüber der Öffentlichkeit, den sport-politischen Entscheidungsträgern und den Geldgebern
 - Dienstleistungen gegenüber seinen Mitgliedern
- Kundenorientierte Organisationsstruktur
 - Verstärkte Prozessorientierung (z. B. Zentrale Beschaffung, Fundraising, Sponsoring, öffentliche Fördermittel/Zuschüsse)
 - Förderung von vereins- und verbandsübergreifenden Allianzen
 - Gemeinschaftsprojekte
 - Fusionen von kleinen und mittleren Vereinen
- Konzeptionelle Unterstützung bei der konsequenten Ausrichtung am ökonomischen Prinzip, z. B. durch
 - Ressourcenpool
 - Material (z. B. Bänder, Tora, EDV)
 - Infrastruktur (z. B. Hallen- oder Platz-Sharing)
 - Personal (z. B. Trainer-Sharing)
 - Einkaufskooperationen

Chart 22

Der Nutzen: Ausgeglichenes Finanzierungsportfolio
unter Einsatz moderner betriebswirtschaftlicher Instrumente



- Sicherung der langfristigen Einnahmen unter Vermeidung extremer Abhängigkeiten von einer Geldquelle
- Kostenreduktion als Prozess der kontinuierlichen Verbesserung
- Schaffung von Transparenz der Finanzen (z. B. Kostenstrukturvergleiche)
- Geringer Aufwand zur Gewinnung von Planungs-, Kontroll- und Steuerungsinformationen in Bezug auf
 - Ressourcen
 - Finanzen
 - Personal
 - Infrastruktur: Anlagen und Ausstattung
 - Mitglieder
 - Hockey-bezogene Aktivitäten
 - Kommerzielle Aktivitäten
 - Sponsoren, Spender und Fördermittelgeber
 - Kooperationspartner
- Nutzung von Kennzahlen als Frühwarnindikatoren

Chart 23

Der Nutzen: Finanzmanagement

- Einführung einer Kostenrechnung und eines Controlling als Standard für Bundesverband, Hockey-Verbände, alle Landesverbände und Vereine
- Ausschreibung für einen Steuerberater zur Unterstützung der Standardisierung und Ausführung des Finanzmanagements bei den Mitgliedern des DHB
- Prüfung und Empfehlung einer einheitliche EDV-Vereinsverwaltungssoftware, auf deren Basis zeitnahe Auswertungen möglich werden
- Konzept zur organisierten Beantragung und Beschaffung von Sponsoren-, Spenden- und Fördergeldern
- notwendige Kennzahlen
 - Mitgliederzahl und Fluktuationskennziffer (Eintritte und Austritte im Jahresverlauf)
 - Aktivitätsgradauswertung
 - Lehrgangsauslastungen/Wirtschaftsergebnis von Kursen und Lehrgängen
 - Kosten/Beitragsaufkommen je Mitglied
 - Auslastung einzelner Übungseinheiten
 - Geschäftsstellenkosten je Mitglied

Chart 24

Der Nutzen: Konsequente Definition unserer Zielgruppen auf Basis eines darauf abgestimmtes Marketingmix



Chart 25

BDO

Mein heutiger Vorschlag geht dahin, mit einem Kompetenz-Center Nord anzufangen. Niedersachsen, Hamburg, Bremen und Schleswig-Holstein sollten anfangen, ihre Kräfte zu bündeln. Der DHB sowie die BDO stehen als Berater für ein Feinkonzept sowie die Umsetzung eines Pilotprojekts zur Verfügung. Fassen wir zusammen:

Ergebnis der Untersuchungen mit der BDO ist es, dass wir eine professionellere Struktur beim Vertrieb unseres Produkts Hockey brauchen. Der Vertrieb findet in den Vereinen und in der Schule statt. Wir – DHB und Landesverbände – müssen uns in ein Boot setzen und die gemeinsame Überzeugung finden, dass wir Schulhockey und Vereinshilfe in wirksamem Umfang nur betreiben können, wenn wir eine professionelle Struktur von – sagen wir einmal – fünf oder sechs Mitarbeitern haben, die den Kern einer Task-Force bilden und die eine Struktur aufbauen, die die Wachstumspotenziale nützt, die sich in den kommenden Jahren ergeben werden.

Lassen Sie mich kurz zu der Umfrage kommen, bei der Sie erfreulicherweise sehr gut und vor allem schnell mitgearbeitet haben. Die Umfrageergebnisse machen unsere Probleme sehr schön deutlich. Schauen wir uns nur die Berichterstattung der LHV an, so wird deutlich, dass hier jeder sein eigenes Süppchen kocht. Und die Umfrage über die zentralisierbaren Arbeitsfelder hat ebenfalls ergeben, dass jeder eigentlich nur seine eigenen Sachen machen will und keinerlei Kooperation mit anderen

Bereichen und LHV in Erwägung zieht.

Ich möchte Ihnen ganz deutlich sagen, dass diese Zeit des Alleinevorsich-Hinwurstelns vorbei ist. Ich stelle Ihnen die Ergebnisse unserer Untersuchung zuerst vor, weil ich davon ausgehe, dass Sie die Chance sehen, die in diesem Ansatz – unabhängig von der konkreten Ausgestaltung – steckt. Sollten wir und sie diese Chance nicht nutzen, verfehlen wir unseren Auftrag.

Ich habe mir vorgenommen, nicht ebenfalls daran zu scheitern, dass sportliche und kommunikative Erfolge nicht umgesetzt werden können. Ich werde dieses Projekt in den Wochen und Monaten bis zum Ende meiner Amtszeit mit allem Nachdruck verfolgen. Und ich garantiere Ihnen, wenn wir diese Aufgabe nicht erfüllen, werden uns die Vereine dafür abstrafen. Denn die Vereine werden erkennen, dass die Professionalisierung unserer Strukturen der einzige Weg ist, zu überleben.

Die kommenden drei Jahre sind – das habe ich auf dem Bundestag in Hamburg bereits gesagt – entscheidend für Hockey. Schaffen wir den Sprung in ein Wachstum oder bleiben wir so, wie wir sind? Wenn wir jetzt nicht in organisatorischer Hinsicht die Weichen dafür stellen, dass wir von den anstehenden Großereignissen tatsächlich profitieren können, werden diese genauso spurlos an unserem Sport vorbei gehen, wie zum Beispiel die Goldmedaille 1972 in München. Und dann tragen wir alle die Verantwortung dafür und keiner wird sich herausreden können.

Dr. Christoph Wüterich

Hummler: „Motiviert in die Tagesarbeit zurück“

Zu einem Großtreff für Hockeyfunktionäre wurde am vergangenen Wochenende des Mülheimer „Haus des Sports“.

Am Freitag und Samstag tagte dort eine ganze Reihe von Gremien und Arbeitskreisen – und das Besondere daran war, dass es zu einem fruchtbaren Zusammenspiel verschiedener Ebenen und Kompetenzen kam.

Der Bundesausschuss (Vorsitzende der 15 Landesverbände) hatte sich unter Leitung von BA-Vorsitzendem Gerhard Hummler zu einem Arbeitstreffen zusammen gefunden. Und in ihrem Schlepptau hatten die Länderbosse auch gleich ihre Sportwarte, Referenten Breitensport/Vereinshilfe und – soweit vorhanden – Webmaster mitgebracht. Hinzu gesellten sich einige Haupt- und Ehrenamtliche des Deutschen Hockey-Bundes, unter anderem DHB-Präsident Dr. Christoph Wüterich, der mit seiner Zukunftsvision (siehe nebenstehende Seiten) für reichlich Gesprächsstoff sorgte.

Tagten die einzelnen Arbeitskreise zunächst für sich, so kam es im späteren Verlauf zum breiten Informationsaustausch. So wurden die Länderchefs von jeweiligen Sprechern der Arbeitskreise informiert, und man konnte mit den Fachleuten über aktuelle Fragen diskutieren.

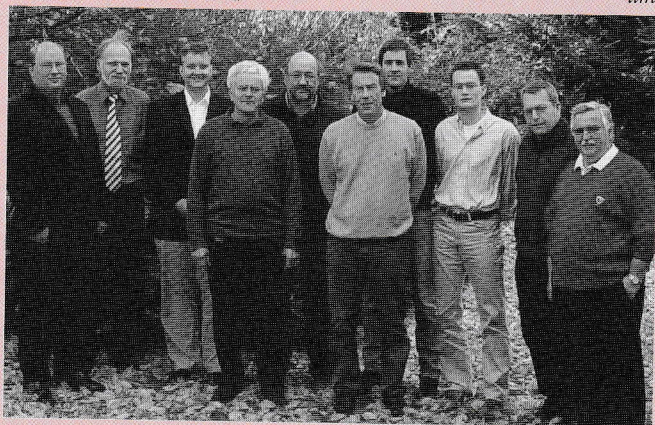
Gerhard Hummler, der vor gut einem halben Jahr die Idee zu solch einer gemischten Veranstaltung hatte und diese in die Tat umsetzte, war am Ende sehr zufrieden: „Das war

eine klasse Veranstaltung. Die notwendige Beschäftigung mit Formalitäten stand nicht im Vordergrund, sondern wir konnten endlich auch einmal Schwerpunkte, losgelöst von der Tagesarbeit, besprechen. Ich denke, dass Verlauf und Ergebnisse unseres Meetings jedem Motivation gibt, zuhause im eigenen Landesverband anzupacken.“

Hummler freute sich auch deswegen, weil es ihm gelungen war, mit insgesamt neun Leuten aus seinem Landesverband Baden-Württemberg in Mülheim präsent zu sein. Diese Präsenz erreichte zwar sonst kaum ein anderer Verband, doch war die Tagung mit insgesamt 70 Personen sehr gut besucht. „Da war fast mehr los als bei einem ordentlichen Bundestag“, urteilte ein Teilnehmer.

Ein großes Diskussionsthema war die Spielordnung, wobei bei aller immer wieder gerne geäußelter pauschaler Kritik an dem Paragrafenwerk doch festgestellt wurde, dass die „SPO DHB“ in Wahrheit so schlecht nicht strukturiert ist. Mehr als zehn konkrete Punkte wurden besprochen, wo Sportwarte und zum Teil auch Verbandsvorsitzende Änderungsbedarf sehen. Mitte Dezember wird die DHB-Spielordnungskommission tagen und entsprechende Formulierungsvorschläge ausarbeiten, die dann wiederum in Etappen (das Dringlichste im schriftlichen Verfahren, die anderen Dinge bei der nächsten ordentlichen Zusammenkunft im Jahr 2004) vom Bundesrat verabschiedet werden sollen. Mehr dazu demnächst in der DHZ.

lim



Internet ist ihr Zuhause – die Webmaster bei ihrer konstituierenden VI-Zusammenkunft am vergangenen Wochenende in Mülheim. Von links: Thomas Hertsch, Ben Glubrecht, Carsten Großmann, Jürgen Mathes, Gerd Müller-Kriwet, Greg Wesley, Daniel Annemaier, Tobias Reggelin, Robert Menschick, Werner Hoffmann.