



Veröffentlicht am 19. Januar 2008  
unter <http://www.langerball.de/textarchiv/demographischer-wandel-in-gruen-weiss.html>

## Demographischer Wandel in Grün-Weiß

Im Januar 2008 rief Werder Bremen das Projekt „60plus“ ins Leben. Der Verein möchte mit dieser Initiative Mitglieder oberhalb von 59 Jahren ansprechen und ihnen neben sportlichen Aktivitäten auch kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen anbieten.

Inoffizieller Startschuss für das von Werder-Präsident Klaus-Dieter Fischer persönlich vorangetriebene Engagement war am 4. Januar 2008, als 110 Mitglieder der Einladung des Vereins in die Kunsthalle Bremen folgten, wo gemeinsam die Ausstellung „**Paula in Paris**“ [1] besucht wurde. Die offizielle Eröffnung des „60plus“-Projekts fand dann am 12. Januar 2008 im **Theater Bremen** [2] statt. Die 380 anwesenden Werder-Mitglieder erlebten vor der Operette „Die Csárdásfürstin“ eine Ansprache Fischers, in der dieser **sagte** [3]: „Mit diesem Projekt werden wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung für alle Altersgruppen gerecht. Wir reagieren damit natürlich auch auf den demografischen Wandel, der sich auch bei uns auswirken wird.“

Ausgangspunkt des Projektes war eine Fragebogenaktion im zweiten Halbjahr 2007 unter rund 1.000 Werder-Mitgliedern, die bereits das 60. Lebensjahr vollendet hatten. Heraus kam, dass sich die Befragten eine Mischung aus sportlichen Aktivitäten sowie kulturellen und gesellschaftlichen Angeboten von ihrem Verein wünschten. „In diesen Bereichen werden wir jetzt verstärkt nach Möglichkeiten suchen, konstante Angebote zu unterbreiten“, unterstrich Fischer, der mit dem Projekt „60plus“ der neuen Abteilung Sozialmanagement von Werder Bremen einen weiteren Baustein hinzufügte. Zukünftig will der Verein alle Mitglieder des Vereins mit generationsspezifischen Angeboten versorgen.

Die Bremer folgen mit ihrer gezielten Ansprache von Vereinsmitgliedern einem allgemeinen Trend, der sich in der Bundesliga schon länger beobachten lässt. Die Bindung des zahlenden Kunden wird von den Vereinen immer mehr forciert. Die zahlreichen Kinder-Clubs der Profivereine belegen, dass damit offensichtlich nicht früh genug begonnen werden kann. Von der Wiege bis zur Bahre – im und außerhalb des Stadions. So lautet das Credo der Vereine, die sich für ihre Anhänger immer mehr zu einem modernen Dienstleister und bisweilen sogar Familienersatz entwickeln. Die Ergebnisse auf dem grünen Rasen bleiben dabei zwar wichtig, sollen aber nicht das Gefühl vermitteln, mit dem die Vereine zukünftig bei ihren Mitgliedern und Fans punkten wollen. Wir dürfen gespannt sein, mit welchen Ideen die Geschäftsstellen der Bundesligisten uns in Zukunft noch beglücken werden.

Oliver Stang

[1] <http://www.paula-in-paris.de/>

[2] <http://www.bremertheater.com/>

[3] <http://www.werder.de/aktuelles/news/meldung.php?id=12252>