



Fußball für Mädchen und Frauen

**1. Frauenfußballtag des VFV
16.11.2019**

Leidenschaft, Spaß, Teamfähigkeit, Emotionen, Freundschaften,
Kampfgeist, Durchsetzungsvermögen, Einsatzbereitschaft,
Zusammenhalt...

Österreichischer Fußball-Bund



ÖFB-TV



Name: Karin Gruber

Alter: 36 Jahre



Kontakt Daten:

Karin Gruber

0676/9593405

karin.gruber@oefb.at

Studium: Sportwissenschaft/Sportmanagement

Tätigkeiten im ÖFB:

- 2013-2019 Geschäftsführung Nationales Zentrum für Frauenfußball und Teammanagerin
- seit 09/2019 Projektkoordinatorin Mädchen- und Frauenfußball → neu installierte Stelle im ÖFB
- Organisation und Koordination Projekte/Maßnahmen des ÖFB im Mädchen- und Frauen Breitenfußball
- Koordination eingereicherter LV Projekte im Bereich des Mädchen- und Frauenfußball
- Schnittstelle und Servicestelle (Ansprechperson ÖFB) für Landesverbände und Vereine im Bereich der Frauenfußballfördernden Projekte und Maßnahmen

Spielerlaufbahn:

USV Mühlen, DFC Seckau, USK Hof,
FC Bergheim

Trainerausbildung:

UEFA B-Lizenz Alt

Let's talk about...

Österreichischer Fußball-Bund



Frauenfußball in Österreich - Status Quo



Frauenfußball International

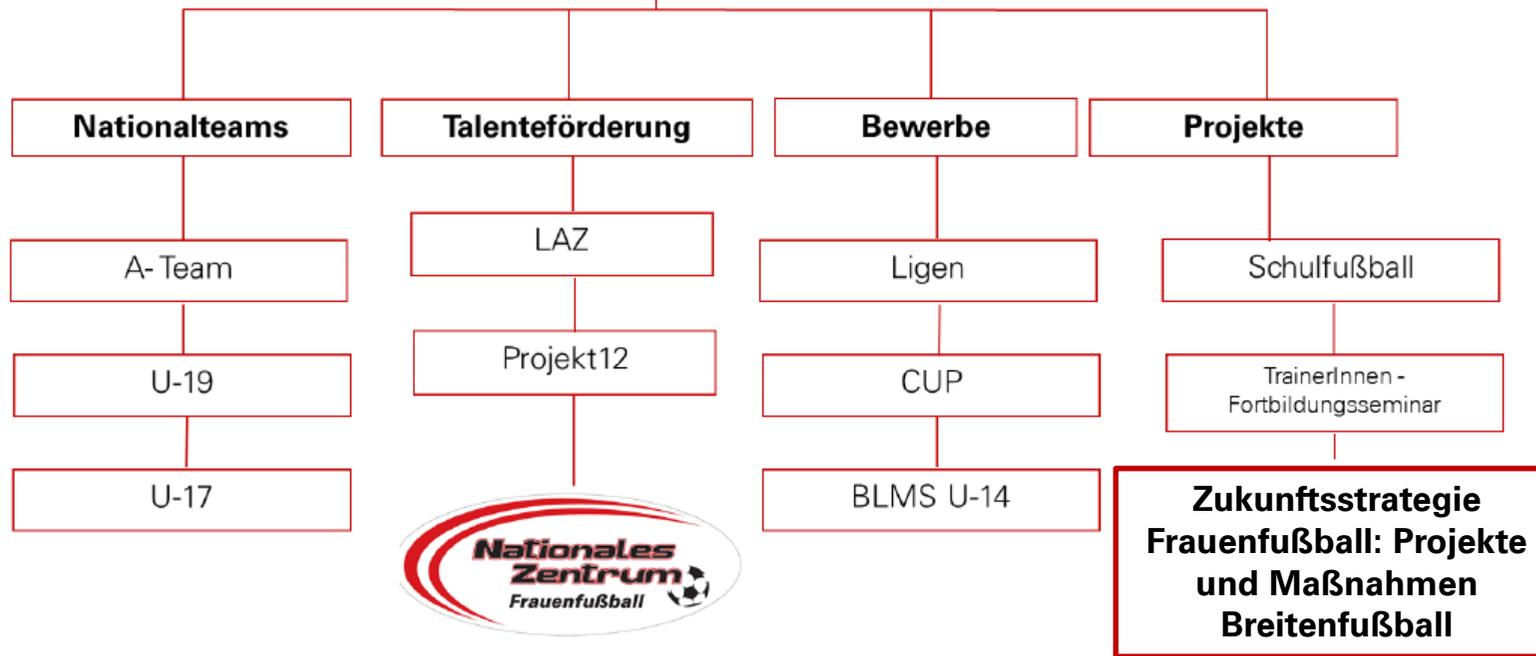
Potential Mädchen und Frauen: Zukunftsstrategien, Projekte/Maßnahmen, Bedürfnisse und Chance im Frauenfußball





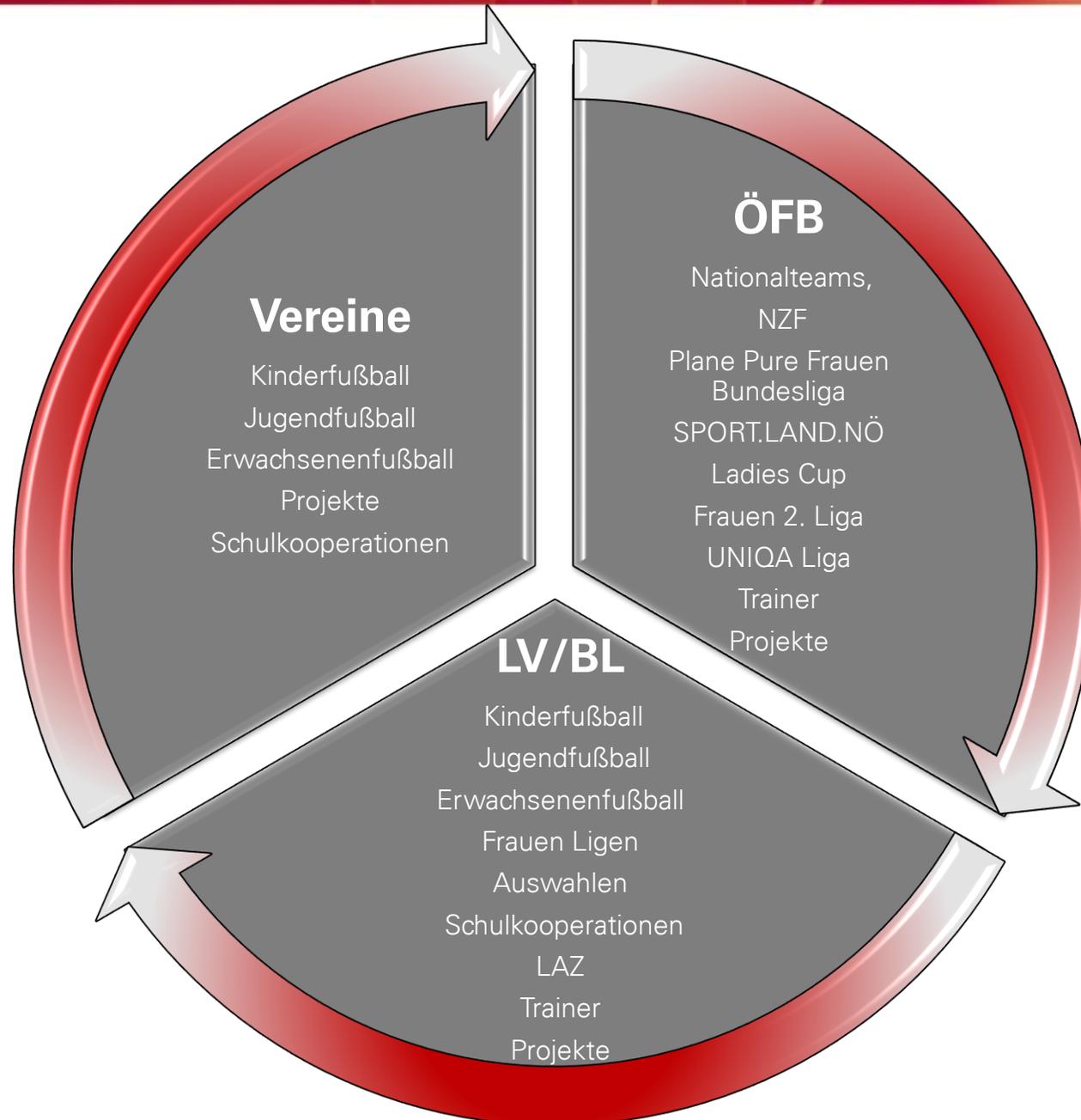
Direktion Sport

Frauenfußball



Zusammenspiel und Verantwortlichkeiten

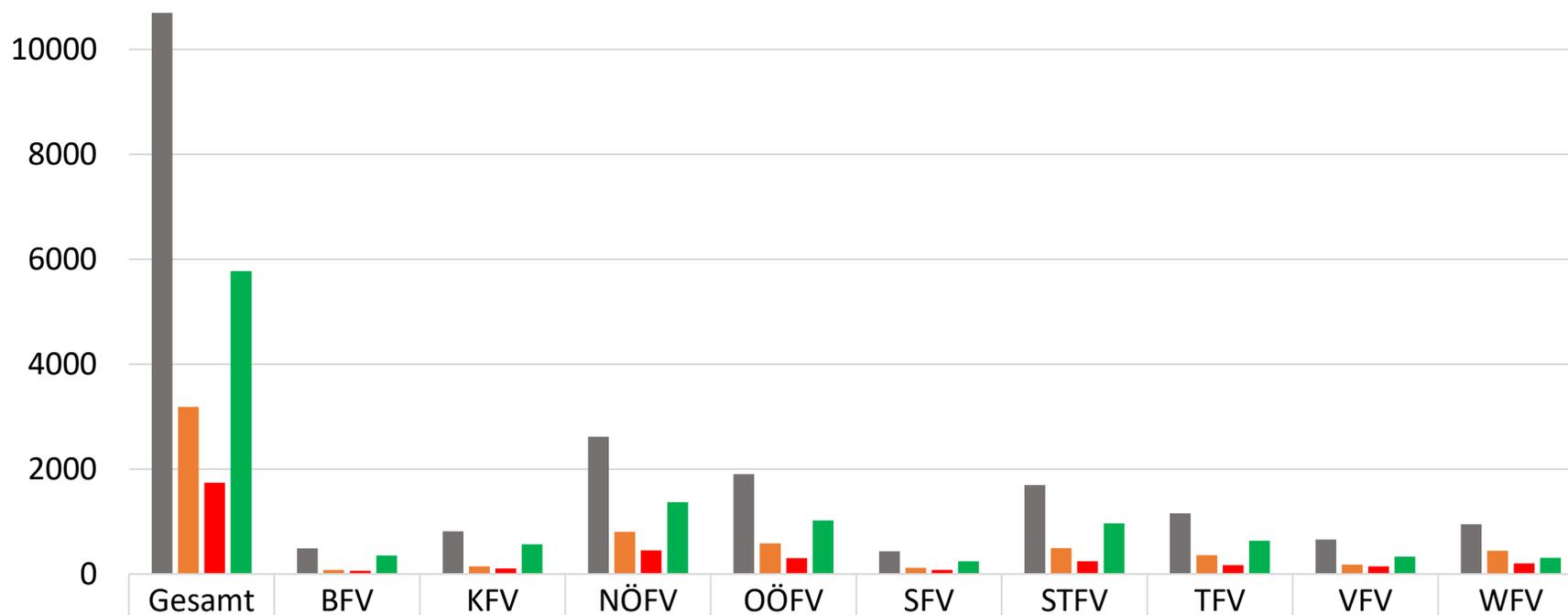
Österreichischer Fußball-Bund





Allgemein: ca. 22.500 gemeldete Spielerinnen (>18 Jahre: ~9.300; <18 Jahre: ~13.200) und ca. 280.000 gemeldete Spieler

Aktive Spielerinnen in Österreich (mit mehr als 3 Spielen im Jahr 2019) Stand 11/2019

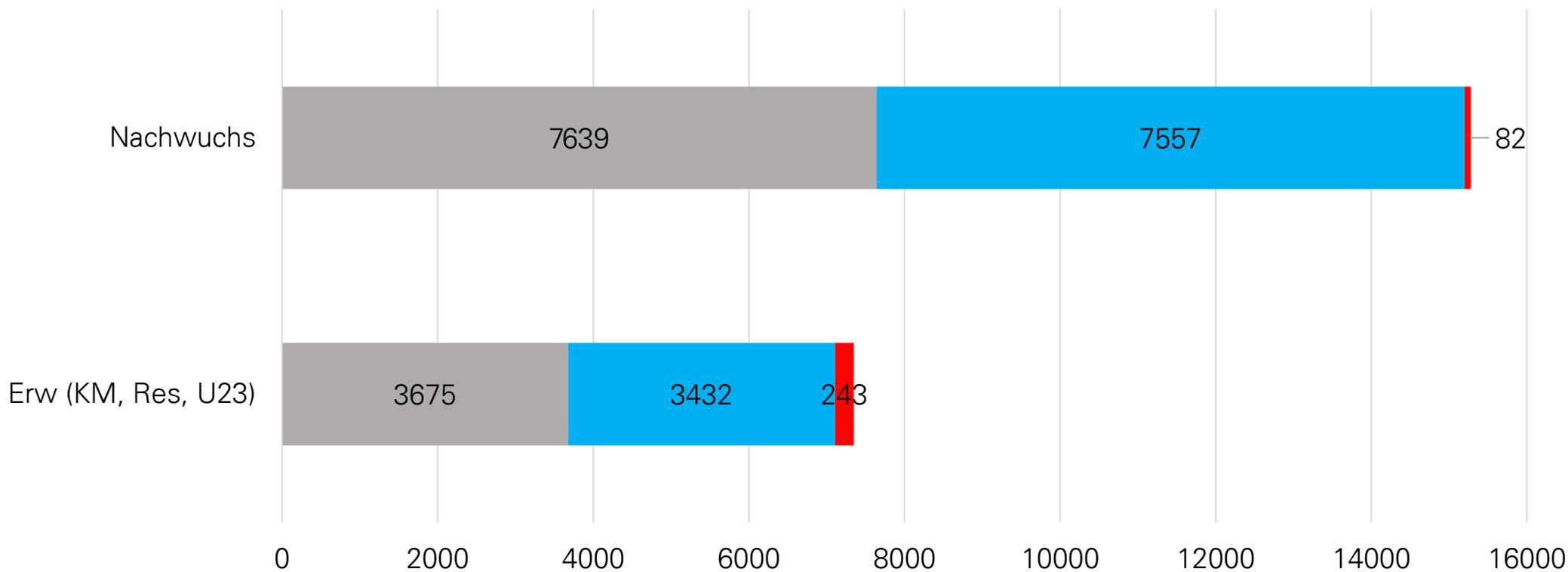


■ Gesamt	10700	487	811	2617	1902	428	1696	1156	656	947
■ Erwachsene (ab JG 2000)	3186	77	141	800	581	115	491	359	180	442
■ Jugendliche (JG 2004-2001)	1739	57	107	447	303	75	238	166	145	201
■ Kinder (JG 2005 und jünger)	5775	353	563	1370	1018	238	967	631	331	304

■ Gesamt ■ Erwachsene (ab JG 2000) ■ Jugendliche (JG 2004-2001) ■ Kinder (JG 2005 und jünger)



Vereinsmannschaften m/w im Vergleich Stand 11/2019 in Österreich

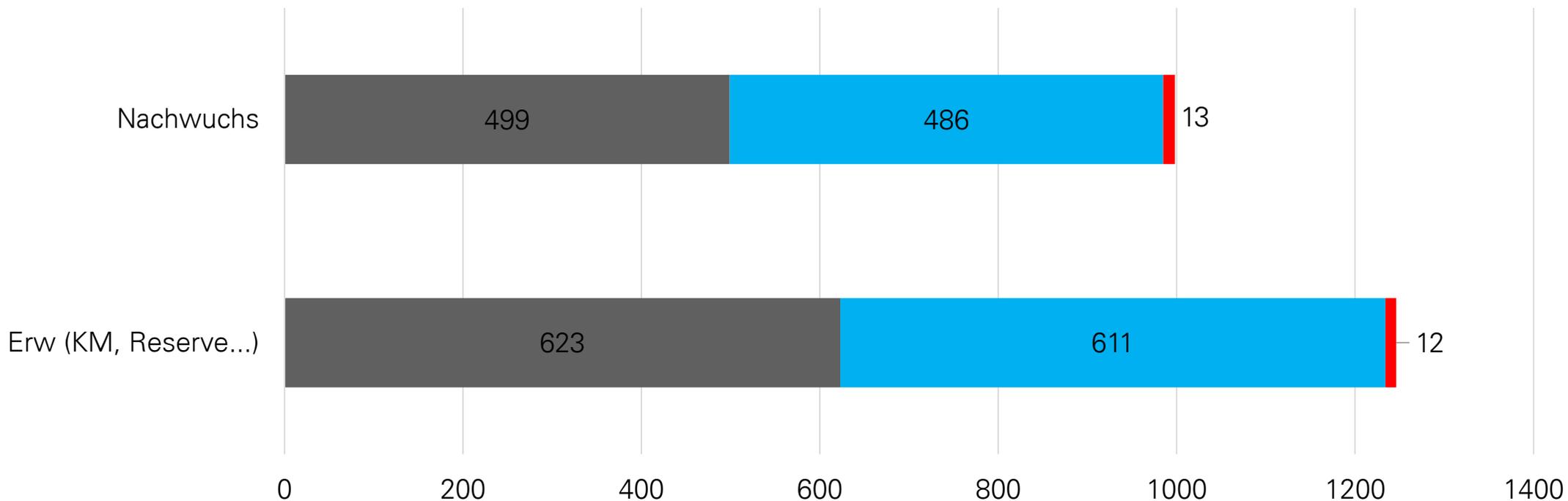


	Erw (KM, Res, U23)	Nachwuchs
■ Gesamt	3675	7639
■ männlich	3432	7557
■ weiblich	243	82

■ Gesamt ■ männlich ■ weiblich



Vereinsmannschaften m/w im Vergleich Stand 11/2019 in Vorarlberg



	Erw (KM, Reserve...)	Nachwuchs
■ Gesamt	623	499
■ männlich	611	486
■ weiblich	12	13

■ Gesamt ■ männlich ■ weiblich



Women's football in Europe

Overview

Players

Registered players:

1,365,524

Countries with more than 100,000 players:



Professional players:

1,790

Countries with the most foreign professional players:



Registered youth players (U18)



Professional and semi-professional players



Zahlen und Fakten International 2017

Österreichischer Fußball-Bund



Nation	Einwohner	Spielerinnen 2017	KM-Teams 2017	
Österreich	8.700.000	19.894	275	HF EM
Schweiz	8.556.000	23.551	482	
Irland	4.830.000	22.960	229	
Belgien	11.400.000	28.416	435	
Dänemark	5.603.000	62.280	2.170	F EM
Niederlande	17.180.000	155.035	7.600	HF WM/EM
Schweden	10.120.000	117.729	1.006	HF WM/VF EM
Norwegen	5.328.000	103.636	551	HF WM
England	55.980.000	102.804	1.789	F WM/HF EM
Deutschland	82.790.000	203.576	4.402	VF WM/EM

Kampagne

Together #weplaystrong

- über 200 Millionen Mal angesehen
- über 70 000 Fans in den sozialen Medien und fand
- 73 % der weiblichen Jugendlichen würden gerne Fußball spielen
- 17 000 Mädchen haben über weplaystrong.org Standorte zum Fußballspielen gesucht



Tournament ambassador Pierre van Hooijdonk's movements are closely monitored

QUARTER-FINALS

The Netherlands' quarter-final against Sweden attracted 2.1m viewers (54.1% share) on NPO1, the best-watched broadcast of the day. In Sweden, the match produced an audience of 900,000 viewers (47.2% share) on SVT2, 12.7% up on Sweden's 2013 quarter-final versus Iceland on TV4.

800,000 viewers (38.2% share) watched Austria's quarter-final against Spain on ORF1, with 500,000 (5% share) tuning in on Takeda Sports in Spain, more than double for the Hungarian Formula One Grand Prix on Movistar.

The rescheduled match between Germany and Denmark was watched by 5.9m (39% share) on ZDF, while 58.5% of the lunchtime audience (471,253 viewers) tuned into the action on DR1 in Denmark.

France 2 attracted 3.7m viewers (37.8% share) for England v France, more than any audience for the 2013 UEFA Women's EURO and more than double France's quarter-final against Denmark on W9 that year (1.8m viewers, 8.9% share).

178M
PEOPLE WATCHED THE TOURNAMENT WORLDWIDE

15M
PEOPLE WATCHED THE FINAL LIVE

5.9M
MINUTES OF LIVE STREAMS WATCHED ON UEFA.tv



The players contributed to the social media buzz around the tournament (above): UEFA.com reporter Laura James interviews Arsenal's Hoogendijk.

4.1M
VISITS TO THE UEFA.COM WOMEN'S EURO WEBSITE

↑173%
INCREASE ON THE 2013 TOURNAMENT

4.4M
VIDEO VIEWS ON SOCIAL MEDIA

550K
INTERACTIONS ON FACEBOOK, TWITTER AND INSTAGRAM

Großes Potential gegeben Entwicklungsstrategien

Österreichischer Fußball-Bund



UEFA

Women's Football Strategy 2019-2024

#TimeForAction



ÖFB

Nationales Programm für Frauenfußball

Strategie 2018-2023 ... mehr als Sport!

<https://www.oefb.at/OeFB-Strategie-2018-2023.pdf?ch=p-Sc1eFV&:hp=5141;96484;de>



Meine Motivation, meine Vision

Woman Is Necessary - Woman Is Needed

Österreichischer Fußball-Bund



Breitenförderung

Spitzenförderung

Frauen Nationalteam

ÖFB Frauen Bundesliga

U17/U19 Frauen Nationalteam

- für die talentiertesten Nachwuchsspielerinnen

1b Meisterschaft; ÖFB Frauen 2. Ligen; 3., 4., 5. Ligen im LV

- Überführung vom Jugendfußball in den Erwachsenenbereich

Schulkooperationen in den Bundesländern

- Nachwuchskompetenzzentren

NZF - Nationales Zentrum für Frauenfußball

- Akademie des ÖFB für die talentiertesten Mädchen

Bundesländer Auswahlen

- U14 BLNMS
- U16 Bewerb, Coca Cola Cup

LAZ (Landesausbildungszentren)

- Mädchen an allen Standorten
- MLZ als Zusatz zum LAZ

Jugendfußball

- U13 bis U19 sowohl gemischte Teams als auch reine Mädchen Teams
- Schulfußball (UNIQA MädchenfußballLiga)

Kinderfußball

- U6 bis U12 sowohl gemischte Teams als auch reine Mädchen Teams
- Schulfußball (VS Bewerb, UNIQA MädchenfußballLiga)
- Projekt Fußball für Mädchen ÖFB/LV/Land und Dachverbände





Breitenfußball

- Verdopplung der fußballspielenden Mädchen und Frauen
- Verdoppelung der reinen Mädchenmannschaften
- Steigerung von Frauenmannschaften in einem Meisterschaftsbetrieb
- Mädchen Mannschaftssport Nr. 1 in Österreich
- Werte des Breitenfußballs herausheben z.B. soziale und gesundheitliche Aspekte

Spitzenfußball

- Internationales Niveau in der Ausbildung
- Erfolgreiche Nationalteams
- Legionärinnen in Topligen
- Weiterentwicklung und Optimierung Nationales Zentrum für Frauenfußball



Marketing

- Imageaufbau
- Ganzheitliches Marketingkonzept für den Frauenfußball
- Potential des Frauenfußballs herausarbeiten – Sponsorkonzept entwickeln

Organisation / Strukturen

- Strukturen für den Frauenfußball aufbauen bzw. stärken
- Förderung von Frauen und Mädchen im Trainer-, Schiedsrichter- und Funktionärswesen

- Verbesserung der Struktur im ÖFB, den LV und der BL
 - notwendige personelle Ressourcen im ÖFB in den LV/BL installieren
 - Verankerung des Frauenfußballs im Bereich der Abteilung „Sport“ im jeweiligen LV
 - ✓ Installierung Projektkoordinatorin im ÖFB als Schnittstelle zu den Landesverbänden
 - ✓ ÖFB Projekt-Sonderförderung für Mädchen- und Frauenfußball Projekte

- Fußball in der Volksschule
 - landesweiter Volksschulbewerb / Volksschulprojekte
 - ✓ Teilweise bereits installiert, erste Maßnahmen/Projekte in den LV gesetzt

- Projekte Fußball für Mädchen
 - Projekte in Zusammenarbeit mit LV/Dachverbände/Vereine
 - ✓ UEFA Disney Projekt als österreichweites Projekt

- Anzahl der Mädchen in LAZ's steigern (Toptalente)
 - mehr Mädchen sollen gesichtet und elitär ausgebildet werden
 - Einführung einer Bundeslandquote





- NZF - Team
 - Optimierung der sportlichen Ausbildung der Spielerinnen
 - Reduktion der Gesamtbelastung für die Spielerinnen in den ersten Jahren
 - ✓ Laufende Planung bezüglich eines NZF Teams

- Alternative duale Ausbildungsmöglichkeiten – Plan B zur Eliteausbildung NZF
 - Flächendeckende alternative Ausbildungsmöglichkeiten zum NZF
 - ✓ Alternative Ausbildungszentren für Mädchen mit dualer Ausbildungsmöglichkeit Schule-Fußball STFV-Sturm Graz Aka, FFZÖ OÖFV Union Kleinmünchen, Austria Wien-USC Landhaus

- U16 Auswahl - österreichweite Maßnahme
 - Mädchen einen zusätzlichen Ausbildungsweg in den Bundesländern bieten
 - Verringerung der Drop Out Rate

- Trainerinnenausbildung
 - Frauen für die Trainerinnenausbildung überzeugen und gewinnen
 - Förderung von Frauen in der Trainerausbildung
 - ✓ Erstmaliges Angebot und Durchführung eines Kindertrainerkurses nur für Frauen (Sbg. Ktn. Stmk)
 - ✓ Erstmaliger Kurs UEFA B-Lizenz für Berufsspielerinnen
 - ✓ Erstmaliges Angebot eines Kindertrainerkurses für NZF Spielerinnen (mit AKA St. Pölten Spielern)



➤ Ligen – Reformierung, Marketing, Sponsoring

- Attraktivität der Bewerbe steigern
 - Professionalisierung der Planet Pure Frauen Bundesliga
 - Ausbildungs- und Entwicklungsliga für Spielerinnen
 - Verbesserung der wirtschaftlichen Situation
-
- ✓ Planet Pure – erster Ligasponsor, SPORT.LAND.NÖ erster Ladies Cup Sponsor
 - ✓ Installierung Futureleague 2019/2020
 - ✓ ORF Live Übertragungen, Streaming, ÖFB Tv, Ländle TV...
 - ✓ Medienkampagne Clubtour, Social Media Aufbau, wöchentliche Torshow
 - ✓ Alle Spiele werden gefilmt und Vereinen zur Verfügung gestellt



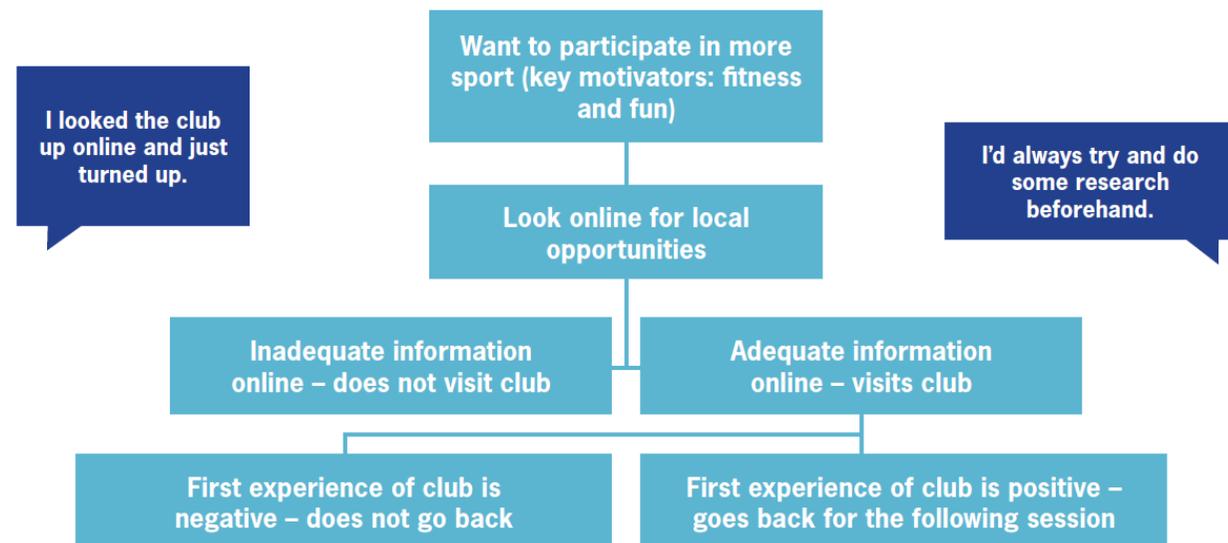
- Frauen (die noch kein Mitglied in einem Verein sind)
 - **Allgemein:** Glauben oft Sportvereine sind eher für Männer, elitär, exklusive und für „qualifizierte“ und nicht für „Leute wie mich“ Unsicherheit: „bin ich gut genug“, „werden sie mich akzeptieren“ fehlende Angebote für verschiedene Sportniveaus und Fähigkeitslevel, Wenige Frauen glauben dass ein Sportvereine ihnen Vorteile bietet
 - **Motive** für Frauen einem Verein beizutreten: Freunde treffen, Sozialisation mit Gleichgesinnten, Fitness, Spaß, persönliche Entwicklung und persönliche Ziele zu erreichen was oft mit Hilfe, Unterstützung/Ermutigung und Förderung durch anderen Personen verbunden ist
 - **Der Mensch:** Es dreht sich vieles um den Menschen selbst – Frauen haben mehr Verbindung zu den Menschen im Verein als dem Verein als Institution selbst
 - **Flexibilität:** strikte Regeln und Strukturen oft als Barriere für Frauen
 - **Abwechslung:** verlangen nach Abwechslung vorhanden, versch. Sport und Fitnessaktivitäten, variierende Trainingstechniken und –methoden. Ebenso Bedürfnis nach individueller, persönlicher Betreuung

Mädchen und Frauen im Sportverein

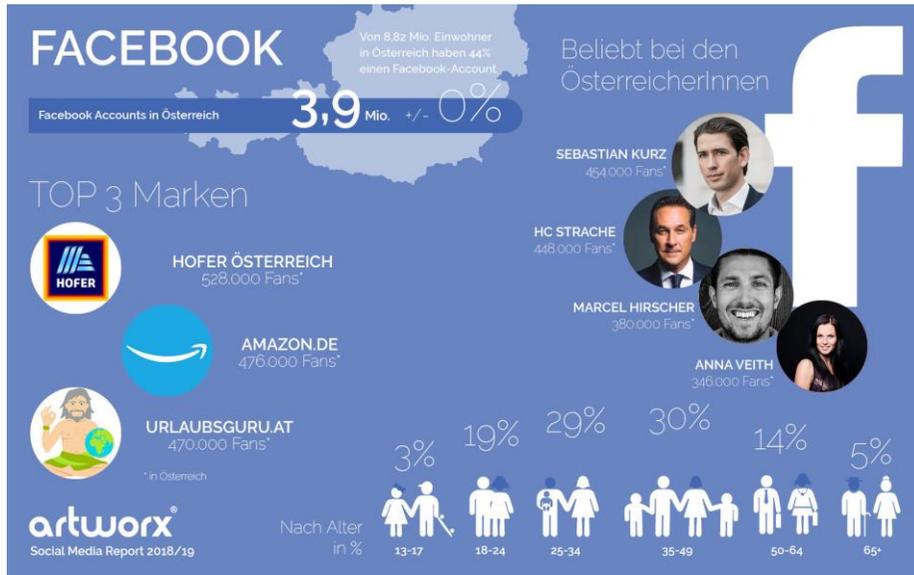
Ansätze

- Mögliche Ansätze für Sportvereine die Mädchen und Frauen gewinnen und binden wollen
 - Konzentration auf bestehende weibliche Mitglieder → zufriedene Mitglieder als Botschafterinnen nutzen → Mundpropaganda/Schneeballeffekt
 - Inklusion – „Verein für alle“ unabhängig vom Geschlecht, Alter, Fitnesslevel, Voraussetzungen
 - Nach Möglichkeit variable und flexible Angebot/Trainings anbieten
 - Freundliche und motivierende Umgebung schaffen, Erstkontakt/Ersteindruck oft entscheidend
 - Kommunikation der Angebote und Werte des Vereins nach außen (Homepage, Social Media, Facebook, Instagram)

Der Weg
in den Verein →

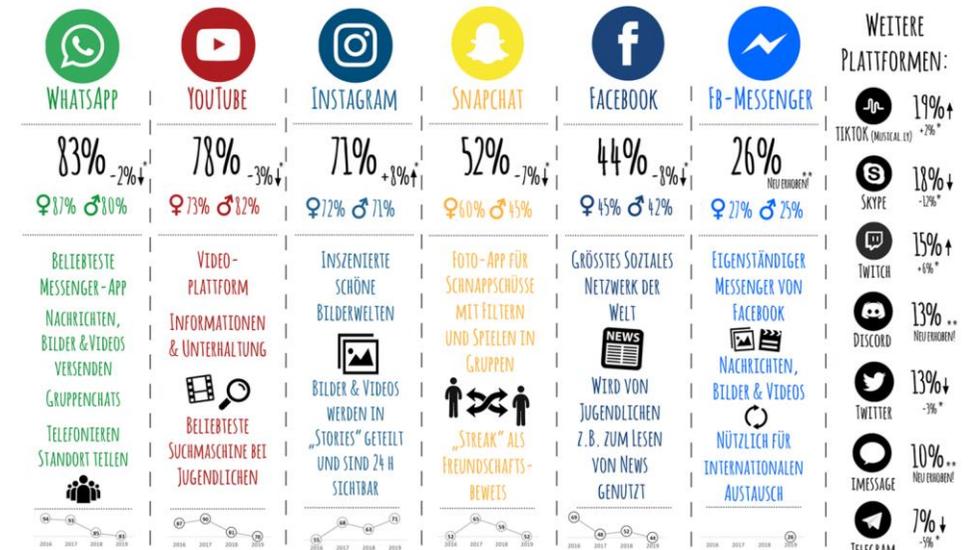


Mädchen und Frauen im Sportverein Ansätze

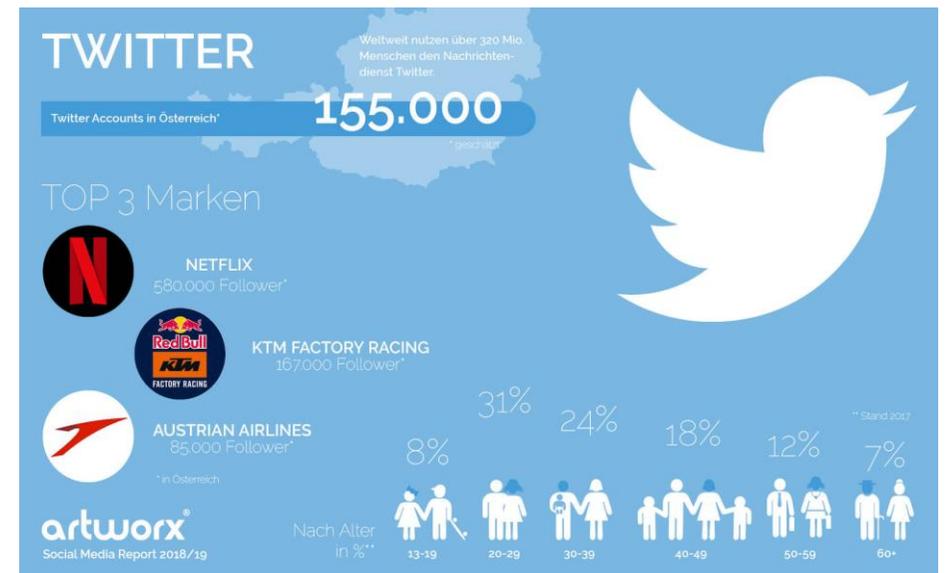


JUGEND-INTERNET-MONITOR 2019 ÖSTERREICH

Saferinternet.at Das Internet sicher nutzen!



*Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2018 | **Erstmals für den Jugend-Internet-Monitor 2019 erhoben
 Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Frage: Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du? (Mehrfachantworten möglich)
 Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 01.02.2019, n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 194 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5%.
 Dieses Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Icons designed by Freepik.com & Flaticon.com. Font: Amatic © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.
 Gefördert durch das Bundeskanzleramt, Sektion Familien und Jugend. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.
 Co-financed by the European Union Connecting Europe Facility



Quelle: <https://www.artworx.at/social-media-in-oesterreich-2018-trends-2019/#!prettyPhoto/3/>
<https://www.derstandard.at/story/2000099945619/social-media-instagram-ist-bei-jugendlichen-das-neue-whatsapp>

Mädchen und Frauen im Sportverein

Ansätze

Österreichischer Fußball-Bund



- Mögliche Ansätze für Sportvereine die Mädchen und Frauen gewinnen und binden wollen
 - Teambuilding abseits des Platzes (gemeinsame Aktivitäten)
 - Den Spielerinnen eine Stimme geben – bei Zielsetzungen miteinbinden (Identifikation mit dem Team)
 - Respektvoller Umgang, qualifizierte, freundliche, und unterstützende Coaches/Betreuer
 - Den Mädchen Karrierewege aufzeigen abseits der professionellen Spielerinnenkarriere (z.B. Trainerausbildung, Schiedsrichterausbildung, Sportmanager...) – Role Models/Vorbilder einladen die ihre Geschichten erzählen
 - Aus- und Weiterbildung für Coaches – eventuell auch Auszeichnung für Personen im Verein die sich besonders einsetzen
 - Eltern am laufenden halten (Vereinsbotschaft, Vereinswerte, Entwicklungsmöglichkeiten)
 - Awards (z.B. Best Team Player)
 - Frauenteam/Frauen eine Stimme im Verein geben





- Ca. 50% der Bevölkerung in Österreich sind Mädchen und Frauen → Warum das Potential nicht nutzen?
- Steigerung der Nachwuchsspieler → Nachwuchsteams können leichter gestellt werden → wenn Mädchen von Beginn an integriert sind haben sie die gleichen Möglichkeiten sich zu entwickeln und ins Team zu wachsen
- Erhöhung der Mitgliederzahlen des Vereins (mehr Mitgliedsbeiträge)
- Imagepflege → Der Verein wird von außen als familienfreundlich, sympathisch und familiär gesehen. Dadurch könnten mehr Spieler/innen, Mitglieder usw. gewonnen werden und dies könnte zu einer Steigerung der Besucher bei Spielen führen
- Die Installierung einer Frauenmannschaft könnten zusätzliche Sponsoren und Fördermittel bringen (Inklusion aller – positive Außenwirkung)
- Als moderner offener Verein gesehen werden und dem internationalen und nationalen Aufwärtstrend des Frauenfußballs nutzen
- Frauenteam schaut bei Männerteam zu und umgekehrt – gegenseitige Unterstützung
- Frauenteam → zusätzlicher Einnahmen Ticketverkauf und Kantinenverkauf



- Elite: Bei Frauen Bundesliga Spielen, Cupspielen und internationalen Teilnahmen, wie Champions League, TV Übertragungen und Sponsoren Werbeminuten
- Positiv für Schulkooperationen wenn Mädchen und Burschen berücksichtigt werden
- Multiplikator Effekt: Durch Aufnahme von Mädchen, können auch Freundinnen, Geschwister, Eltern Interesse am Verein und Fußball entwickeln. Erreicht man die Mädchen, erreicht man auch die Familie und kann diese an den Verein binden als ehrenamtliche Helfer, Funktionäre, Zuseher...
- Frauen werden Mütter und bekommen Kinder. Wenn die Mutter bereits Fußball gespielt hat und eine Leidenschaft für Fußball entwickelt hat, ist die Chance groß, dass das Kind (Mädchen oder Bursche) auch wieder Fußball spielt
- Spielerinnen (nach der Karriere) oder Mütter als Trainerinnen für den Verein gewinnen
- Mädchen/Frauen zu integrieren, könnte sich aufgrund der weiblichen Charaktereigenschaften auch gut auf der Vereinsarbeit und das interne Klima auswirken (zusätzliche Sichtweisen, neue Perspektiven, Ideen, Feedback, kritisches hinterfragen...)
- Jungs/Männer lernen von Mädchen/Frauen und Mädchen/Frauen lernen von Jungs/Männer

... einfach zum nachdenken...

Österreichischer Fußball-Bund



Die Frage ist nicht

Warum sollen Mädchen integriert werden?

Sondern

Warum sollten Mädchen NICHT integriert werden?

Are we ready for some Action?



Österreichischer Fußball-Bund



DANKE