

AH-Fussball Deutschland 11

Fazit / Schlussbemerkung zum AH-Fussball in Deutschland

Anhand der vorliegenden Erkenntnisse können folgende Aussagen bezüglich der Entwicklungen im AH-Fussball getätigt werden. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Entwicklungen im AH-Fussball in Deutschland trotz seines Statuses als ein Nischenprodukt des Fußballsports, sehr positiv zu beurteilen ist. In ca. 25.000 aktiven AH-Mannschaften (von 32 bis 60) sind rund 1 Million Fussballer im fortgeschrittenen Alter immer noch am Ball geblieben. Neben dem ungebrochenen Spaß der Oldies am Fußballspiel, sei es auf wettbewerbs- oder auf freundschaftlicher Basis, sprechen noch die Aspekte, wie Gesundheitsförderung, Gemeinschaftserlebnis, Stressabbau und die Tatsache, dass diese Spieler ihren Vereinen als Mitglieder und in vielen Fällen auch als ehrenamtliche Helfer erhalten bleiben, für den AH-Fussball.

Leider werden die AH-Fußballer als Zielgruppe von der Wirtschaft fast ausschließlich nicht wahrgenommen. Dabei handelt es sich bei diesen Kickern um eine der größten sportlich aktiven Gruppen oberhalb eines Alters von 30 Jahren, die meistens eine intelligente, gut ausgebildete und kaufkräftige Zielgruppe darstellen und die in allen Berufsgruppen unseres Landes vertreten ist.

Neben ihrer Ausrüstung für die Fußballmannschaften konsumiert diese kaufkräftige Zielgruppe seit vielen Jahren Sportschuhe, Trainings- und Freizeitanzüge, Laufschuhe, Trainingstrikots, Bälle, Energie-Drinks, Fahrräder, Tennisschläger, Wanderschuhe, Salben, Verbandsmaterialien, Nahrungsergänzungsmittel und und und. Für ihre Vereine können die AH-Mannschaften bundesweite Botschafter sein, wie die Beispiele SG Balve-Garbeck, TSV Lesum-Burgdamm, TSV Bergrheinfeld, SG Hoechst Classique, VfB Hermsdorf, FC Hennef 05, SG Neuhausen-Cammerswalde/Deutschneudorf sowie NSF Gropiusstadt Berlin zeigen.