



## **WFSGI bringt in New York führende Persönlichkeiten aus Sport und Wirtschaft zusammen, um das Engagement junger Menschen im Rahmen von Großsportveranstaltungen zu fördern**

*Die Veranstaltung „The One Goal. Move the World.“ untersucht, wie die Akteure großer Sportveranstaltungen zusammenarbeiten können, um für junge Menschen und Gemeinschaften größere und nachhaltigere Vorteile für die körperliche und geistige Gesundheit zu erzielen.*

**New York, 25. Juni 2026** – Der Weltverband der Sportartikelindustrie (WFSGI) brachte gestern Führungskräfte aus den Bereichen Sport, öffentliche Gesundheit, Zivilgesellschaft und der globalen Sportartikelindustrie zu einer Veranstaltung bei adidas in New York City zusammen. Die Veranstaltung fand während der FIFA-Weltmeisterschaft 2026 statt und befasste sich mit einem gemeinsamen Ziel: Wie können die Akteure großer Sportveranstaltungen ihre Zusammenarbeit vertiefen, um körperliche Betätigungen nachhaltig zu beeinflussen, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen vor Ort?

**Juan Mata, Fußballlegende aus Spanien, bei Manchester United und Chelsea sowie Unterstützer von Common Goal**, eröffnete die Veranstaltung und rief alle Anwesenden dazu auf, gemeinsam daran zu arbeiten, dass junge Menschen aktiv und sportlich bleiben. *„Eine der ersten Lektionen, die ich im Fußball gelernt habe, ist, dass man ein Team braucht, um seine Träume zu verwirklichen. Auf dem Platz leben wir nach diesem Motto, doch im sozialen Umfeld sehen wir das viel zu selten. Es liegt nicht in der alleinigen Verantwortung einer Organisation, eines Rechteinhabers, einer Regierung oder einer Gemeinschaft, die Beteiligung zu steigern und eine lebenslange Liebe zum Fußball oder zu einer anderen Sportart zu wecken. Es liegt an allen Akteuren im Sport, zusammenzukommen und Kindern überall dabei zu helfen, dieselbe Begeisterung und Freude zu erleben, die ich als Fußballer genossen habe.“*

Die „One Goal. Move the World.“-Kampagnenveranstaltung wird von führenden WFSGI-Mitgliedsmarken unterstützt, darunter adidas, Amer Sports, Arena, ASICS, Brooks, Decathlon, New Balance, Nike, Oakley, Specialized und Under Armour. Sie brachte Rechteinhaber, Austragungsorte, NGOs, Stiftungen, UN-Organisationen und Branchenführer zusammen, um evidenzbasierte Erkenntnisse und Strategien für eine erfolgreiche Zusammenarbeit auszutauschen, mit denen das Vermächtnis der Teilhabe fest in die Konzeption und Durchführung von Großveranstaltungen verankert werden kann.

Die Veranstaltung orientiert sich an der Resolution der Weltgesundheitsorganisation (WHO) aus dem Jahr 2024 zur Stärkung von Gesundheit und Wohlbefinden durch



Sportveranstaltungen (WHA77.12) sowie an praktischen Erfahrungen von Organisationen, die weltweit auf lokaler Ebene tätig sind.

### **Eine gemeinsame Chance für den Sport und für junge Menschen**

Weltweit 81 % der Jugendlichen erfüllen die grundlegenden Richtlinien der WHO zur körperlichen Aktivität nicht. Angesichts der einzigartigen Position der Sportartikelbranche, sportliche Erlebnisse in nachhaltige Gewohnheiten zu verwandeln, hat der WFSGI dieses Treffen einberufen. Das Ziel hierbei ist den Fokus darauf zu legen, was funktioniert – und wie die Branche eine aktivere Rolle dabei spielen kann, dies zu verwirklichen.

**Dave Wheeler, COO von New Balance und WFSGIKo-Vorsitzender**, eröffnete die Veranstaltung mit der Bekräftigung des Engagements der Branche, über bloße Inspiration hinauszugehen und konkrete Auswirkungen für junge Menschen zu erzielen. Laut Wheeler *„erinnert uns die FIFA-Weltmeisterschaft an die außergewöhnliche Kraft des Sports, die Welt zu vereinen, zu inspirieren und zu bewegen. Als Sportartikelindustrie tragen wir dazu bei, Sport zu ermöglichen – durch die Produkte, auf die sich Sportler verlassen, durch Innovationen, die die Leistung verbessern, und durch Partnerschaften, die Programme, Trainer, Vereine und Gemeinschaften unterstützen. Doch unsere größte Wirkung liegt nicht nur in dem, was wir herstellen, sondern darin, wie wir mehr jungen Menschen helfen, das Selbstvertrauen, die Verbundenheit und die Chancen zu erleben, die der Sport bieten kann. Bei Veranstaltungen wie dieser setzen wir Inspiration in Taten um – und schaffen ein Vermächtnis, das lange vor dem Schlusspfiff beginnt.“*

**Emma Zwiebler, CEO der WFSGI**, fuhr fort: *„Als Branche, die die Welt bewegt, kommt der Sportartikelbranche dank unserer globalen Reichweite, unseres kulturellen Einflusses und unserer Leidenschaft, Menschen zu körperlicher Aktivität zu motivieren, eine einzigartige Rolle zu. Doch dies geht über einzelne Marken, Organisationen oder Branchen hinaus. Heute geht es darum, die Vielzahl der Akteure zusammenzubringen, die entscheidend dafür sind, die Ambitionen hinsichtlich des Vermächtnisses großer Sportveranstaltungen zu erfüllen, auszutauschen, was funktioniert und was nicht, und sicherzustellen, dass die Dynamik und die Erkenntnisse dieser Weltmeisterschaft an zukünftige Veranstalter weitergegeben werden. Durch Zusammenarbeit können wir den jungen Menschen und Gemeinschaften helfen, die es am dringendsten brauchen.“*

### **Aus einem Moment eine Bewegung machen**

Die erste Podiumsdiskussion mit dem Titel **Vom Moment zur Bewegung: Warum das Vermächtnis der Beteiligung bereits bei der Veranstaltungsplanung beginnen muss** befasste sich damit, warum und wie die Beteiligung junger Menschen von Anfang an in die Planung



großer Sportveranstaltungen eingebunden werden sollte. Die Diskussion wurde unter anderem von Brianna Keys (Direktorin für soziale Verantwortung, FIFA-Gastgeberstadt NYC/NJ), Brian Flinn (SVP Global Flag Football, NFL), Jennifer Gray (Regional Partnership Manager, World Rugby), Renata Simril (CEO, LA84 Foundation), Maya Stephen (Partnerships Manager, Soccer Forward) und Katie Hanna (Leiterin Nordamerika, Centre for Sport and Human Rights) geleitet.

Die Podiumsteilnehmer erörtern, wie Vereinbarungen mit Austragungsorten, Maßnahmen zur Gewährleistung von Teilhabe und Chancengleichheit sowie die Rolle der Branche als aktiver Wegbereiter – und nicht nur als Sponsor – zusammenwirken können, um für die Gemeinden sinnvolle Ergebnisse zu erzielen.

### **Von der Inspiration zur Gewohnheit**

Die zweite Podiumsdiskussion mit dem Titel *„Von der Inspiration zur Gewohnheit“* befasste sich damit, was auf Gesellschaftsebene funktioniert, um die Energie von Veranstaltungen in eine dauerhafte Verhaltensänderung umzuwandeln. Wobei ein besonderer Schwerpunkt auf benachteiligten Jugendlichen lag. Zu den Podiumsteilnehmern gehörten Brianna Keys (Leiterin für soziale Wirkung, FIFA-Austragungsort New York/New Jersey), Jennifer Sullivan (COO, New York City Football Club), Tom Farrey (Geschäftsführer, Programm „Sports & Society“, Aspen Institute), Laurie Whitsel (Beraterin der Physical Activity Alliance und Vizepräsidentin der American Heart Association), Yasmine Oucherif (Generation 2026: „Youth Media Forward“-Botschafterin), Mary Connor (CEO, Common Goal), Hector Moyeton (Ahsoka Changemakers) und Andy Jenkins (Leiter der Jugendförderung, South Bronx United).

Aus den Podiumsdiskussionen und den Gruppenarbeiten gingen fünf Leitprinzipien hervor, um das Engagement junger Menschen im Rahmen von Großsportveranstaltungen weiterzuentwickeln und jene jungen Menschen zu erreichen, die am meisten davon profitieren können.

Die WFSGI wird mit den Teilnehmern und anderen interessierten Akteuren zusammenarbeiten, um diese fünf Grundsätze bei der Weltgesundheitsversammlung im nächsten Jahr in Genf den Regierungen vorzulegen.

##Ende##



## Über die WFSGI

Die World Federation of the Sporting Goods Industry (WFSGI) ist der weltweite Branchenverband der Sportartikelindustrie mit 150 Mitgliedsunternehmen, auf die etwa 70 % des weltweiten Sportartikelumsatzes entfallen. Die WFSGI ist an der Schnittstelle zwischen Sport, Wirtschaft und Politik tätig, um eine gesündere und aktivere Welt für alle zu fördern. Der Verband ist durch die Olympische Bewegung als Repräsentant für die Sportartikelindustrie anerkannt. Der WFSGI unterhält offizielle Beziehungen zur Weltgesundheitsorganisation, um globale Ziele im Bereich der körperlichen Aktivität zu unterstützen. [www.wfsgi.org](http://www.wfsgi.org)

[WFSGI-Bericht zu den Auswirkungen körperlicher Aktivität 2025: Die Welt in eine aktive Zukunft führen | WFSGI – World Federation of the Sporting Goods Industry](#)

## Medienkontakt

**Linda Murphy, Leiterin der Kommunikationsabteilung bei WFSGI** — [lmurphy@wfsgi.org](mailto:lmurphy@wfsgi.org)