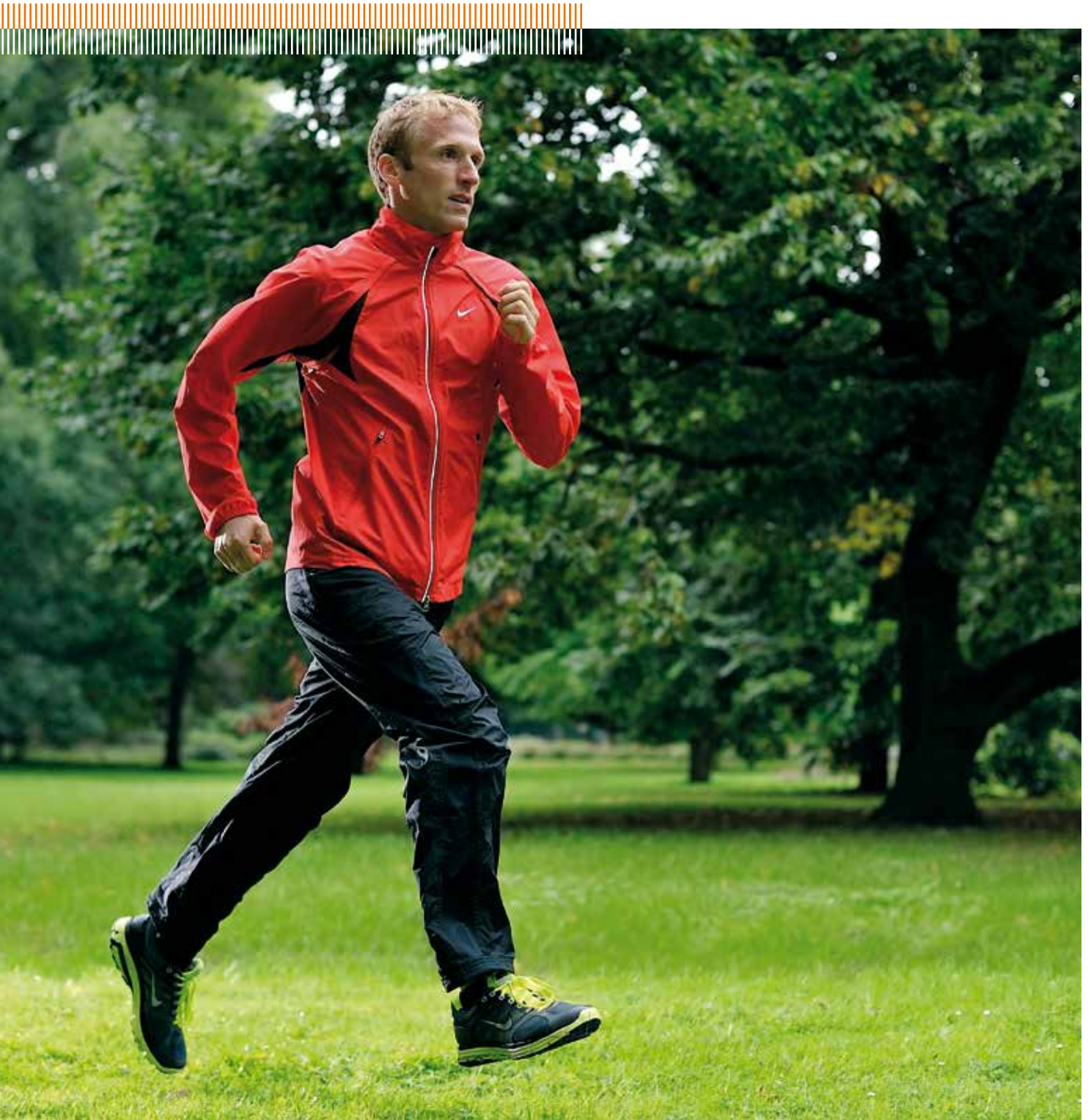




Praxisleitfaden „klimaneutrale“ Lauf- und Sportevents

Klimaschutz bewegt!



Langstreckenläufer Jan Fitschen (u. a. 2006 Europameister über 10.000 m) unterstützt diesen Praxisleitfaden
(© Foto: R. Hoernig)

Einleitung

Klimaschutz im Sport


2.201.336 Teilnehmer, 3.776 Volksläufe (2012)¹ und mehrere hunderttausend Zuschauer: Der Sport erreicht aufgrund seines hohen Sympathiewertes und seiner Veranstaltungsvielfalt praktisch alle Bevölkerungsschichten. Dabei ergeben sich zahlreiche Berührungspunkte mit den Belangen des Klima- und Umweltschutzes. Durch die aktive Teilnahme und den Spaß am gemeinsamen Sporterlebnis können zahlreiche Menschen einen Beitrag zum Klimaschutz leisten und ihre persönliche CO₂-Bilanz verbessern. Sportevents gehören damit zu den gesellschaftlichen Ereignissen, die in einem positiven Umfeld viele Möglichkeiten zum Klimaschutz bewusst machen können.

Die Organisatoren eines „klimaneutralen“ Sportevents beschäftigen sich von der Planung bis zur Umsetzung mit vielen Prozessen, bei denen CO₂ eingespart oder reduziert werden kann. Von einem „klimaneutralen“ Sportevent spricht man grundsätzlich dann, wenn zunächst alle Möglichkeiten der CO₂-Reduktion vor Ort ausgeschöpft und zusätzlich die nicht vermeidbaren Emissionen durch entsprechende regionale oder überregionale Klimaschutzprojekte kompensiert werden. Dies beinhaltet konsequenterweise auch eine nachvollziehbarer Bilanzierung (CO₂-Fußabdruck) der Veranstaltung.

Die Sensibilisierung bei beteiligten Institutionen, Unternehmen, Sportlern, Zuschauern und Organisatoren steht dabei im Mittelpunkt. Deshalb ist es wichtig, bereits frühzeitig eine entsprechende Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Eingebettet in regionale/kommunale Klimaschutzstrategien und in Kooperation mit Akteuren vor Ort ergeben sich von der Sponsorenanfrage, über das Marketing bis zum Catering neue Möglichkeiten und kreative Ideen der Sporteventgestaltung. „Klimaneutrale“ Sportevents bewirken nicht zu unterschätzende klimaschützende Hebelwirkungen in zahlreichen Handlungsfeldern, ohne dabei auf die Spaßbremse zu treten. Zwang und mahnende Appelle sind bei diesem Vorhaben kontraproduktiv.

Jan Fitschen: „Jeder Sportler liebt die Bewegung im Freien. Besonders für mich als Läufer gibt es nichts schöneres, als beim Joggen die frische Waldluft einzuatmen. Nicht nur im Alltag und in der Freizeit können wir dafür sorgen, dass dies für uns alle weiterhin möglich ist, sondern auch bei unseren gemeinsamen Sportevents. Daher unterstütze ich diesen Praxisleitfaden mit seinen vielfältigen und kreativen Tipps zur klimaschonenden Ausrichtung von Sportveranstaltungen.“


Dieser Praxisleitfaden ist entstanden im Auftrag des Klimaschutzministeriums NRW und richtet sich an Sportverbände und -vereine, Sporteventveranstalter und kommunale Akteure. Er bezieht viele Erfahrungen des „klimaneutralen“ Siegerländer AOK-Firmenlaufs und des „klimaneutralen“ Crossmarathons steinhart500 ein. Er soll Aktive bei der Durchführung eigener umweltfreundlicher Sportevents auf regionaler oder Vereinsebene unterstützen.

Das Symbol  verweist auf praktische Checklisten und weitere Informationen auf der Webseite der EnergieAgentur.NRW (www.energieagentur.nrw.de).

¹ Volkslaufstatistik 2012, DLV.

Schritt für Schritt organisiert – „klimaneutral“ vom Start zum Ziel

Wer einen Sportevent veranstaltet, sollte bereits zu Beginn der Planungen Klimaschutzaspekte berücksichtigen. Die Umstellung auf eine „klimaneutrale“ Organisation ist nicht von heute auf morgen machbar und nicht alles lässt sich sofort umsetzen. Doch auch die Signalwirkung zählt.

Ein Organisationsteam erarbeitet als „Schrittmacher“ der Planung und Umsetzung die Maßnahmen. Orientierungshilfe bietet die Checkliste . Die CO₂-Emissionen, die direkt und indirekt entstehen können (siehe Abb. 1: CO₂-Emissionen) und die Effekte der einzelnen Klimaschutzmaßnahmen werden öffentlichkeitswirksam dokumentiert.

In der Praxis hat sich folgende Vorgehensweise bewährt:

- **Fahrplan Maßnahmenkatalog** (road map)
Die Aufstellung eines Maßnahmenkataloges  zu Beginn der Planung mit den einzelnen Handlungsfeldern gibt dem Orga-Team wichtige Hilfestellungen und einen Überblick über alle relevanten Eckdaten für die Umsetzung.
- **Klimaschutzbeauftragter – einer hat den Hut auf**
Das Orga-Team sollte einen Klimaschutzbeauftragten ernennen und mit ihm oder ihr die Maßnahmen erarbeiten. Als Kümmerer baut er ein Netzwerk auf (s. Abb. 2) und ist verantwortlich für die Umweltfragen. Er koordiniert die Datenbereitstellung für die CO₂-Bilanz und Evaluation und organisiert die Öffentlichkeitsarbeit.

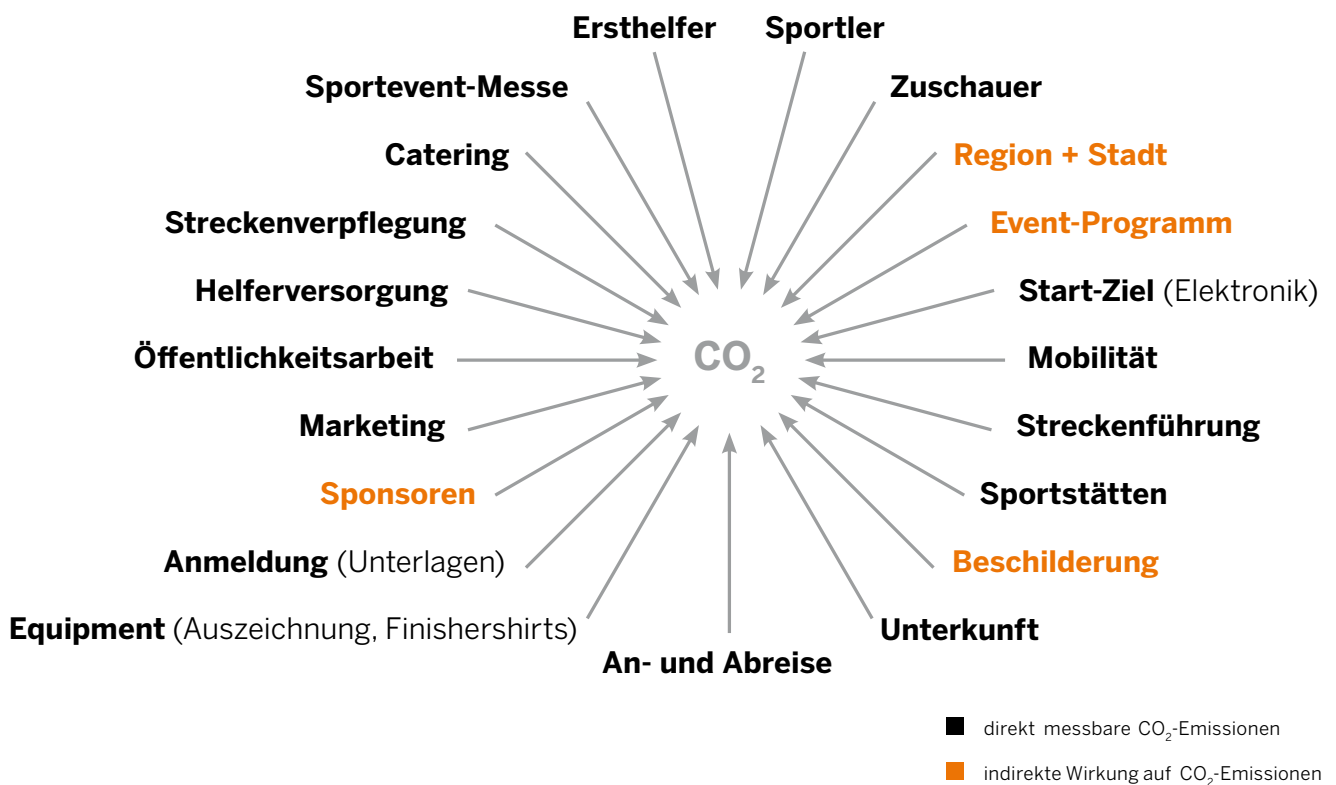


Abb. 1: CO₂-Emissionen



Start zum klimaneutralen Siegerländer AOK Firmenlauf (2012)

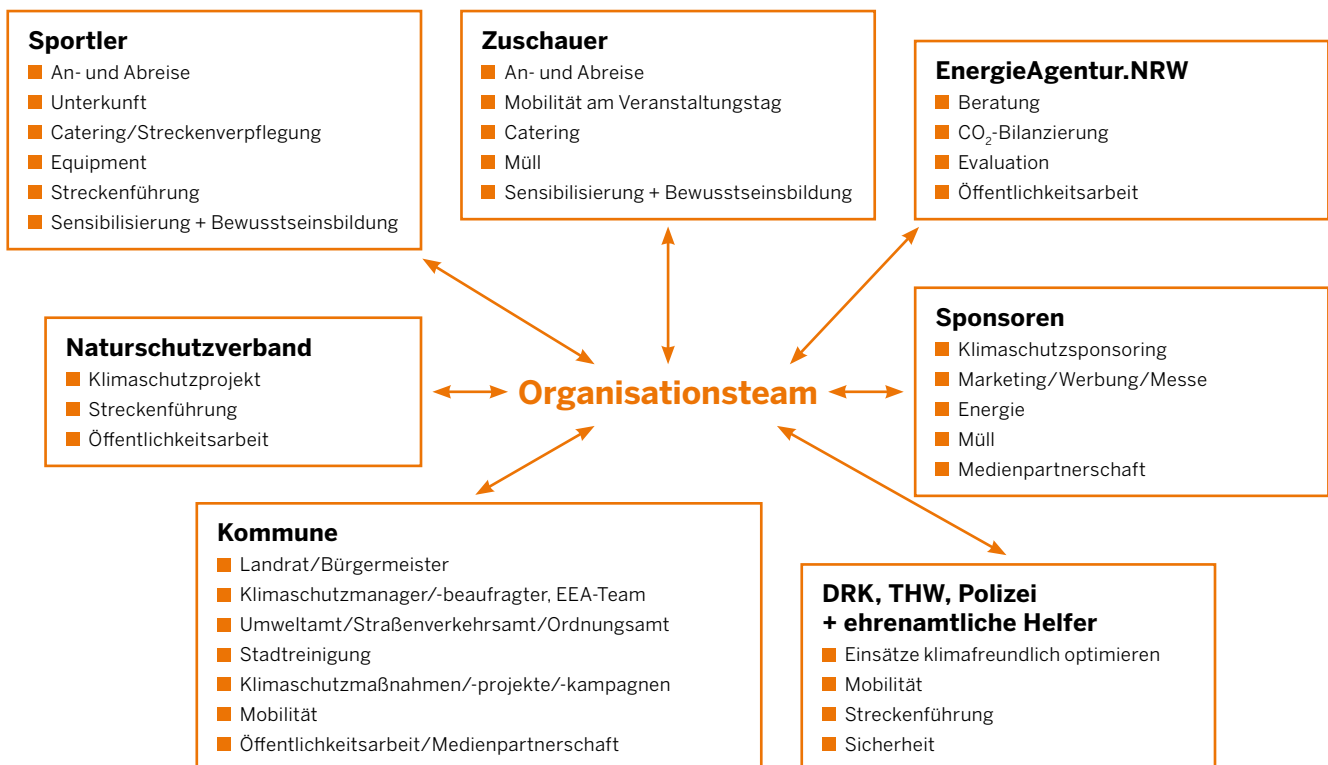


Abb. 2: Netzwerk Akteure

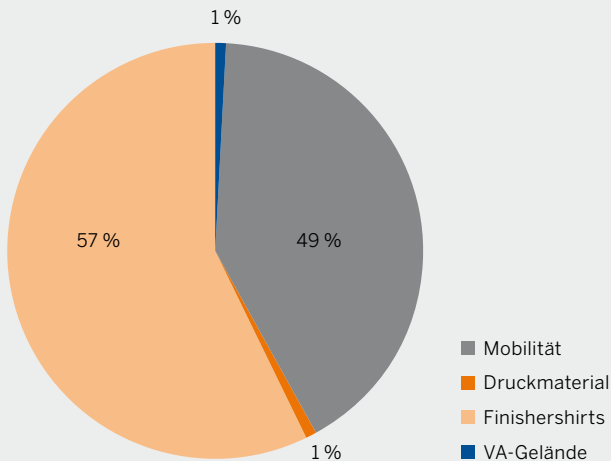


Abb. 3: CO₂-Emissionen 2012
Siegerländer AOK-Firmenlauf

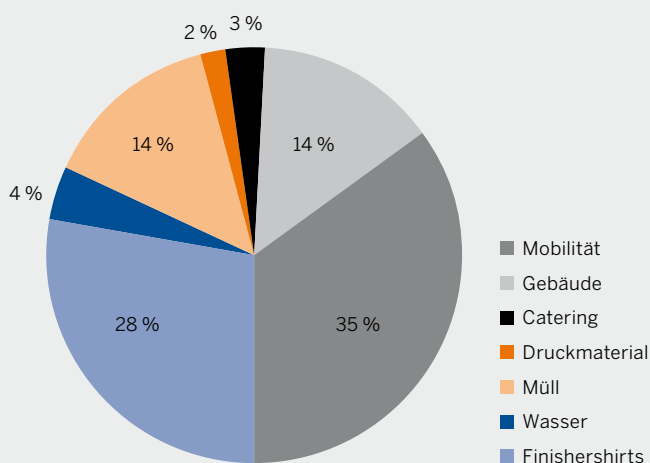


Abb. 4: CO₂-Emissionen 2012
Crossmarathon steinhart500


Handlungsfelder – Handlungsspielräume

CO₂-Emissionen entstehen in vielen Bereichen. Der Siegerländer AOK-Firmenlauf erzeugte 2012 mit über 7.000 Teilnehmern insgesamt 62,78 t CO₂ (siehe Abb. 3), der Crossmarathon steinhart500 2012 mit über 600 Teilnehmern 5,74 t CO₂ (siehe Abb. 4).

Mobilität – das Angebot macht's

Ob ein Sportevent „auf der grünen Wiese“ oder mitten in der Stadt veranstaltet wird – der An- und Abreiseverkehr der Teilnehmer und Zuschauer sind die wesentlichen Treibhausgasquellen von Sportevents. Eine ökologische und effiziente Gestaltung ist von Anfang an wichtig, um unnötige Verkehre zu vermeiden und nicht vermeidbare Verkehre auf klimaschonende Verkehrsmittel wie den ÖPNV, das Fahrrad oder das Zufußgehen zu verlagern. Gleichzeitig werden auch (Lärm)-Belastungen im Umfeld des Sportevents für Anwohner minimiert. Aber auch ein Park + Ride-Angebot für PKW in der näheren Umgebung, das sich an das öffentliche Verkehrsnetz anschließt, entlastet das Gebiet des Sportevents vom Verkehrsaufkommen, vom Lärm und von Abgasen.

Besser mit den Öffentlichen

Die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Fahrrad- und Fußwege sollten einen möglichst hohen Anteil am gesamten An- und Abreiseverkehr ausmachen. Hier sollten die Organisatoren möglichst frühzeitig Kontakt mit den zuständigen Stellen in der Kommune aufnehmen (z. B. Straßen- und Verkehrsamt, Verkehrsbetriebe, Klimaschutzmanager). Bereits mit der Anmeldung sollten Informationen über verschiedene Angebote  bereitgestellt werden. Kooperationen mit örtlichen Verkehrsgesellschaften, z. B. Sonderzüge, Shuttlebusse oder Kombitickets, erhöhen die Attraktivität der öffentlichen Verkehrsmittel deutlich. Auch Mitfahrbörsen vermindern das Verkehrsaufkommen.

- Verlagern – umweltverträglichere Verkehrsmittel nutzen (z. B. ÖPNV)
- Verbessern – Strecken mobilitätsfreundlich gestalten, effizienter zurücklegen (z. B. sparsam Fahren, Car-Sharing)
- Kommunizieren – auf Angebote und Möglichkeiten frühzeitig hinweisen

Streckenführung und Unterbringung

Sportevents sollten Natur und Landschaft so wenig wie möglich beeinträchtigen. Durch eine gute Planung kann es gelingen, die vor Ort vorhandenen Ressourcen zu schonen. Der frühzeitige Dialog mit unterschiedlichen Interessengruppen (Forstamt, Naturschutzverband etc.) hilft, Konflikte zu vermeiden. Kooperationen und direkte Teilhabe statt Konfrontation zahlen sich dabei für beide Seiten aus.

Lauf- und Rad-Rundstrecken sind von Vorteil, da sie weniger Aufwand hinsichtlich der Straßenverkehrssicherung, weniger personelle, materielle und mobile Ressourcen (Helfer, Beschilderung) in Anspruch nehmen. Der organisatorische Aufwand ist geringer und Natur- und Landschaft, im Stadtbereich Anwohner, werden weniger beeinträchtigt.

Umweltfreundliche Unterkünfte, Jugendherbergen, Pensionen oder Hotels, die schon im Umweltschutz aktiv sind, sollten ganz oben auf der Angebotsliste stehen. Hilfreich sind hier die örtlichen Tourismusbüros und die Umweltmarke Viabono.


Catering und Streckenverpflegung

Bei der Auswahl und Zubereitung der Lebensmittel für das Catering kann einiges für den Klimaschutz getan werden. Gleichzeitig bietet sich hier die Chance, das Sportevent durch individuelle und regionale Angebote von Massenwaren hervorzuheben – es lässt Spielraum für das Regionalmarketing.

Regional + saisonal = Gut für uns und das Klima

Bei der Zusammenstellung des Angebotes sollte möglichst auf regionale, saisonale und umweltverträgliche Produkte zurückgegriffen werden. Optimal sind Bioprodukte aus der Region.

Im ländlichen Raum gehören Landwirte und Landfrauen beim Einkauf mit ins Partnernetzwerk!

 Bei der Streckenverpflegung ist regionales und saisonales Obst eine verpackungsfreie Alternative. Dennoch sollte den Sportlern die Möglichkeit der eigenen Streckenverpflegung angeboten werden.



Regionale Streckenverpflegung beim klimaneutralen steinhart500 (2012)



Pressekonferenz mit (kommunalen) Akteuren zum klimaneutralen Siegerländer AOK Firmenlauf (2012)

Energie – regional-dezentral-CO₂-neutral

Der Energieverbrauch vor Ort sollte gesenkt und Energieeinsparpotenziale soweit wie möglich durch technische und organisatorische Maßnahmen erschlossen werden.

Es gibt hier diverse Ansätze wie z. B. den Einsatz von Ökostrom. Potenzial bietet auch etwa moderne Veranstaltungstechnik mit LED-Beleuchtung für Bühnen und das Eventgelände. All diese Maßnahmen und Technologien sollten öffentlichkeitswirksam kommuniziert werden (👉 z. B. Presseinfos, Internetseite, Informationsmaterialien, Rahmenprogramm mit Exkursionen zu EE-Anlagen).

Um das Engagement des Veranstalters nach außen und innen zu kommunizieren, bietet sich ein Klimaschutzsponsoring an. Als Partner kommen dazu z. B. Lieferanten von energiesparenden Techniken, örtliche Stadtwerke etc. in Frage 👉.

Oft findet begleitend zu Sportevents eine Eventmesse statt. Diese hat sich als hervorragende Kommunikationsplattform auch für Umweltthemen erwiesen. Für die Ansprache der Läufer sowie Zuschauer lassen sich dabei auch gut Sponsoren und Partner einbinden, um entsprechende Klimaschutzbotschaften zu transportieren.

Wasser

Trinkwasser ist eine wertvolle Ressource, daher sollte der Wasserverbrauch von Sportevents reduziert werden. Empfehlenswert ist die Verwendung von Wasser sparenden (Sanitär-) Einrichtungen und Geräten in Sportstätten.

Duschwasser: Ein Großteil des benötigten heißen Wassers zum Duschen kann beispielsweise durch Duschköpfe mit so genannten Durchflussbegrenzern eingespart werden. Zum Händewaschen reicht kaltes Wasser. Die Heißwasserzufuhr zu den Wasserhähnen wird daher einfach abgestellt.

Müll

Abfallvermeidung und -verminderung steht an erster Stelle. Nicht vermeidbare Abfälle werden umweltfreundlich verwertet und nicht verwertbare Abfälle fachgerecht entsorgt. Einweg-Plastikgeschirr und -besteck beispielsweise lässt sich durch Mehrweggeschirr oder recyclebares Geschirr und Besteck (u. a. Trinkbecher an den Verpflegungsständen, essbare Waffelschalen) ersetzen.

Eine Reduzierung des Müllaufkommens bei begleitenden Sportmessen kann u.a. durch eine anteilige Standgebühr für die Müll-Entsorgung erreicht werden 👉.

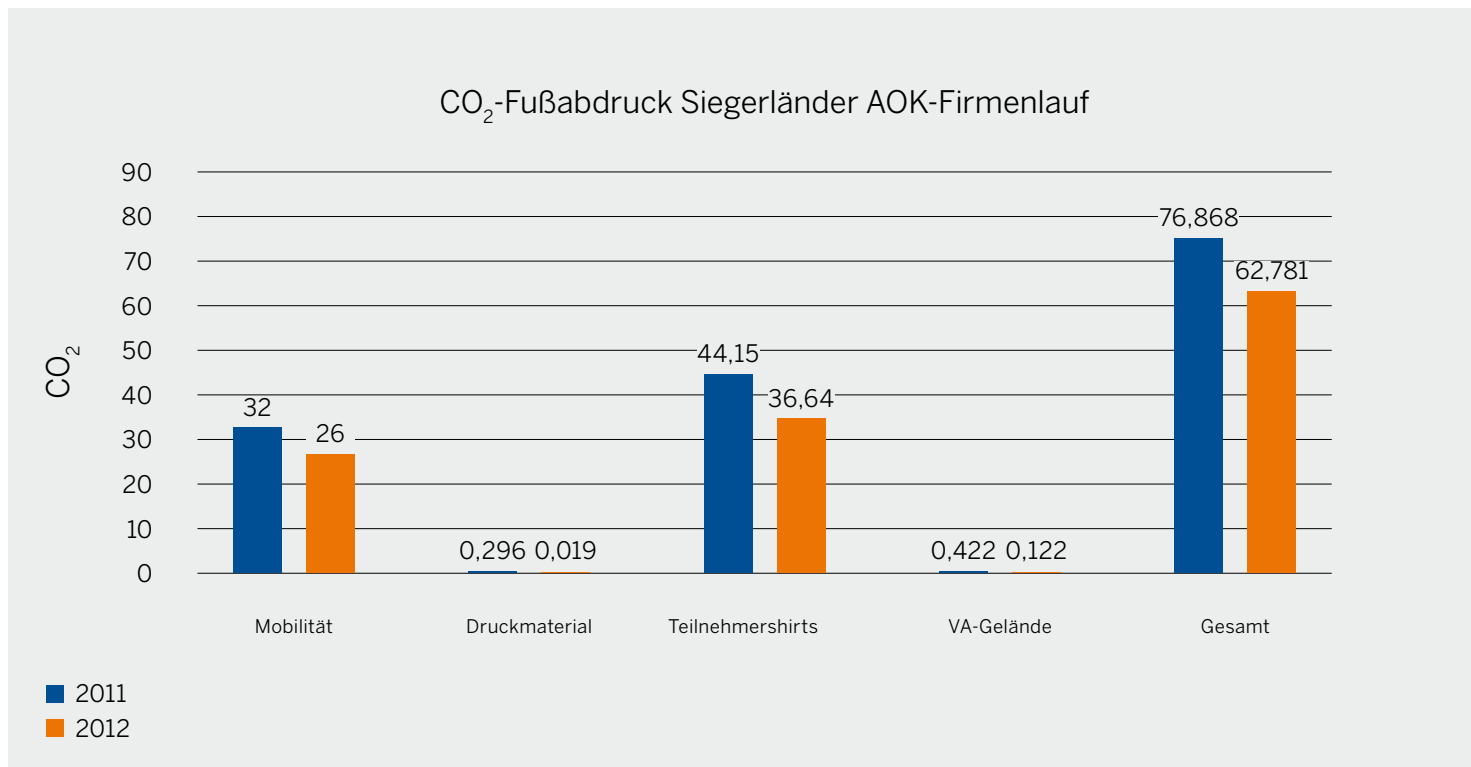


Abb. 5: CO₂-Fußabdruck des Siegerländer AOK-Firmenlauf

Öffentlichkeitsarbeit – neue Strategien

Unser Ziel: CO₂-neutral“

Sportevent passen hervorragend in eine regionale/kommunale Klimaschutzstrategien. Sie eröffnen neue Möglichkeiten für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit und bewerben neben den sportlichen auch die Klimaschutzziele der Region. Z. B. in Bezug auf erneuerbare Energie sowie Energieeffizienz. Dabei hilft:

- Die Ansprache neuer Sponsorengruppen (z. B. EE-Branche, örtliches Stadtwerk),
- Die Bildung von Medien- und Kampagnenpartnerschaften (z. B. Internetauftritt der Kommune, gemeinsame Pressekonferenzen und Veranstaltungen) 🗨️ und
- Das werbewirksames Einbinden von Aspekten der Umweltbildung 🗨️.

Die Öffentlichkeit sollte möglichst frühzeitig und intensiv über Ziele, Maßnahmen und Wirkungen des klimafreundlichen Sportevents informiert werden. Die 🗨️ Instrumente dafür sind vielfältig. Und auch im Nachgang sollte der Klimaschutzbeauftragte Effekte und Erfolge publik machen (s. Abb. 5).

Equipment – Vielfalt statt Einfalt

Pokale, Medaillen, Finishershirts: Durch regelmäßige Teilnahme an Sportevents können die Schränke mit solchen Präsenten bereits gut gefüllt sein. 🗨️ Warum nicht auf kreative Alternativen umsteigen und stattdessen regionale Besonderheiten, z. B. Lebensmittelspezialitäten, anbieten? Das trägt zum Klimaschutz bei und gibt dem Sportevent eine besondere Note.

Reinigungsmittel – grundsätzlich sollten Veranstalter und Caterer umweltfreundliche Spül- und Reinigungsmittel nutzen.

🗨️ Druckmaterialien (u. a. Flyer, Plakate) sollten klimaneutral gedruckt werden. Viele Druckereien haben dies bereits auch schon im Portfolio. Der Druck sollte möglichst auf 100 % Recyclingpapier erfolgen.

Viele weitere Tipps zum Equipment bieten die Checklisten auf den Internetseiten der EnergieAgentur.NRW.



Abb. 6: Trainingsplan Klimaschutz

Wettkampfperiode 1 Monat - Sportevent

Übergangsperiode nachher

10 Tage vorher

Ablaufbesprechung – Akteure

- Vor-Ort-Treffen mit allen Akteuren (u. a. Sponsoren, Aussteller)

Veranstaltungstag

Organisation

- Überprüfung/Kontrolle, Auf- und Abbau

nachher

CO₂-Emissionen

- Berechnung CO₂-Emissionen
- Evaluation
- Kompensation

Öffentlichkeitsarbeit

- Veröffentlichung Effekte/Ergebnisse + Klimaschutzprojekt/-maßnahme (Internetseite, Presse)

Der CO₂-Fußabdruck – Effekte und Erfolge

„Nach dem Spiel ist vor dem Spiel“: Mit der Nachbesprechung und Planung für das nächste Jahr wird ein Resümee über die Effekte der durchgeführten Klimaschutzmaßnahmen gezogen. Die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks der Veranstaltung liefert wichtige Erkenntnisse darüber, wie das angedachte Konzept in der Praxis seine Wirkung entfaltet.

Vermeiden – vermindern – kompensieren

Für effektiven und glaubwürdigen Klimaschutz gilt die Reihenfolge vermeiden, vermindern und zuletzt den verbleibenden Rest an Treibhausgasen kompensieren. Die Klimawirkungen eines Sportevents, die in den Bereichen Mobilität, Catering, Gebäude, Wasser, Müll, Equipment, Printprodukte verursacht werden, können Organisatoren mit dem CO₂-Eventrechner der EnergieAgentur.NRW berechnen. Der CO₂-Eventrechner (www.energieagentur.nrw.de/event-rechner) liefert die notwendige Methodik dazu. Mit der Eingabe weniger Daten kann so auch von Laien eine CO₂-Bilanz über den Event erstellt werden. Die Berechnungen können bei Bedarf zur Prüfung an die EnergieAgentur.NRW übermittelt werden. Bei der Kompensation der Restemissionen gibt es verschiedene Möglichkeiten. Das Umweltbundesamt hat hierzu einen Leitfaden erstellt. Sie finden ihn auf den Seiten des Umweltbundesamtes www.umweltbundesamt.de.

Die EnergieAgentur.NRW bietet die fachliche Beratung bei der Erstellung von CO₂-Bilanzen, Kompensation und vielfältige themenspezifische Informationen. Kommunale Klimaschutzmanager können bei der Datenbeschaffung unterstützen.

Zusammenfassung – „Trainingsplan Klimaschutz“

Ein Trainingsplan bietet sowohl aktiven Sportlern, wie auch dem Organistorenteam eines „klimaneutralen“ Sportevents ein Gerüst für die Zeitplanung. Für die erfolgreiche Durchführung ist es erforderlich, verschiedene Arbeitsschwerpunkte zu setzen. Klimaschutz lässt sich trainieren, dabei weisen unterschiedliche Perioden bei der Organisation die wichtigen zeitlichen Ablaufschritte (siehe Abb. 6).

Jan Fitschen: „Für sportliche Erfolge braucht man einen Trainingsplan. Auch meinen Marathon laufe ich nicht „einfach so“. Und ganz ähnlich lässt sich der Klimaschutz trainieren und planen!“

Folgende Empfehlungen ergeben sich für die Praxis::

- 1. Nicht „überpacen“:** jedes Sportevent hat seine individuellen Potenziale und Ressourcen, um die „klimaneutrale Ausrichtung umsetzen zu können
- 2. Gemeinsam stark:** regionale und kommunale Klimaschutzpotenziale und –netzwerke nutzen, Kooperationen aufbauen
- 3. Klimaschutz denken und handeln:** Klimaschutz in der Gesamtorganisation fest verankern
- 4. Kommunizieren und dokumentieren:** Frühzeitig die Öffentlichkeit über das Konzept informieren und durchgeführte Maßnahmen und deren Erfolg im Nachgang dokumentieren.

Impressum

EnergieAgentur.NRW
Roßstraße 92
40476 Düsseldorf

E-Mail: post@energieagentur.nrw.de

Telefon: 0211 / 837 1930
www.energieagentur.nrw.de

©EnergieAgentur.NRW/EA 266

Informationen zum Thema:

Michael Müller
michael.mueller@energieagentur.nrw.de

Text und Gestaltung

www.inside-partner.de

Stand

09/2013

