



# - SPORT AUF DEM WEG -

**Treffpunkt Nachhaltigkeit | Mittwoch, 13. Juli 2022**

Impulse durch: **Dr. Christoph Hecht** | ADAC e.V.  
**Tessa Reifenberg** | Deutsche Leichtathletik Marketing GmbH  
**Achim Hirsch** | Share Now GmbH

## Faszination Bewegung – Sportstätten als Anziehungspunkte für Athlet:innen und Fans

- Die Faszination von und für Sport bewegt Menschen - effiziente Mobilitätskonzepte sind gleichermaßen Notwendigkeit und Möglichmacher
- Sport begeistert alle Ebenen der Gesellschaft, entsprechend inklusiv (Kosten, Barrierefreiheit, Sicherheit, Zuverlässigkeit) müssen Anreisewege gestaltet werden
- Im Mobilitätsmix von Sportveranstaltungen ist der ÖPNV mit seiner hohen Kapazität und Umweltfreundlichkeit zentraler Bestandteil
- Individualverkehr ist jedoch nötig und wichtig, um unabhängig vom Wohnort jedem Fan das Liveerlebnis zu ermöglichen
- Sharing-Angebote ermöglichen die Schließung bestehender Lücken im ÖPNV-Netz und die Anbindung an dieses für Bündelungseffekte
- Zudem wichtig: Anpassung der Infrastruktur zur Unterstützung der Verkehrswende (gesicherte Fahrradstellplätze, Ladesäulen, Verkehrsleitsysteme,...)
- Anreizsysteme für ressourceneffiziente Anreise schaffen (Kombiticket, Preisgestaltung Parkflächen, Rabatte und Incentives, Gewinnspiele, ...)
- Push- und Pull-Faktoren gleichermaßen mitberücksichtigen und den aktiven Austausch mit anreisenden Fans suchen

## Ressourceneffizienz – auch bei der Planung und Durchführung maßgeblich

- Menschen mitnehmen: Die aktive Einbeziehung aller Stakeholder stärkt Identifikation und Commitment
- Bereits von Beginn der Veranstaltungsplanung das Themenfeld Mobilität ganzheitlich mit einbeziehen
- Alle Stakeholder mitnehmen und sensibilisieren: Athlet:innen und Teams, Schieds- und Kampfrichter:innen, in der Organisation beteiligte Kolleg:innen, Dienstleister
- Bei notwendigen Mobilitätsangeboten zur optimalen Erbringung der Leistung (z.B. Transfers zwischen Wettkampfstätten, Shuttleangebote, weite Anreisewege) auf emissionsärmere Elektro- oder Hybridfahrzeuge setzen
- Beauftragung von regionalen Dienstleistern, Gewerken und Lieferanten
- Auch bei der Mobilität gilt es zukunftsorientiert zu denken: langfristiger Erfolg ist nur möglich, wenn alle sich für den Planeten und die Gemeinschaft einsetzen. Veränderungen von Gewohnheiten jedes Einzelnen hin zu einer nachhaltigeren Lebens- und Arbeitsweise sind notwendig und Voraussetzung für einen nachhaltigen Entwicklungsprozess
- Sport kann sich gleichermaßen als Vorbild und Testplattform für neue Fortbewegungsmöglichkeiten und -angebote positionieren, da er eine Vielzahl an Menschen in Bewegung bringt

## Mobilität in der Organisation – Sport als Vorbild für den Wandel

- Für die kraftvolle Nutzung der Vorbildfunktion des Sports für die Gesellschaft ist auch die Selbstevaluierung der eigenen Organisationsmobilität wichtig
- Gestaltung von Arbeitswegen und -weisen: Verkehrsmittelwahl für den Arbeitsweg, Fuhrpark, Dienstreisen Frequenz von Gremiensitzungen und Terminen

- Als Multiplikator bieten Sportorganisationen einen starken Hebel in die Gesellschaft und vermitteln glaubwürdig: z.B. mit dem Rad zur Arbeit

### Höher, schneller, weiter? – Daten identifizieren Potenziale

- Reisen und Fahrten sind für sportliche Wettkämpfe notwendig und werden bleiben
- Bestimmung des CO<sub>2</sub>-Footprints und die systematische Erhebung von Mobilitätsdaten ermöglichen die Identifikation von (Einspar-)Potenzialen
- Auf dieser validen Basis sind ökologische und ökonomische Optimierungen der An- und Abreise möglich, um gemeinschaftlich einen Beitrag zu leisten

### Mobilitätspartnerschaften & Vernetzung – gemeinsam Lösungen schaffen

- Sponsoring unterstützt den Sport dabei, seine gesellschaftliche Funktion wahrnehmen zu können - damit übernehmen Sponsoren ebenfalls gesellschaftliche Verantwortung.
- Die Stärke von Sportsponsoring ist Vielfalt – so lassen sich mit viel Raum für Kreativität auch Mobilitätsthemen glaubwürdig transportieren
- Aktivierungsmaßnahmen ermöglichen eine persönliche Ansprache zur Vermittlung von nachhaltigen Kompetenzen und deren Übertragung in den Alltag.
- Mobilitätspartnerschaften mit Sportorganisationen eignen sich gleichermaßen für die reichweitenstarke Kommunikation sowie die Testung und Implementierung neuer Konzepte

## Leitfragen zur Entwicklung von Nachhaltigkeit in Sportorganisationen: die richtigen Themen gemeinsam in den Fokus nehmen

### Die Sportstätte im Mittelpunkt

- ☑ Ist Nachhaltigkeit bereits Teil der Organisationsstrategie oder gibt es eine gesonderte Nachhaltigkeitsstrategie? Welche Rolle spielt in dieser das Themenfeld Mobilität?
- ☑ Wie inklusiv (bspw. Kosten, Barrierefreiheit, Sicherheit, Zuverlässigkeit) sind die An- und Abreisewege gestaltet?
- ☑ Welche infrastrukturellen Anforderungen (bspw. gesicherte Fahrradstellplätze, Ladeinfrastruktur, Verkehrsleitsysteme) müssen aus der Mobilitäts/Nachhaltigkeitsstrategie abgeleitet werden? Welche gibt es bereits?
- ☑ Welche dieser Anforderungen können selbst gelöst werden? Wo wird der Einbezug externer Stakeholder nötig (Stadt, Kommune, etc.)?

### Partnerschaften zukunftsgerichtet gestalten

- ☑ Gibt es bereits Mobilitätsschwerpunkte in bestehenden Partnerschaften? Wird über diese kommuniziert?
- ☑ Wie werden Partnerschaften im Mobilitätsbereich ausgestaltet? Zahlen enthaltene Sachleistungen (bspw. elektrischer Fuhrpark, ÖPNV-Kooperation) auf nachhaltige Mobilität ein?
- ☑ Was kann die eigene Organisation noch verbessern, um für Partnerschaften mit Mobilitätsschwerpunkten noch attraktiver zu werden?

### Involvement interner und externer Stakeholder

- ☑ Wie arbeitet und bewegt sich die eigene Organisation (bspw. Weg zum Arbeitsplatz, Gremiensitzungen, Fuhrpark, Dienstreisen, Wettkämpfe)?
- ☑ Push- und Pull-Faktoren: bestehen Richtlinien und Anreizsysteme? Beziehen diese das Thema Mobilität nachhaltig mit ein?
- ☑ Bestehen Angebote an Mitarbeitende und Fans mit gezielten klimaschonenden Angeboten (z.B. ÖPNV-Tickets, Fahrgemeinschaften, gesicherte Fahrradstellplätze, ...)?
- ☑ Werden anfallende Emissionen in lokalen oder globalen Projekten kompensiert?