

“FAIRplay” – nicht nur auf dem Sportplatz

Sportvereine übernehmen Verantwortung für Nachhaltigkeit. Ein Konzeptpapier zur Rolle von Kommunen.



Inhaltverzeichnis

Kapitel 1: Einführung	3
1.1 Warum Sportvereine zu Vorreitern des Fairen Handels und Nachhaltiger Entwicklung werden können	3
1.2 Hintergrund: Die Rhein.Main.Fair-Veranstaltungsreihe im Jahr 2023.....	5
Kapitel 2: Nachhaltige Sportvereine - Die Rolle der Kommune	6
2.1. Die Kommunalverwaltung als Akteur - eine Verortung	6
2.2. Wie kann der Sportverein von der Kommune angesprochen werden? Die Art der Kommunikation.....	7
2.3. Nachhaltigkeit greifbar machen: Mit welchen Themen können Vereine angesprochen werden?	9
2.4. Und was heißt das jetzt? Was können Kommunen und Vereine konkret tun?.....	11
Kapitel 3: Zusammenfassung und Ausblick	14
Anhang.....	16
Impressum.....	22

Kapitel 1: Einführung

1.1 Warum Sportvereine zu Vorreitern des Fairen Handels und Nachhaltiger Entwicklung werden können

Mehr als ein Viertel aller in Deutschland lebenden Personen sind in einem Sportverein aktiv. Im Sportverein treffen sich Menschen verschiedenen Alters, unterschiedlicher Herkunft und aus verschiedenen Lebensrealitäten. Während der Fairplaygedanke intensiv gelebt und gelehrt wird, spielen Fairness im Umgang mit den Produzent:innen von Sportgeräten, –kleidung oder Merchandising (oder bei Lebensmitteln) eine deutlich geringere Rolle. Wir wissen: Hier schlummert noch viel Potenzial!

Bei all den Herausforderungen unserer Zeit können Sportvereine als Vorbild in den Bereichen Fairer Handel und Nachhaltigkeit vorangehen. Die Sportindustrie ist ein boomender Konsummarkt, in dem bislang nur selten auf faire Beschaffung geachtet wird. So sind derzeit beispielsweise weniger als ein Prozent aller produzierten Fußbälle fair gehandelt. Die Produktion von Sportprodukten steht mit Treibhausgasemissionen, Umweltverschmutzung und Gesundheitsrisiken durch eine Vielzahl an Chemikalien, exzessive Überstunden, niedrigen Löhnen und unzureichenden Arbeitsschutzmaßnahmen in Verbindung, wie in einer sehr zu empfehlenden [Broschüre](#) von "Sport handelt fair" im Detail nachgelesen werden kann.

„Bei all den Herausforderungen unserer Zeit können die Sportvereine als Vorbild in den Bereichen Fairer Handel und Nachhaltigkeit vorangehen.“

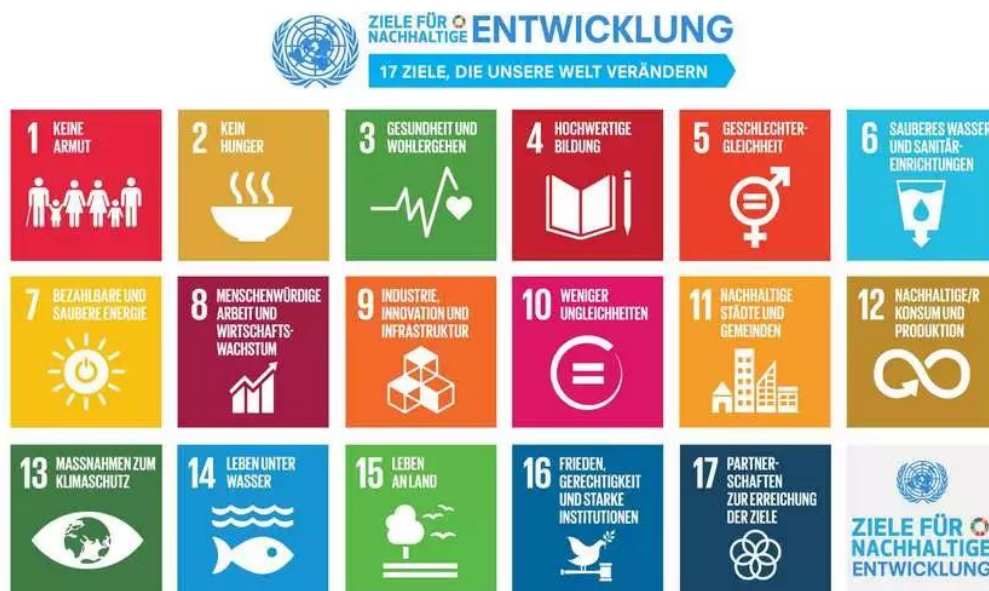
Handlungsmöglichkeiten, etwas zu verändern, finden sich in jedem einzelnen Sportverein. Befeuert durch Diskussionen um die Fußball-Weltmeisterschaft in Katar (2022) sowie die anstehende, unter anderem in Frankfurt stattfindende Europameisterschaft (2024) gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch im Sport immer mehr an Bedeutung. Wie sind Trikots, Bälle und Trainingsgeräte hergestellt worden? Ist der Verein wirklich ein inklusiver Treffpunkt für alle? Und wie nachhaltig sind eigentlich Heimspieltage, Vereinsfeste und Mitgliederversammlungen?

Die Themen Fairer Handel und Nachhaltigkeit im Verein zu verankern, ist eine Gestaltungsaufgabe. Als Rhein.Main.Fair haben wir daher im Jahr 2023 eine dreiteilige Veranstaltungsreihe durchgeführt, die sich im Kern zwei Fragen widmete: Welche Rolle können Kommunen auf dem Weg zu nachhaltigen Sportvereinen spielen? Und welche konkreten Einstiegspunkte, Informationsquellen und Projektideen können Vereinen weiterhelfen, die sich gerne auf den Weg machen möchten? Beide Diskussionsstränge werden in diesem Konzeptpapier zusammengefasst.

Die Begriffe “Fairer Handel” und “Nachhaltigkeit”

Die Bezeichnung “**Fairer Handel**” meint Handelspartnerschaften und Lieferketten, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruhen und durch bessere Handelsbedingungen sowie die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte Produzent:innen und Arbeiter:innen - insbesondere in Ländern des Südens - einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung leisten (FINE-Definition, aufgestellt von vier internationalen Dachorganisationen im Bereich Fairer Handel). Es geht darum, bei der Beschaffung jeglicher Produkte ökologische und soziale Auswirkungen der gesamten Lieferkette mitzudenken. Eine solche Beschaffung wird auch als “öko-soziale Beschaffung” bezeichnet.

Der Begriff “**Nachhaltigkeit**” wird vielfältig definiert und verwendet. In der Regel zielt das Konzept darauf ab, ökologische, ökonomische und soziale Auswirkungen einer Handlung für aktuelle und zukünftige Generationen zu berücksichtigen. 2015 haben die Vereinten Nationen 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (*Sustainable Development Goals*, SDGs) verabschiedet, deren Erreichung häufig - so auch in diesem Konzeptpapier - synonym zu einer “Nachhaltigen Entwicklung” gesehen wird.



1.2 Hintergrund: Die Rhein.Main.Fair-Veranstaltungsreihe im Jahr 2023

Die erste Veranstaltung (August 2023, digital) widmete sich öko-sozialer Beschaffung im Bereich Sport. Ziel war es, einen Überblick über die sozialen und ökologischen Auswirkungen von Produktionsabläufen zu geben sowie zu erläutern, wie die Beschaffung von Sportartikeln nachhaltiger gestaltet werden kann. Als Referenten sprachen *Erik Dolch* (Projektkoordinator öko-soziale Beschaffung bei ELAN) über die Wichtigkeit von öko-sozialer Beschaffung, *Benjamin Zeise* für die Initiative "Sport handelt fair" über den "nachhaltigen Sportverein der Zukunft", sowie *Johanna Keller* (Masterstudentin im Bereich Sportmanagement) über den Stellenwert von Nachhaltigkeit und fairem Handel in Sportvereinen aus der Rhein-Main-Region. Die Veranstaltung endete mit einer Diskussionsrunde, bei der unter anderem die Frage aufkam, wie Sportvereine effektiv angesprochen und für das Thema Nachhaltigkeit begeistert werden können.

Daran anknüpfend, stand genau diese Frage im Zentrum der zweiten Veranstaltung (September 2023, digital). Gemeinsam mit Vertreter:innen des Landessportbundes Hessen sowie einigen Sportkreisen, Nachhaltigkeitsmanager:innen im Bereich Sport und Fairtrade-Beauftragten von Kommunen wurden mehrere digitale Mindmaps erstellt. Ziel war es darüber zu sprechen, wie das Thema Nachhaltigkeit besser in Vereinen etabliert werden kann. Die Ergebnisse der Mindmaps (im Original am Ende dieses Dokuments abgedruckt) sind maßgeblich in dieses Konzeptpapier eingeflossen,

Die dritte Veranstaltung (November 2023, in Präsenz im Kreishaus Dietzenbach, *siehe Bild rechts*) führte schließlich beide Themenstränge zusammen und diskutierte die identifizierten Themen mit Vertreter:innen aus Kommunen, Sportkreisen und Sportvereinen im Kreis Offenbach. *Dany Kupczik* (Sportkreis Frankfurt und Geschäftsführer TSV Bonames) bereicherte

den Abend mit einem Impuls, wie Vereine zur Erreichung der Sustainable Development Goals beitragen können, während *Annika Waymann* (Eine-Welt-Fachpromotorin in Hessen) und *Bettina Faust* (Global Nature Fund) über Informationsquellen und Beratungsmöglichkeiten für Vereine referierten. Auch diese Ansatzpunkte finden sich im Folgenden wieder.



Die dritte Veranstaltung unserer „Sport handelt fair“-Reihe fand in Präsenz in Dietzenbach statt.

Kapitel 2: Nachhaltige Sportvereine - Die Rolle der Kommune

Was hat eine Kommunalverwaltung mit der Nachhaltigkeit von Sportvereinen zu tun? Sehr viel! Wie auf den folgenden Seiten im Detail beschrieben wird, kann sie als Initiator, Berater, Unterstützer und Vermittler fungieren.

„Die Kommune kann auf dem Weg zum nachhaltigen Sportverein als Initiator, Berater, Unterstützer und Vermittler fungieren.“

Die Rolle der Kommune beschreiben wir in diesem Konzeptpapier in vier Teilen. Erstens geht es darum, die Kommunalverwaltung in einer Landschaft aus verschiedenen relevanten Akteuren zu verorten (Teil 2.1). Im zweiten Schritt stellt sich die Frage, mit welcher Art der Kommunikation Sportvereine angesprochen werden können und sollten (2.2). Drittens werden Themen aufgezählt, die einen praktikablen Einstieg in die komplexen Felder Fairer Handel und Nachhaltigkeit darstellen können (2.3). Im vierten Teil geht es schließlich um konkrete Aktionsideen, die sich einmal an Kommunalverwaltungen und einmal an Sportvereine selbst richten (2.4). Alle vier Teile basieren auf Vorträgen und Diskussionen im Laufe der Rhein.Main.Fair-Veranstaltungsreihe.

2.1 Die Kommunalverwaltung als Akteur - eine Verortung

Die Kommunalverwaltung und der Sportverein sind nicht die einzigen Akteure, die bei der Frage nach der Initiierung von Nachhaltigkeitsmanagement von Bedeutung sind. Zunächst bestehen beide Akteure selbst aus verschiedenen Einzelakteuren und Ebenen. Die kommunale Ebene wird meistens durch das **Sportamt** vertreten. Im Verein selbst kann Engagement sowohl von **Vorstandsmitgliedern** als auch von Einzelpersonen und Gruppen von **Vereinsmitgliedern** ausgehen.

Außerhalb der Kommunalverwaltung können **Sportkreise** Themen in Vereine hineinragen und als Multiplikator fungieren. Die **Arbeitsgemeinschaft der hessischen Sportämter**, die in regelmäßigen Treffen die Unterstützung des Landessportbunds und des hessischen Sportministeriums erhält, ist ebenfalls von Bedeutung. Diese Initiative wurde von den kommunalen Spitzenverbänden ins Leben gerufen und ermöglicht eine flächendeckende Ansprache.

Zuletzt können **Zusammenschlüsse wie unser Verein Rhein.Main.Fair oder die Initiative "Sport handelt fair"** beratend, vernetzend und initiierend auftreten.

2.2 Wie kann der Sportverein von der Kommune angesprochen werden? Die Art der Kommunikation

Zunächst gilt es, die richtigen Ansprechpersonen im Verein ausfindig zu machen. Das Ziel sollte sein, eine Gruppe von motivierten Menschen und nicht bloß eine Einzelperson für das Thema zu begeistern - "Es ist immer besser, solche Themen als Team anzugehen", sagte Referentin Dany Kupczik im Rahmen unserer dritten Veranstaltung. Vielleicht gibt es im Verein Menschen, die sich bereits im Bereich Nachhaltigkeit engagieren, Vorwissen haben, etwas Entsprechendes studieren oder sich sogar beruflich mit den Themen beschäftigen?

Mit Blick auf eine nachhaltige Verankerung ist es ideal, wenn sich im Verein ein festes Team beziehungsweise ein regelmäßig aktiver Arbeitskreis findet.

Zur Ansprache eignen sich persönliche Gespräche oft besser als E-Mails oder Anschreiben. Bei Veranstaltungen wie Heimspielen, Ehrungen oder Jubiläen können Kommunen Präsenz zeigen und das Thema platzieren. Alternativ sind auch Zeitungsartikel, Social-Media-Kampagnen und die Ansprache über das Sportamt mögliche Kommunikationswege.

Ziel sollte es sein, den Verein zur Entwicklung von individuellen und auf den Verein zugeschnittenen Projekten zu bewegen: Es gibt keine Lösung für alle! Einen vorgeschriebenen Maßnahmenplan zu überreichen, ist wenig erfolgversprechend. Anregungen zu möglichen Projekten (siehe Kapitel 2.4 dieses Konzeptpapiers) können selbstverständlich platziert werden. Die Entscheidung, was schlussendlich umgesetzt wird, sollte aber immer vom Verein selbst getroffen werden.

„Ziel sollte es sein, den Verein zur Entwicklung von individuellen und auf den Verein zugeschnittenen Projekten zu bewegen. Es gibt keine Lösung für alle.“

Wichtig ist auch, dass kein Verein von heute auf morgen eine komplexe Nachhaltigkeitsstrategie mit Bezug zu allen 17 Sustainable Development Goals entwickeln wird. "Es ist wichtig, einfach loszulaufen. Wenn man erstmal auf dem Weg ist, merkt man schnell, was sonst noch alles möglich ist", brachte es Kupczik auf den Punkt. Fangen Sie einfach mit einem kleinen und zu bereits existierenden Vereinsaktivitäten passenden Projekt an. Eine praktikable Möglichkeit für den Einstieg ist das Formulieren einer Strategie für die nächsten 100 Tage.

Empfehlenswert ist weiterhin eine lösungsorientierte Kommunikation. Sportvereine tun in der Regel schon sehr viel für nachhaltige Entwicklung: Sie fungieren als soziale Treffpunkte, Ort der Integration und als gesundheitsfördernder Akteur. Solche Aspekte sollten hervorgehoben werden. Problemfokussierte Formulierungen wie *"Ihre jetzige Beschaffung von Trikots trägt zu Ausbeutung, Umweltverschmutzung und globalen Ungleichheiten bei"* können durch Sätze wie *"Durch öko-soziale Beschaffung Ihrer Trikots können Sie dazu beitragen, Menschenrechte zu wahren, faire Löhne zu unterstützen und die Umwelt zu schützen!"* ersetzt werden.

Die Kommunikation mit dem Sportverein sollte stets auf Augenhöhe stattfinden und von beidseitigem Interesse geprägt sein. Zielgruppengerechte Kommunikation beinhaltet auch, nicht zu viele Fachbegriffe zu verwenden. Die Begriffe "Nachhaltigkeit" und "Inklusion" sind so vielfältig aufgeladen, dass konkrete Formulierungen wie "weniger Verpackungsmüll", "gleiche Chancen für alle" oder "existenzsichernde Löhne" die bessere Wahl sein können. Formulieren Sie konkret und anschaulich.

Machen Sie zuletzt auf die potenzielle Vorbildfunktion eines Vereins aufmerksam: Es muss niemand auf das Engagement von anderen warten, um loszulegen! "Wenn niemand vorneweg marschiert, läuft auch keiner hinter", hieß es auf einer unserer Veranstaltungen. "Einer muss bereit sein, anzufangen und Verantwortung zu übernehmen."

Ein Blick in die SDGs: Sportvereine sind schon jetzt wichtige Nachhaltigkeitsakteure!



Beitrag zu Ziel 3 ("Gesundheit und Wohlergehen"): Sport ist Gesundheitsvorsorge. Durch Bewegung und Aufenthalt an der frischen Luft wird das körperliche und mentale Wohlergehen gefördert und verschiedenen Krankheiten vorgebeugt.



Beitrag zu Ziel 4 ("Hochwertige Bildung"): Das Erlernen einer Sportart fördert Denk- und Lernprozesse von Kindern und Jugendlichen. Der Teamgedanke kann zudem soziale Kompetenzen und Integration verstärken.



Beitrag zu Ziel 9 ("Industrie, Innovation, Infrastruktur"): Um siegreich vom Spielfeld zu gehen, sind Sportvereine immer wieder Quelle innovativer Ideen - neue Trainingsmethoden, Gegneranalysen und individuell geplante Fitnessprogramme sind drei besonders häufige Beispiele.



Beitrag zu Ziel 10 ("Weniger Ungleichheiten"): Im Sport gelten die gleichen Regeln für alle - egal, welche Hautfarbe, Herkunft, sexuelle Orientierung und Ausbildung ein Mensch hat. Ein echter Vorreiter auf dem Gebiet der Gleichbehandlung!



Beitrag zu Ziel 16 ("Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen"): Sport und gerade große Sportveranstaltungen haben das Potenzial, Zeichen für einen friedlichen Austausch, ein faires Miteinander und Toleranz zu setzen. Auch das Thema Gerechtigkeit ist durch umfangreiche Regelwerke stark ausgeprägt.

2.3. Nachhaltigkeit greifbar machen: Mit welchen Themen können Vereine angesprochen werden?

Wenn es nun so wichtig ist, auf Augenhöhe und ohne inflationäre Verwendung von aufgeladenen Begriffen wie "Nachhaltigkeit" auf die Vereine zuzugehen: Mit welchen konkreten Themen lassen sich die Felder Fairer Handel und Nachhaltigkeit im Verein platzieren?

Jeder Verein beschafft Gegenstände wie Bälle, weitere Sportgeräte und Sportkleidung. Die Beschaffung dieser Gegenstände eignet sich als Einstiegspunkt in den Themenkomplex Fairer Handel.

Gleiches gilt für Getränke und Lebensmittel, die auf Vereinsveranstaltungen verkauft werden. Auch der Fanshop, mag er auch klein sein, und Merchandising-Produkte sind mögliche Ansatzpunkte. Im Zuge von Veranstaltungen sind zudem die Themen Verpackungsmüll und Barrierefreiheit von Bedeutung.

In den Liegenschaften von Vereinen - wenn auch häufig nur gemietet - werden Wasser und Energie verbraucht. Hier finden sich Anknüpfungspunkte zu den Themen Wasserverbrauch, Energieverbrauch und Erneuerbare Energien.

Zu Problemen sozialer und ökologischer Art, mit denen Vereinsarbeit direkt oder indirekt in Verbindung stehen kann, zählen der Klimawandel, Biodiversitätsverlust, Umweltverschmutzung (noch konkreter: Plastikverschmutzung), Lichtverschmutzung, mangelhafte Bedingungen an Produktionsarbeitsplätzen, ausbeuterische Löhne und Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz. Wie oben empfohlen, können solche Themen auch in Form positiver Formulierungen („Durch öko-soziale Beschaffung werden Ausbeutung und Gesundheitsrisiken *gemindert*") platziert werden.

Generell kann empfohlen werden, mehrere Themen und somit eine Vielzahl an Handlungsmöglichkeiten zu thematisieren. Die einfach verständlichen Sustainable Development Goals (s.o.) eignen sich hier hervorragend zur Visualisierung und anschaulichen Erklärung.

Eine Argumentationshilfe: Welche Einwände könnten Ihnen im Gespräch mit Sportvereinen begegnen?

Nachhaltige und faire Produkte sind zu teuer. Bedenken Sie langfristige Kosten: Nachhaltige Produkte haben oftmals eine bessere Qualität und werden deutlich länger genutzt. Entstehen dennoch Mehrkosten, basieren diese auf der Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards - also zentralen Werten vieler Sportvereine. Was wir nicht mehr brauchen, sind billige Plastikflaschen oder Schlüsselanhänger als Geschenke. Dies können wir wirklich sparen und buchstäblich mit diesem Geld etwas Besseres kaufen. Weniger ist mehr!

Unser Verein ist zu klein, um einen Unterschied zu machen. Unsere Welt ist in einem Zustand, in dem Verantwortung nicht mehr zu delegieren ist. Jeder und jede kann etwas machen – es ist wichtig, sich auf den Weg zu machen.

Wir haben keine Zeit und kein Personal, um Nachhaltigkeitsmaßnahmen umzusetzen. Viele Projektideen (auch einige, die sich am Ende dieses Konzeptpapiers finden) lassen sich im Zuge von Handlungen umsetzen, die sowieso schon getätigt werden: Das Bestellen von Ausrüstung, die Durchführung von Veranstaltung oder die Gestaltung von Trainings. Es geht darum, Dinge *anders* und nicht zwangsläufig *zusätzlich* zu machen.

Die Verantwortung liegt bei den Unternehmen, die unsere Ausrüstung produzieren. Unternehmen produzieren das, was von Konsument:innen nachgefragt und gekauft wird. Gebe es keine Nachfrage nach einem Produkt, fände auch seine Produktion nicht mehr statt. Als Abnehmer von Ausrüstung kann jeder Sportverein Marktmacht ausüben und andere Vereine inspirieren.

Sportvereine haben nichts mit Nachhaltigkeit zu tun. Sportvereine sind in einigen Bereichen schon heute Nachhaltigkeitsvorreiter - siehe hierzu den vorangegangenen Infokasten auf Seite 8. Bei zahlreichen Vereinsaktivitäten (Nutzung eines Vereinsgeländes, Bestellung von Ausrüstung, Durchführung von Veranstaltungen, Menschenführung) finden sich Verknüpfungen zu diversen Sustainable Development Goals (siehe für Beispiele den letzten Infokasten dieses Konzeptpapiers).

Die Nachhaltigkeitsprobleme des 21. Jahrhunderts betreffen in erster Linie Menschen im Ausland. In der Tat sind die Auswirkungen globaler Ungerechtigkeiten und Umweltveränderungen außerhalb Europas oftmals stärker ausgeprägt. In einer globalisierten Welt mit komplexen Lieferketten sind wir durch unsere Handlungen in Deutschland allerdings stets Architekt:innen von Lebensrealitäten in anderen Ländern. Menschen in Ländern des globalen Südens tragen zu vielen Problemen am wenigsten bei, sind jedoch am stärksten von den Folgen betroffen.

2.4. Und was heißt das jetzt? Was können Kommunen und Vereine konkret tun?

Ansätze für Kommunen

Kommunen können nicht nur durch Platzierung des Themas zu mehr Fairem Handel und Nachhaltigkeit in Sportvereinen beitragen. Im Laufe unserer Veranstaltungsreihe sind eine Reihe von konkreten Handlungsideen gesammelt worden, die im Folgenden zusammengefasst werden.

Mehrfach genannt wurde die **Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu Fairem Handel und Nachhaltigkeit** im Sport: Konkrete Beispiele sind Informationsveranstaltungen (In Frankfurt wurde beispielsweise ein Nachhaltigkeits-Infotag für die 415 Frankfurter Sportvereine angeboten), Geräte- und Kleidertauschpartys, Sportbekleidungsbörsen oder Vernetzungstreffen zum Austausch über Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele.

Auch die **Durchführung von Wettbewerben**, bei denen Nachhaltigkeitsengagement im Verein incentiviert oder bestehende Nachhaltigkeitsaktionen ausgezeichnet werden, ist möglich. Die **Erstellung eines Siegels oder Prämienbuches** könnte ebenfalls zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen führen.

Viel Potenzial birgt die **Weitergabe von Informationen und Beratungsangeboten**. Im Laufe unserer Veranstaltungsreihe wurde hier viele hilfreiche Quellen gesammelt: Die Initiative "Sport handelt fair" stellt auf ihrer Website eine [Produktliste für fair gehandelte und ökologisch hergestellte Sportkleidung und -materialien](#) zur Verfügung. Zudem wurde eine Reihe an Informationsmaterialien entwickelt. So existieren ein Leitfaden zum "Nachhaltigen Sportverein der Zukunft", ein Leitfaden zur "Ausschreibung von sozial verantwortlichen Sportartikeln" und ein "Trainingsplan für nachhaltige Sportevents" (siehe jeweils [hier](#)). Auch wir als Rhein.Main.Fair haben eine eigene Broschüre ("[Sport handelt fair](#)") zum Schwerpunkt öko-soziale Beschaffung im Sport entwickelt.

„Die Kommune kann Beratungs- und Informationsangebot an den Sportverein vermitteln.“

Über Beratungsangebote kann ebenfalls informiert werden: Der Global Nature Fund und FEMNET informieren im Rahmen von "[Fair Wear Works](#)" und in Form von Webinaren, Vorträgen und individueller Beratung über die öko-soziale Beschaffung von Textilien. Der Landessportbund Hessen e.V. zeigt mit seiner "[Öko-Check-Beratung](#)" Wege zur sinnvollen Energieeinsparung und einem bewussten Umgang mit Ressourcen auf. Durch einen [Vereinsförderungsfond](#) bestehen auch Förderungsmöglichkeiten. Ebenfalls hilfreich ist das von "Sport handelt fair" und Tennis Borussia Berlin durchgeführte Programm "[Natürlich Fußball](#)", das noch bis Mai 2024 Online-Treffen für Amateurvereine anbietet und dabei verschiedene Nachhaltigkeitsthemen (z.B. "Ausrüster & Fanartikel" und "Sponsor:innen & Gesellschaften") bespricht. Ein Quereinstieg ist jederzeit möglich.

Sofern Expertise vorhanden ist, kann eine Kommunalverwaltung auch **eigene Beratungsformate** anbieten oder Informationsbroschüren entwickeln. Eine konkrete Idee aus unserer zweiten Veranstaltung sieht das Erstellen eines "Schwarzbuches" vor, das über gute und schlechte Produzenten von Sportartikeln aufklärt und Anreize zur Veränderung bietet. Auch Rhein.Main.Fair oder der Landessportbund könnten solche Broschüren entwickeln.

Bestehende **Best-Practice-Beispiele** können durch Pressemitteilungen, Broschüren oder Social-Media-Kampagnen kommuniziert werden.

Zuletzt kann eine **Zusatzqualifikation zum "Nachhaltigkeitsmanager im Sport"** dazu beitragen, Expertise aufzubauen. Bei unserer zweiten Veranstaltung kam die Idee auf, dass solche Multiplikator:innen in der Region FrankfurtRheinMain ausgebildet werden könnten. Die Rolle der Kommune wäre hierbei noch zu klären.

Weitere Akteure (siehe Kapitel 2.1.) können bei der Initiierung von Engagement ebenfalls eine Rolle spielen. So könnte beispielsweise die Zeitschrift "Sport in Hessen" des Landessportbundes Nachhaltigkeit oder Fairer Handel als Schwerpunktthema aufgreifen und Rhein.Main.Fair Unterstützung bei der Umsetzung von nachhaltigen Vereinsveranstaltungen (z.B. Jubiläumsfeiern) anbieten.

Ansätze für Vereine

Auch zur Rolle des Sportvereins selbst wurden im Laufe der Veranstaltungsreihe viele Ideen gesammelt. Mehrere Problemfelder deckt die **Beachtung öko-sozialer Kriterien** bei der Beschaffung von Sportartikeln und Verpflegung ab. Hierbei können Siegel eine Orientierungshilfe bieten. Eine Auswahl an geeigneten Siegeln ist in unserer Broschüre „[Sport handelt fair](#)“ vor und der auf der [Webseite](#) hinterlegten Präsentation von Bettina Faust (Global Nature Fund) zu finden. Ebenfalls aus der Präsentation von Frau Faust stammt die folgende Siegelübersicht (mit dem Fokus Textilien):



Bei **Verhandlungen zu Sponsoringverträgen** kann die Bedeutung von Fairer Beschaffung thematisiert werden. Häufig ist die Beschaffung von Trikotsätzen o.ä. mit solchen Sponsoringverträgen verbunden. Bei der **Planung und Durchführung von Veranstaltungen** existieren ebenfalls diverse Ansatzpunkte: Die Nutzung von Mehrweggeschirr, das Angebot von vegetarischen und veganen Alternativen, ein barrierefreier Zugang und eine Informationsbereitstellung zum Thema Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen. Noch mehr Anregungen liefert die [Broschüre "Nachhaltige Sportevents"](#) von "Sport handelt fair".

Als Klimaschutzmaßnahmen bieten sich zum Beispiel die **Installierung von Photovoltaikanlagen** auf dem Vereinsgelände oder die **Unterstützung von klimafreundlicher Mobilität** an, z.B. durch ausreichende Abstell- und Abschließmöglichkeiten für Fahrräder sowie Rabatte auf den Eintrittspreis oder ein Getränk bei Anreise mit dem ÖPNV oder Fahrrad. Auch **Wettbewerbe unter Vereinsmitgliedern** zu Themen wie "Möglichst häufig mit dem Fahrrad zur Schule fahren" sind möglich.

Die **Kommunikation der eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen**, zum Beispiel durch einen Infotag oder Nachhaltigkeitsberichts, kann weitere Aufmerksamkeit auf das Thema lenken.

Die **Weitergabe von übrig gebliebenen Lebensmitteln**, zum Beispiel an die Organisation [Foodsharing](#) oder lokale Vereine wie die in Frankfurt aktiven "[Stützende Hände](#)", die hilfsbedürftige Menschen in der Frankfurter Innenstadt mit warmen Mahlzeiten versorgen, wurde ebenfalls vorgeschlagen. Im gleichen Atemzug genannt wurde die Unterstützung der Organisation [Viva con Agua](#) durch Aufstellen einer **Tonne für Pfandflaschen**. Viva con Agua setzt sich für sauberes Trinkwasser auf der ganzen Welt ein und ist für diese Mission auf Spenden angewiesen.

Abgerundet wird die Ideensammlung durch **Plogging-Aktionen** - Eine Kombination aus Bewegung (z.B. Jogging-Runden) und Müll sammeln -,den **Bau von Insektenhotels**, das **Anlegen von Blühflächen oder Aufforstungen auf dem Vereinsgelände**, die **Umsetzung von kreativen Nachhaltigkeitskommunikationskonzepten** (Platzieren Sie zum Beispiel Fakten zu Fairem Handel und Nachhaltigkeit auf Bierdeckeln, Plakaten oder Eintrittskarten) sowie die Berechnung Ihres Klima-Fußabdrucks mit Hilfe des [CO2-Vereinsrechners](#) von MyClimate.

Ein Blick in die SDGs zeigt: Sportvereine können alle 17 Nachhaltigkeitsziele angehen! Eine Auswahl:



Als **Beitrag zu Ziel 1 ("Keine Armut")** könnten Vereine reduzierte Mitgliedsbeiträge anbieten und Spendenaktionen organisieren.



Ein **Beitrag zu Ziel 2 ("Kein Hunger")** wäre die Weitergabe von nicht verwendeten Lebensmitteln via Foodsharing.



Ein **Beitrag zu Ziel 7 ("Bezahlbare und saubere Energie")** könnte die Nutzung von Ökostrom sein.



Ein **Beitrag sowohl zu Ziel 8 ("Menschenwürdige Arbeit")** als auch **Ziel 12 ("Nachhaltiger Konsum und Produktion")** ist die öko-soziale Beschaffung von Sportausrüstung, um faire Arbeitsbedingungen in Produktionsstätten im Ausland sicherzustellen.



Als **Beitrag zu Ziel 11 ("Nachhaltige Städte und Gemeinden")** und **Ziel 13 ("Maßnahmen zum Klimaschutz")** zählt die Förderung klimafreundlicher Mobilität, z.B. durch das Bereitstellen von Fahrradinfrastruktur und Spezial-Aktionen bei einer Anreise ohne Auto.



Zu **Ziel 15 ("Leben an Land")** kann beigetragen werden, indem bei außerhalb von Sportstätten stattfindenden Aktivitäten (z.B. Skifahren, Mountainbiking oder Kanu fahren) Wege und Pisten nicht verlassen werden, kein Müll zurückgelassen und idealerweise sogar noch bereits vorhandener Müll beseitigt wird. Auch Sonderaktionen (z.B. "Plogging", s.o.) können das Sammeln von Müll beinhalten.



Kapitel 3: Zusammenfassung und Ausblick

Ökologische und soziale Probleme erfordern im 21. Jahrhundert das Handeln auf verschiedenen Ebenen. Auch jeder einzelne Sportverein kann hier eine positive Rolle spielen und zum Nachhaltigkeitsvorreiter werden. Die meisten Vereine sind schon heute, oftmals ohne es zu wissen, in vielen Bereichen "nachhaltig". An Ansatzpunkten, wie noch stärker zum Erreichen der 17 Sustainable Development Goals beigetragen werden kann, mangelt es nicht, wie die Ideen in diesem Konzeptpapier zeigen. Legen Sie einfach los: Es gibt keine Blaupause, wie der perfekte "Verein der Zukunft" aussieht. Machen Sie sich auf den Weg, begeistern Sie möglichst viele Mitstreiter:innen und integrieren Fairen Handel und Nachhaltigkeit Schritt für Schritt in möglichst viele Vereinsaktivitäten.

„Legen Sie einfach los: Es gibt keine Blaupause, wie der perfekte Verein der Zukunft aussieht.“

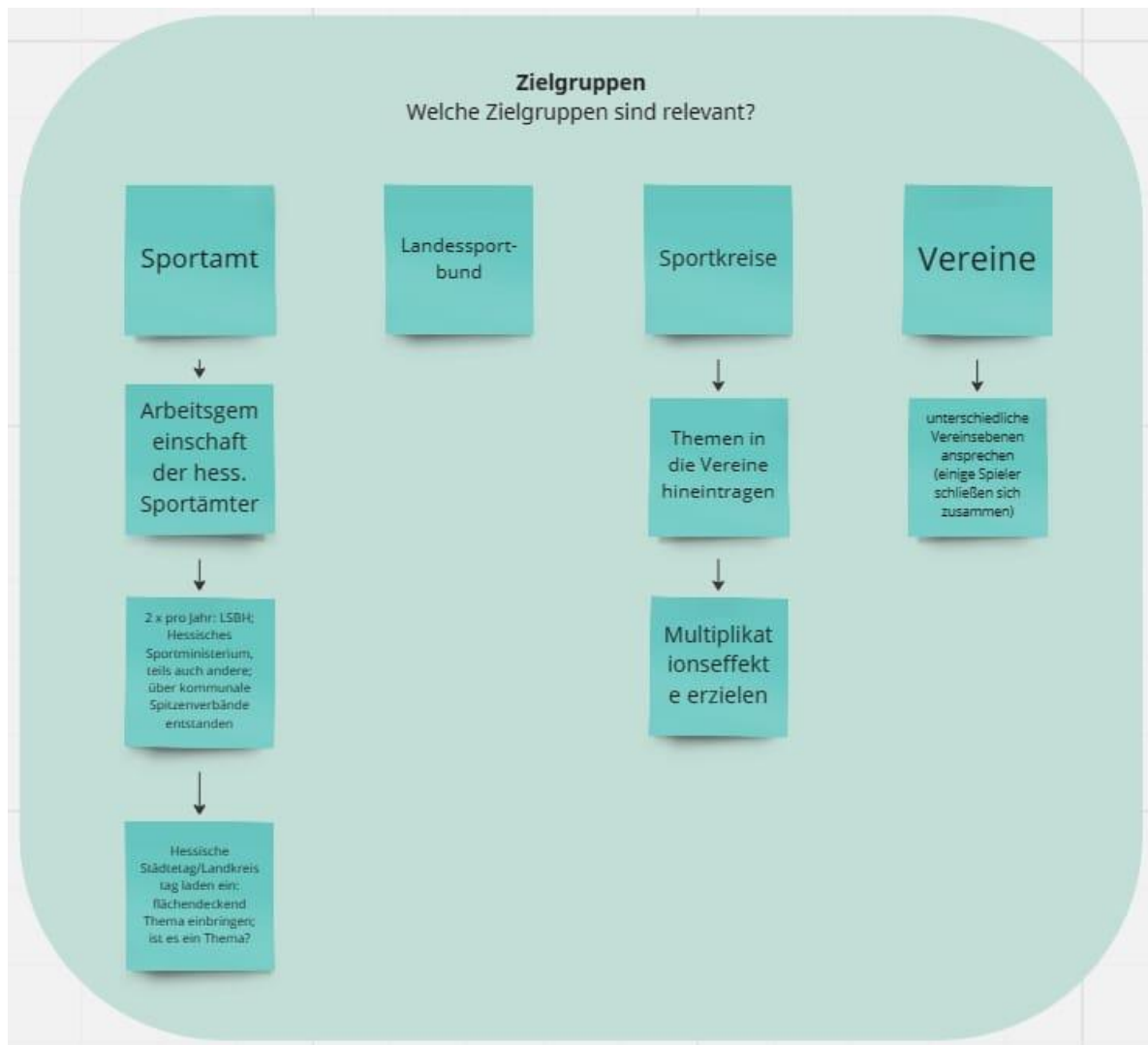
Ein solches Engagement initial in die Wege zu leiten, ist nicht einfach. Eine wichtige Rolle können hierbei Kommunen spielen, die als Motivator, Berater, Unterstützer und Vermittler für Sportvereine fungieren können. Auch mit Blick auf Kommunen finden sich in diesem Konzeptpapier diverse Ansatzpunkte, wie die Themen Fairer Handel und Nachhaltigkeit in Vereinen verankert werden können.

Das Interesse an unseren Veranstaltungen und auch die wachsende Zahl an Handreichungen, Beratungsangeboten und Akteuren wie "Sport handelt fair" zeigt: Es tut sich etwas. Mit der unter anderem in Frankfurt stattfindenden Fußball-Europameisterschaft 2024 kann und muss die Diskussion um faire und nachhaltige Sportvereine weiter an Fahrt gewinnen. Wir als Rhein.Main.Fair möchten diesen Schwung nutzen, um das Thema weiter zu platzieren und voranzutreiben.

Machen Sie mit!

Anhang

Die folgenden Screenshots zeigen im Rahmen der zweiten Veranstaltung entstandene Miro-Boards zum Thema „Wie kann eine Kommune Sportvereine ansprechen und für die Themen Nachhaltigkeit und Fairer Handel begeistern?“. Die Ergebnisse sind maßgeblich in dieses Konzeptpapier eingeflossen. Das gesamte Miroboard ist auf unserer [Webseite](#) zu finden.

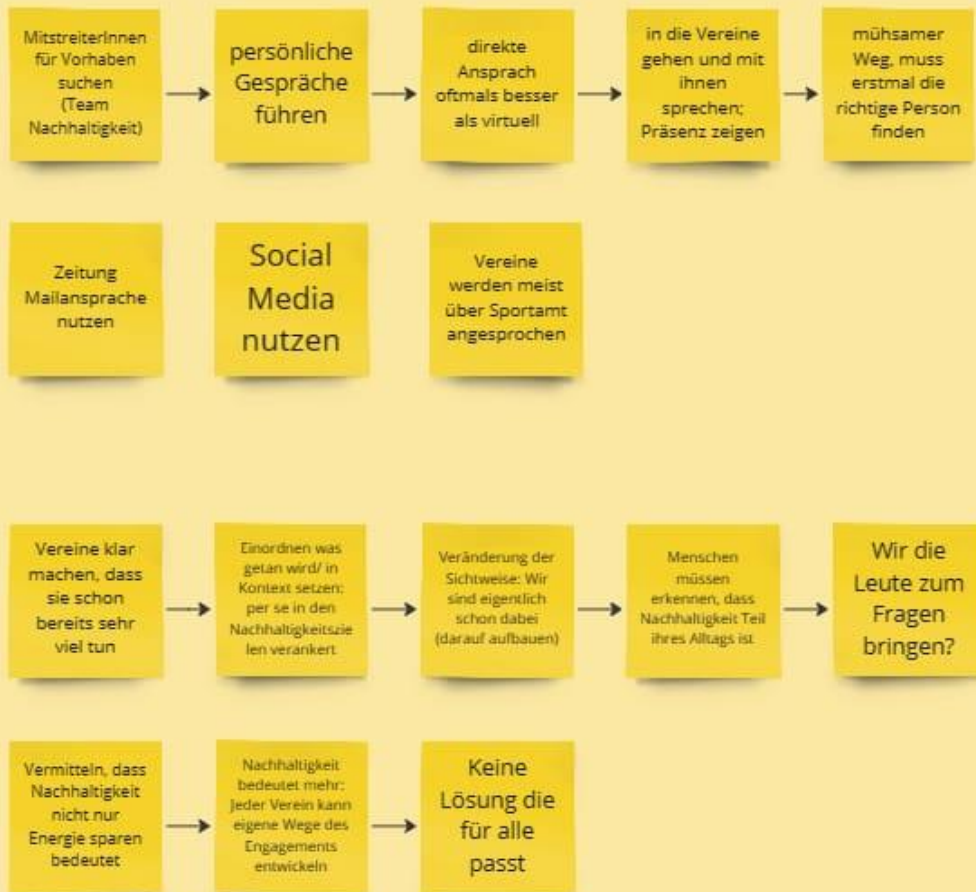


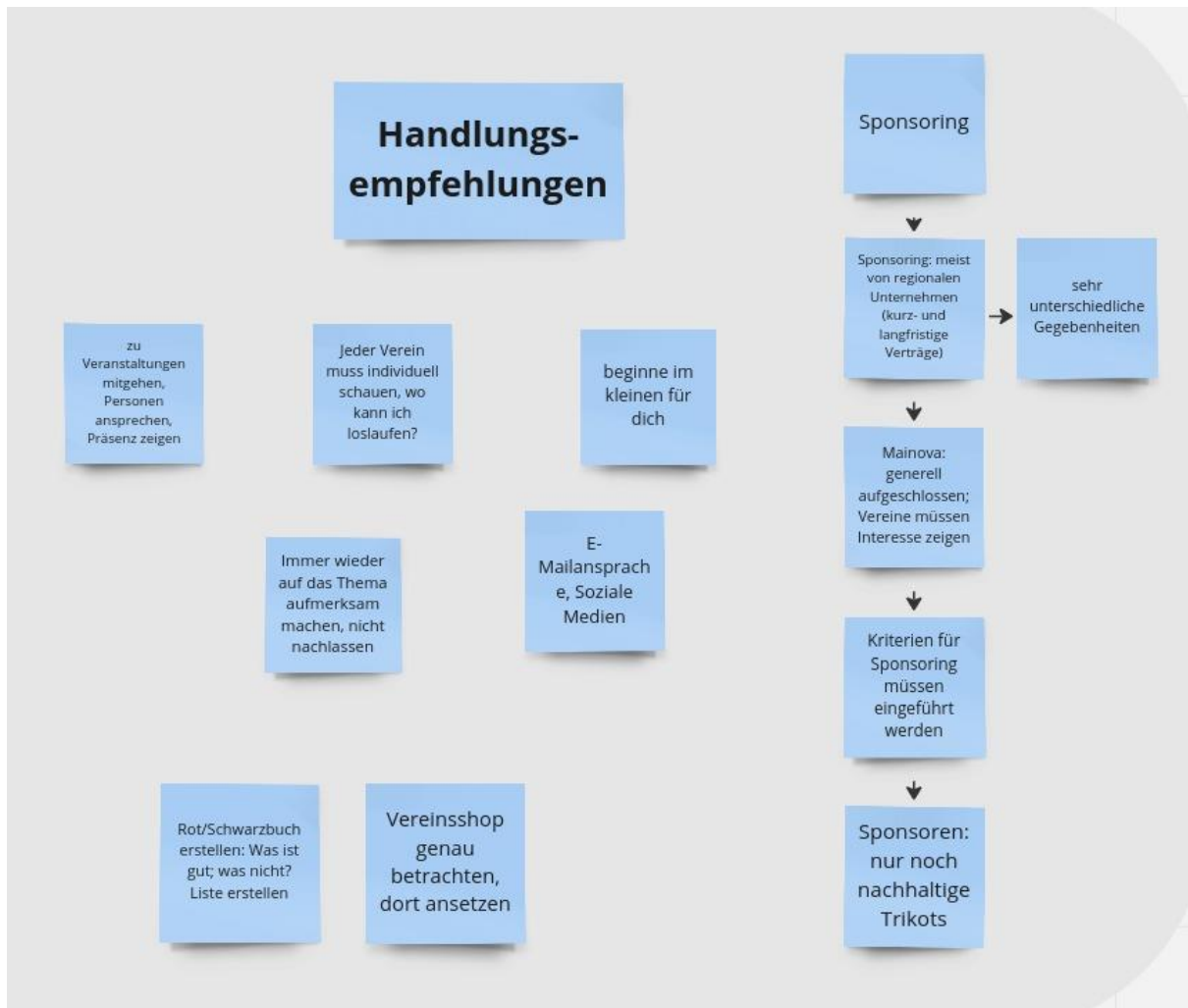
Themen 🗣️
Mit welchen Themen können wir Vereine ansprechen?



Kommunikation 🗣️

Wie sollten Vereine angesprochen werden?





Handlungsempfehlungen

Best Practice
Beispiele
einbringen



Konzentration
auf wenige,
statt zu
versuchen alle
anzusprechen



Weg ist
gehbar,
andere
machen es
auch

Prämienbuch
entwickeln

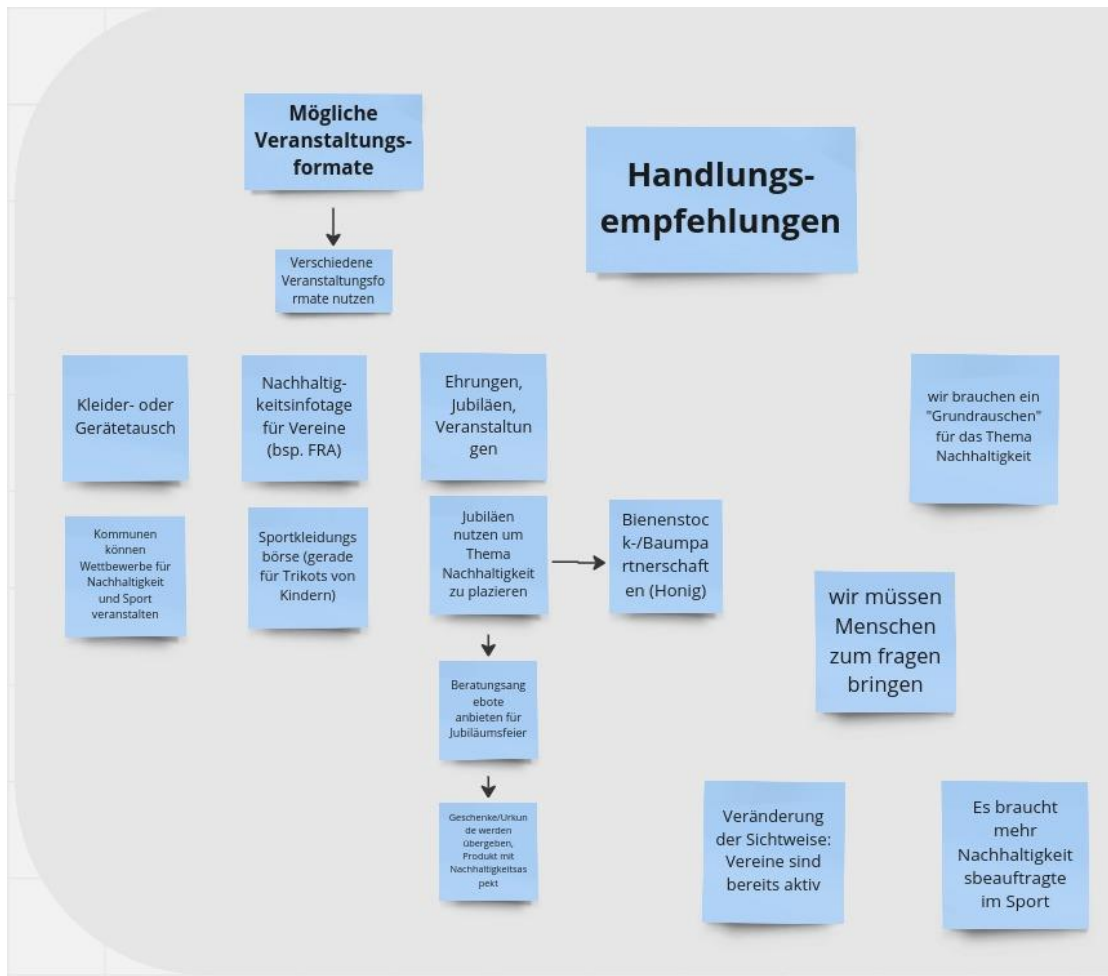
Plattformen für
faire
Beschaffung
kommunizieren

Weitergabe
von
Trikots/Spo
rtkleidung



aus alten
Trikots
neue
nähen

Sport in Hessen:
Zeitschrift des LSBH
Nachhaltigkeit als
Schwerpunktthema
wählen



Impressum

Herausgeber:

Rhein.Main.Fair e.V.
Hofheim a.Ts.
Dezember 2023

Redaktion:

Oliver Becht, Janika Oechsner, Isabella Lessing

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein Rhein.Main.Fair e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global oder des Bundesministeriums für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Alle Texte sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrecht zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung von Rhein.Main.Fair e.V..

Rhein.Main.Fair e.V.

Kurhausstraße 2
65719 Hofheim
kontakt@rheinmainfair.org
www.rheinmainfair.org
www.facebook.com/rhein.main.fair
www.instagram.com/rhein.main.fair

Gefördert durch



mit ihrer



mit Mitteln des

