

Sport und Nachhaltigkeit: Chancen und Herausforderungen für Sportorganisationen



Bianca Quardokus

Referentin Breitensport, Sporträume

Deutscher Olympischer Sportbund e.V.





Sport und Nachhaltigkeit –

Chancen und Herausforderungen für
Sportorganisationen

Bianca Quardokus
Deutscher Olympischer Sportbund
Frankfurt am Main, 18. Mai 2017

Gliederung

1. Deutscher Olympischer Sportbund
2. Sport und Nachhaltigkeit
3. Praxisbeispiele
4. Herausforderungen und Chancen



Deutscher Olympischer Sportbund

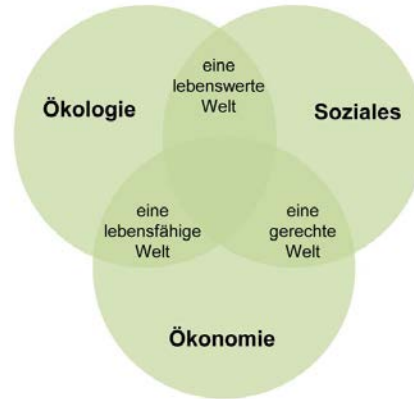
- Verband der Verbände: 99 Mitgliedsorganisationen
- 27 Millionen Mitgliedschaften in über 90.000 Sportvereinen
- Geschäftsstelle: Frankfurt a.M., 140 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen
- Geschäftsbereiche: Geschäftsbereich des Vorstandsvorsitzenden, Leistungssport, Sportentwicklung, Jugendsport, Finanzen
- Themenfelder: Leistungssport, Olympiamannschaft, Jugendsport, Gesundheit, Bildung, Zielgruppen, Umwelt, Sportstätten...
- Aufgabenbereiche: Interessenvertretung, Impulsgebung, Dienstleistung



Was heißt Nachhaltigkeit?

„Nachhaltiger Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“ (Brundtland-Kommission 1987)

Drei-Säulen-Modell:



→ Nachhaltigkeit ist viel mehr als Umweltschutz



Sport und Nachhaltigkeit – Sport als gesellschaftlicher Akteur

Sport nimmt gesellschaftliche Verantwortung wahr und kann eine nachhaltige Entwicklung unterstützen

Schnittfelder zwischen Nachhaltigkeit und Sport(organisationen)

Ökologisch: Umwelt- und Naturschutz im Sport (Sportstätten, Natursport, Sportveranstaltungen)

Sozial: Integration, Inklusion, Bildung, Schule, Ältere, Familien, Kinder- und Jugendarbeit, Leistungssport, Chancengleichheit, Ehrenamt und Engagement, Gesundheit und Prävention, Wertevermittlung (Fairplay, Toleranz, Teamgeist)

Ökonomie: Wirtschaftlichkeit, Transparenz

... im und durch Sport, in 99 Verbänden und 90.000 Sportvereinen vor Ort



Sport und Nachhaltigkeit – Sport als Konsument

Sportorganisationen sind gleichzeitig auch Konsumenten:

- Betrieb und Organisation der Geschäftsstellen und der Sportinfrastruktur
- Organisation von Sportveranstaltungen, Wettkampfbetrieb
- Nutzung von Naturräumen
- Nutzung von Sportartikeln (Sportgeräte, Bekleidung)
- Sportreisen
-



Sport und Nachhaltigkeit – Praxisbeispiele

- Nachhaltigkeitsberichte: Deutscher Fußball-Bund, VfL Wolfsburg, TC Blau-Weiss Moers 83 e.V.
- Umwelt- und Nachhaltigkeitskonzepte bei Sportveranstaltungen: FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft 2011, Niedersächsisches Turnfest 2012, Bewerbung um Olympische Spiele Hamburg 2024
- Leitfaden „Green Champions“ für nachhaltige Sportveranstaltungen
- Wettbewerbe, Fachveranstaltungen, Informationsmaterial...



Herausforderungen und Chancen

- Der Sport ist mit seinem gesellschaftlichen Engagement und mit seiner flächendeckenden Struktur ein wichtiger Multiplikator und Partner, um eine nachhaltige Entwicklung zu unterstützen.
- Sportorganisationen sind als Betreiber von Geschäftsstellen, Vereinen und Sportinfrastruktur sowie als Konsumenten zu nachhaltigem Handeln aufgefordert.
- Es gibt keinen für alle Sportorganisationen in gleicher Form anwendbaren Königsweg. Es bedarf jeweils der eigenen, organisationsspezifischen Aufarbeitung und Verankerung des Themas.
- Habenseite: soziale Aktivitäten und Umweltengagement im Sport
- Herausforderung: Wirkung in die Breite, strategische Orientierung

