

Die Bedeutung des Kriteriums der ökologischen Nachhaltigkeit in den Lizenzierungsverfahren des Profifußballs

-

Eine Untersuchung am Beispiel der deutschen und französischen Fußballliga

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

„Bachelor of Arts (B.A.)“

im Studiengang Internationales Management (DFS)

der

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Eingereicht von: Petzold, Nathalie

Matrikelnummer: *****

Erstgutachterin: Prof. Dr. Madeleine Janke

Zweitgutachterin: Prof. Dr. Nadja Jehle

Berlin, den 22.02.2022

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	I
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III
1 Einleitung	1
2 Status Quo der ökologischen Nachhaltigkeit im deutschen und französischen Profifußball	3
2.1 Negative Umwelteinflüsse von professionellen Fußballvereinen	3
2.1.1 CO ₂ -Fußabdruck	3
2.1.2 Merchandising, Textilien und Materialien	5
2.1.3 Energieverbrauch	6
2.1.4 Wasserverbrauch	7
2.1.5 Mobilität	8
2.1.6 Müllproduktion	9
2.1.7 Technologie	10
2.1.8 Ernährung	11
2.2 Vorgehen zur Recherche ökologischer Maßnahmen im deutschen und französischen Profifußball.....	13
2.3 Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit in der 1. und 2. Bundesliga.....	14
2.4 Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit in der Ligue 1 und Ligue 2	15
2.5 Auswertung der Interviews	19
3 Lizenzvergabe im deutschen und französischen Profifußball	21
3.1 Lizenzierungsordnung der DFL in Deutschland	21
3.2 Lizenzierungsordnung der LFP sowie juristische und finanzielle Kontrolle der DNCG in Frankreich	22
4 Aufnahme des Kriteriums der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnungen	25
4.1 Vorteile der Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungs- ordnungen beziehungsweise Statuten und Regelwerke	25
4.2 Beschluss zur Einführung von Kriterien für ökologische Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung der DFL in Deutschland	28
4.3 Stellungnahme der deutschen Profifußballvereine.....	30
4.4 Machbarkeitsanalyse zur Aufnahme ökologischer Kriterien im französischen Profifußball.....	31

5	Entwicklung angemessener Kriterienkataloge.....	34
5.1	Probleme und Herausforderungen.....	34
5.1.1	Vergleichbarkeit und Einflussbereiche der Vereine.....	34
5.1.2	Ressourcenknappheit im Profifußball	36
5.1.3	Greenwashing	38
5.1.4	Herausforderungen bei der Erstellung einer CO ₂ -Bilanz und daraus folgenden Erkenntnissen.....	39
5.2	Vorschlag einer angemessenen Änderung der Kriterienkataloge für die DFL in Deutschland	41
5.3	Vorschlag einer angemessenen Änderung der Kriterienkataloge für die LFP in Frankreich.....	46
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	50
	LITERATURVERZEICHNIS	53
	Quellen - Haupttext	53
	Quellen - Anhang	61
	ANHANG	81
	EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG	218

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

CH ₄	Methan
CO ₂	Kohlendioxid
DFB	Deutscher Fußball-Bund
DFL	Deutsche Fußball Liga
DNCG	Direction Nationale du Contrôle de Gestion
FFF	Fédération Française de Football
LFP	Ligue de Football Professionnel
LO	Lizenzierungsordnung
N ₂ O	Distickstoffoxid
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
SDG	Sustainable Development Goals

1 Einleitung

„Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Fähigkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“¹ Auf diese Art definierte bereits 1987 die World Commission on Environment and Development im sogenannten „Brundtland Report“ den Begriff der Nachhaltigkeit.

Dieser gewann in den darauf folgenden Jahren immer mehr an Bedeutung und wurde weiter konkretisiert. 1995 entwickelte die Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ des Deutschen Bundestags das „Drei-Säulen-Modell“, welches davon ausgeht, dass unter dem Begriff nachhaltige Entwicklung die drei Säulen „Ökonomie“, „Ökologie“ und „Soziales“ zu vereinen sind.²

In der öffentlichen Diskussion nahm in den letzten Jahren vor allem die Gewichtung des Bereichs „Ökologie“ zu, wobei dieser Begriff nicht in seiner ursprünglich rein naturwissenschaftlichen Bedeutung, sondern als „schonende[r] Umgang mit der Natur und [...] nachhaltige Nutzung der Naturgüter“³ gesehen werden sollte. Ursache für diese Schwerpunktsetzung sind vor allem Veröffentlichungen des Weltklimarats, welche die globale Erderwärmung und ihre verheerenden Auswirkungen verdeutlichen. Demnach ist vor allem die erhöhte Konzentration an Treibhausgasen in der Erdatmosphäre dafür verantwortlich, dass die Temperaturen auf der Erde steigen und sich das Klima dadurch verändert.⁴ Der Weltklimarat beweist ebenso, dass der Mensch in großen Teilen verantwortlich für die Klimakrise ist,⁵ und setzt ihn in die Pflicht, die Auswirkungen des Klimawandels durch die Reduktion des eigenen Einflusses zu verringern,⁶ also im eigenen Interesse ökologisch nachhaltiger zu handeln.

Die Auswirkungen des Klimawandels sind überall zu spüren, so auch im Sport und speziell im Fußball. Mehrere Studien zeigen, welche Folgen Fußballvereine in den kommenden Jahren zu erwarten haben, zum Beispiel die steigende Gefahr der Überschwemmung der Stadien⁷ oder die erhöhte Anzahl an Tagen, an denen zu große Hitze die Durchführung von

¹ World Commission on Environment and Development (1987), S. 41 (übersetzt aus dem Englischen).

² Vgl. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages (2004), S. 2.

³ Brockhaus (2022).

⁴ Vgl. Intergovernmental Panel on Climate Change (2021), S. 8.

⁵ Vgl. Intergovernmental Panel on Climate Change (2021), S. 9.

⁶ Vgl. Intergovernmental Panel on Climate Change (2021), S. 14.

⁷ Vgl. Goldblatt (2020), S. 9.

Sportveranstaltungen be- oder verhindern kann.⁸ Aus diesem Grund erscheint es logisch, dass auch der Fußball ökologisch nachhaltiger handelt, um jene Folgen zu mindern. Herauszufinden, wie dies erreicht werden kann, soll Motivation dieser Arbeit sein.

Hinsichtlich seiner hohen gesellschaftlichen Bedeutung⁹ und großen Anzahl an mobilisierten Personen sollen sowohl der deutsche¹⁰ als auch der französische¹¹ Profifußball betrachtet werden. Die Aktivitäten der 36 deutschen beziehungsweise 40 französischen Profivereine werden durch die jeweilige Ligainstanz verwaltet, die Deutsche Fußball Liga (DFL) auf der einen Seite und die Ligue de Football Professionnel (LFP) auf der anderen. Dies geschieht unter anderem durch für alle Vereine verpflichtende Kriterienkataloge, festgehalten in den Statuten oder sogenannten Lizenzierungsordnungen. In Anbetracht der Zielstellung, den deutschen und französischen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen, soll in dieser Arbeit untersucht werden, ob und inwiefern dies durch Aufnahme entsprechender Kriterien in die jeweiligen Kriterienkataloge möglich ist.

Zu diesem Zweck ist die Arbeit in vier Teile gegliedert. In einem ersten Schritt sollen die konkreten Einflüsse von professionellen Fußballvereinen auf die Umwelt erarbeitet und den aktuell bereits durchgeführten ökologischen Maßnahmen der deutschen und französischen Profivereine gegenübergestellt werden. Somit soll analysiert werden, ob es prinzipiell notwendig ist, die Vereine in ihrem ökologischen Handeln zu unterstützen. Anschließend soll kurz der Prozess der Lizenzvergabe in beiden Ländern beschrieben werden, um auf dieser Basis dann die Aufnahme des Kriteriums ökologischer Nachhaltigkeit in die Kriterienkataloge zu diskutieren. Da ein entsprechender Beschluss im deutschen Profifußball bereits gefasst wurde, soll in diesem Fall eine Beurteilung des Beschlusses unter Einbezug von Expert*innen-Meinungen stattfinden. Auf französischer Seite ist das Ziel, eine theoretische Machbarkeitsanalyse durchzuführen. Abschließend sollen, unter Einbezug möglicher Probleme und Herausforderungen, Vorschläge für eine Änderung der Kriterienkataloge in Deutschland und in Frankreich entwickelt werden, die die Ambition ökologischer Nachhaltigkeit im Profifußball am zielführendsten erfüllen.

⁸ Vgl. Besson, M./ Bourgoïn, A./ Vittorangeli, A./ Bailly, B. (2021), S. 24 f.

⁹ Vgl. Keller (2014), S. 114.

¹⁰ Vgl. Deutscher Fußball-Bund e.V. (2021).

¹¹ Vgl. FFF (2022).

2 Status Quo der ökologischen Nachhaltigkeit im deutschen und französischen Profifußball

2.1 Negative Umwelteinflüsse von professionellen Fußballvereinen

Die gesellschaftliche Bedeutung und Beliebtheit des Profifußballs ist offensichtlich, betrachtet man die Mitgliedszahlen und die Anzahl an Menschen, die im Rahmen eines Spieletages mobilisiert werden. So besuchten im Jahr 2016 im Schnitt circa 553.000 Fans die Spiele der 1. und 2. Bundesliga an einem einzigen Spieltag.¹² Demnach kann von einer „Eventisierung der Sportproduktion“¹³ gesprochen werden, was jedoch im Umkehrschluss einen hohen Ressourcenverbrauch und damit auch einen bedeutenden Umwelteinfluss bedingt.¹⁴

Umwelteinflüsse können sowohl positiv als auch negativ sein. Im Falle des Profifußballs kann bereits intuitiv von vorwiegend negativen Einflüssen gesprochen werden; wissenschaftliche Belege gibt es dafür allerdings nur in geringem Maße. Zahlenmäßige Abbildungen der Umwelteinflüsse von Fußballvereinen finden sich oftmals nur in Publikationen von Klubs, die ihre eigenen Verbräuche gemessen haben; auf dieser Grundlage muss dann auf andere Vereine geschlossen werden. Informationen über die Einflüsse von gesamten Ligen sind noch rarer und beruhen in den meisten Fällen auf halbwissenschaftlichen Studien oder auf Recherchen von Zeitungen, deren Grundlage nicht bekannt ist. Aus Mangel an wissenschaftlichen Quellen basiert die folgende Betrachtung der negativen Umwelteinflüsse von Fußballvereinen auf den genannten Veröffentlichungen, mit einem Verweis auf die Tatsache, dass diese Quellen kritisch zu betrachten sind. Da das Ziel dieses Kapitels aber ist, vor allem die Einflussbereiche des Profifußballs zu ermitteln, können die im Folgenden genannten Zahlen eher als grobe Einordnung denn als gegebene Fakten gesehen werden.

2.1.1 CO₂-Fußabdruck

Wie bereits im einleitenden Kapitel dargestellt, ist die Erderwärmung der erhöhten Treibhausgas-Konzentration in der Atmosphäre geschuldet. Zu den Treibhausgasen zählen laut Kyoto-Protokoll Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O) und noch drei weitere Gase,¹⁵ wobei der Fokus im Allgemeinen auf Kohlendioxid liegt. Jede Person, jedes Unternehmen, jedes Produkt und jede Dienstleistung stößt CO₂ aus und trägt damit

¹² Vgl. Gehlenborg, E./ Hink, W./ Köttker, R. (2016), S. 75.

¹³ Keller (2014), S. 119.

¹⁴ Vgl. ebd.

¹⁵ Vgl. World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 98.

zur Erhöhung der Konzentration dieses Treibhausgases in der Atmosphäre bei, was allgemein auch als CO₂-Fußabdruck bezeichnet wird.¹⁶

Um diesen zu messen hat der World Business Council for Sustainable Development gemeinsam mit dem World Resources Institute im Jahr 2004 das Greenhouse Gas Protocol entwickelt, welches die Emissionen in drei sogenannte Scopes einteilt.¹⁷ Scope 1 misst hierbei „direkte Treibhausgasemissionen[, die] aus Quellen [stammen], die dem Unternehmen gehören oder von ihm kontrolliert werden“¹⁸. In Bezug auf einen Fußballverein meint dies zum Beispiel „die CO₂-Emissionen resultierend aus dem Kraftstoffverbrauch der [eigenen] Fahrzeugflotte“¹⁹. Scope 2 bezieht sich dagegen auf CO₂-Emissionen verursacht durch externe, also eingekaufte oder auf andere Weise erworbene Energie,²⁰ zum Beispiel Strom oder Wärme. Der dritte Scope befasst sich mit den indirekten Treibhausgasemissionen, welche zwar aus den Aktivitäten eines Unternehmens oder Akteurs resultieren, von ihm aber nicht direkt beeinflusst werden können.²¹ Konkret auf einen Fußballverein bezogen meint das zum Beispiel Emissionen aus den verschiedenen Lieferketten oder verursacht durch die Fanbewegungen an Spieltagen.²²

Eine Betrachtung des CO₂-Fußabdrucks von Fußballvereinen liefert erste Einsichten in die Umwelteinflüsse des Profifußballs. Der Bundesligaverein Hertha BSC verzeichnete in der Saison 2018/19 beispielsweise Emissionen in Höhe von 10.550 Tonnen CO₂,²³ und auch englische Premier League-Vereine bewegen sich in ähnlichen Größenordnungen²⁴. Es ist anzunehmen, dass alle europäischen Fußballvereine mit entsprechenden Zuschauerzahlen vergleichbare Emissionen verursachen, auch wenn dies nicht gemessen wurde.

Das Handelsblatt Research Institute hat 2020 in einer Modellrechnung versucht, den CO₂-Fußabdruck der Fußballfans der 1. Bundesliga in Deutschland abzuschätzen. Demzufolge werden „7.800 Tonnen CO₂ [...] an einem Spieltag in der Bundesliga freigesetzt“²⁵, was in etwa den jährlichen Pro-Kopf-Emissionen von 700 Personen entspricht²⁶. Hochgerechnet auf 34 Spieltage verursacht die 1. Bundesliga nur durch ihre Fans im Jahr dementspre-

¹⁶ Vgl. Lin Hi, N./ Löttsch, M./ Doeblin, R. (2012), S. 13.

¹⁷ Vgl. World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 101.

¹⁸ Ebd. (übersetzt aus dem Englischen).

¹⁹ Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019), S. 114.

²⁰ Vgl. World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 25.

²¹ Vgl. ebd.

²² Vgl. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019), S. 115.

²³ Vgl. Stadionwelt (2022).

²⁴ Vgl. Football Écologie France (2021), S. 7.

²⁵ Handelsblatt Research Institute (2020), S. 19.

²⁶ Vgl. Handelsblatt Research Institute (2020), S. 10.

chend so viele CO₂-Emissionen wie 23.800 Deutsche, also das Äquivalent einer Kleinstadt. Hinzu kommen noch die Emissionen der Zweitligavereine, für die es allerdings keine Berechnungen gibt, und jegliche andere Emissionen, die nicht in Verbindung mit den Zuschauern stehen.

Um eine genauere Einsicht in die negativen Umwelteinflüsse von Fußballvereinen zu bekommen, werden im Folgenden verschiedene Kategorien betrachtet. Grundlage für die Einteilung dieser Kategorien sind zum einen die veröffentlichten CO₂-Fußabdrücke von Fußballvereinen sowie weitere Themengebiete, die bei der Recherche nach Umwelteinflüssen des Profifußballs auffielen. Die Analyse des CO₂-Fußabdrucks des VfL Wolfsburg zeigte CO₂-Emissionen in den Bereichen Mobilität, Energieverbrauch, Catering (im Folgenden Ernährung genannt) sowie Merchandising.²⁷ Dieselben Kategorien waren auch in den CO₂-Ausstößen von Hertha BSC²⁸ und dem 1. FSV Mainz 05²⁹ vertreten, wobei letzterer zusätzlich noch die Emissionen verursacht durch erzeugte Abfälle aufführt. Eine weitere Kategorie, die in den genannten CO₂-Fußabdrücken nicht auftaucht, aber dennoch einen hohen Einfluss auf die Umwelt hat,³⁰ sind die CO₂-Emissionen verursacht durch den Einsatz von technologischen Geräten. Zuletzt soll ebenfalls der Bereich Wasserverbrauch mit aufgenommen werden, da dieser in der Literaturrecherche wiederholt auftrat. Diese sieben Kategorien sollen nun also im Detail betrachtet werden.

2.1.2 Merchandising, Textilien und Materialien

Der Bereich Merchandising trägt bei Betrachtung des Beispiels VfL Wolfsburg nur einen sehr geringen Teil zum gesamten CO₂-Fußabdruck bei.³¹ Auch im Falle von Hertha BSC beträgt der Anteil der Emissionen verursacht durch Merchandise-Produkte nur 5%, was aber dennoch im Vergleich in diesem Fall den drittgrößten Anteil am Gesamtausstoß ausmacht.³² Verursacht wird dieser Verbrauch einerseits durch die Herstellung, andererseits aber auch durch den Transport der Produkte, da viele Merchandise-Artikel, Textilien und Materialien aus Ländern außerhalb von Europa bezogen werden. So werden aktuell circa 85% aller Bälle sportartenübergreifend in Pakistan und Indien hergestellt³³ und müssen

²⁷ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 55.

²⁸ Vgl. ebd.

²⁹ Vgl. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2022).

³⁰ Vgl. Football Écologie France (2021), S. 7.

³¹ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 55.

³² Vgl. Stadionwelt (2022).

³³ Vgl. Rebound (2022).

dann erst nach Europa transportiert werden, was mit erheblichen CO₂-Ausstößen verbunden ist.

Neben dem genannten Emissionsausstoß haben Sporttextilien noch einen weiteren negativen Einfluss auf die Umwelt. In den meisten Fällen aus Polyester hergestellt, lassen Sporttextilien bei der Wäsche Mikroplastikfasern im Wasser zurück, welche schwer gefiltert werden können und damit zu großen Teilen in den Wasserkreislauf und schließlich in die Ozeane gelangen.³⁴ Der Organisation Football Shirt Collective zufolge gelangen so mit jeder Wäsche eines einzelnen Trikots 500.000 Mikroplastikfasern in die Ozeane,³⁵ und tragen damit zur Plastikverschmutzung bei. Damit macht der Bereich Merchandising und Textilien einen nicht unerheblichen Anteil an den gesamten negativen Umwelteinflüssen des Profifußballs aus.

2.1.3 Energieverbrauch

Der Energieverbrauch von Fußballvereinen setzt sich hauptsächlich aus den beiden Bereichen Strom und Wärme zusammen und lässt sich damit in den Scope 2 des Greenhouse Gas Protocols einordnen. Dem Nachhaltigkeitsbericht des Deutschen Fußball-Bunds (DFB) aus dem Jahr 2016 zufolge benötigt ein durchschnittlich großes Bundesligastadion pro Spieltag etwa 110.000 Kilowattstunden Elektrizität,³⁶ zum Beispiel für die Beleuchtung oder für elektronische Geräte. Französische Quellen sprechen von 100.000 Kilowattstunden pro Spiel allein für die Stadionbeleuchtung und setzen dies in den Vergleich mit dem Jahresverbrauch von 20 Haushalten.³⁷ Bei 40 Stadien im französischen Profifußball, die im normalen Ligabetrieb je 19 Heimspiele austragen, würde dies bedeuten, dass allein die Stadionbeleuchtung im französischen Profifußball jährlich so viel Energie verbraucht wie 15.200 Haushalte. Wie bereits erwähnt sollen diese Daten vorrangig als Größenordnung dienen, da ihre Genauigkeit kritisch zu betrachten ist.

Zusätzlich zu den Verbräuchen des Stadions benötigen Fußballvereine auch in ihrem Alltag beträchtliche Mengen an Energie, da auch die Geschäftsstellen, die Trainingsgelände und weitere Standorte mit Strom und Wärme versorgt werden müssen. Gesamtheitliche Betrachtungen gibt es kaum. Anhaltspunkte für eine Einschätzung bietet der VfL Wolfsburg, der in seinem Nachhaltigkeitsbericht 2020 von einem gesamten Stromverbrauch von

³⁴ Vgl. Rebond (2022).

³⁵ Vgl. Kurmayer (2021).

³⁶ Vgl. Gehlenborg, E./ Hink, W./ Köttker, R. (2016), S. 75.

³⁷ Vgl. Travers (2018).

6.734.906 Kilowattstunden³⁸ und von einem Fernwärmeverbrauch von 4.712 Megawattstunden³⁹ spricht. Inwieweit dies auf die übrigen Vereine übertragen werden kann ist jedoch unklar, da jeder Verein unterschiedliche Voraussetzungen hat, seien es die Anzahl, Ausstattung und Größe der Standorte, oder die Anzahl der Mitarbeiter*innen und Zuschauer*innen.

2.1.4 Wasserverbrauch

Bei den Daten bezüglich des Wasserverbrauchs ist es ebenfalls schwer, einheitliche Kenngrößen zu finden. Französische Zeitungen sprechen von 800.000 m³ jährlichem Wasserverbrauch für Vereine im Norden Frankreichs⁴⁰ und von 36.000 m³, die ein Stadion wie das Stade de France pro Jahr für die Bewässerung des Stadionrasens benötigt⁴¹.

Die angegebenen Verbräuche der deutschen Profivereine sind vergleichsweise geringer. So verbrauchte die Allianz Arena, das Stadion des FC Bayern München, zwischen 2017 und 2020 im Schnitt jährlich circa 5.400 m³ Wasser für die Beregnung des Stadionrasens und 53.300 m³ Wasser im gesamten Stadion.⁴² Für das Stadion von Borussia VfL 1900 Mönchengladbach wurden im Jahr 2013 14.000 m³ Wasser benötigt, wobei hier die Beregnung des Stadionrasens nicht mit einbezogen wurde.⁴³ Der VfL Wolfsburg spricht in seinem Nachhaltigkeitsbericht 2020 von einem Gesamtwasserverbrauch von 102.760 m³ für alle Bereiche des Vereins,⁴⁴ Borussia Dortmund gibt lediglich einen Verbrauch von 75.663 Kubikmetern Wasser an⁴⁵.

Die Unterschiede in den Angaben von deutscher und französischer Seite können einerseits auf reale Unterschiede in Bezug auf die Wassernutzung oder den Wasserbedarf zurückzuführen sein, andererseits sind auch unterschiedliche Vorgehensweisen bei der Messung oder Schätzung möglich. Nichtsdestotrotz lässt sich festhalten, dass der Wasserverbrauch des Profifußballs in jedem Szenario hoch ist. In Deutschland verbraucht eine Person circa 44 m³ Wasser im Jahr,⁴⁶ weshalb Borussia Dortmund so viel Wasser verbrauchen würde wie 1.720 Menschen, der VfL Wolfsburg so viel wie 2.335 Menschen und ein französischer Verein laut der genannten Quelle so viel wie 18.182 Menschen.

³⁸ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 56.

³⁹ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 57.

⁴⁰ Vgl. Danjon (2020).

⁴¹ Vgl. Travers (2018).

⁴² Vgl. Allianz Arena München Stadion GmbH (2019), S. 23.

⁴³ Vgl. DIE LIGA - Fußballverband e.V. (2013).

⁴⁴ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 53.

⁴⁵ Vgl. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2021), S. 5.

⁴⁶ Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (2017).

Abschließend ist noch zu erwähnen, dass Wasser im eigentlichen Sinne nicht verbraucht werden kann, da es keine endliche Ressource ist. Es „befindet sich in einem ständigen Kreislauf aus Niederschlag und Verdunstung“⁴⁷, weshalb eigentlich von Wassernutzung statt von Wasserverbrauch gesprochen werden muss. Allerdings führt die Nutzung von Wasser oftmals dazu, dass das Wasser verschmutzt oder verunreinigt wird und damit nicht mehr als Trinkwasser zur Verfügung steht. Außerdem wird „Energie für die Wasserver- und Abwasserentsorgung“⁴⁸ verbraucht. Aus diesem Grund hat übermäßige Wassernutzung dennoch einen negativen Einfluss auf die Umwelt. Der Einfachheit halber wird in dieser Arbeit weiterhin von Wasserverbrauch gesprochen, da dies die in den Quellen vorwiegend genutzte Bezeichnung ist.

2.1.5 Mobilität

Der Bereich Mobilität befasst sich einerseits mit den Fahrten der Mannschaften und Mitarbeiter*innen, und andererseits mit den Fanbewegungen, wobei letztere für die höchsten CO₂-Ausstöße verantwortlich sind. Anzuordnen in Scope 3 machen sie in allen Vereinen, die diese Daten erhoben haben, den größten Anteil aus, so zum Beispiel beim 1. FSV Mainz 05⁴⁹ oder beim VfL Wolfsburg⁵⁰. Allgemein werden laut dem Handelsblatt Research Institute „zwei Drittel der Emissionen an einem Spieltag in der Fußballbundesliga [...] durch die An- und Abreise verursacht“⁵¹. Dies ist hauptsächlich auf die Anreise der Fans mit dem Auto zurückzuführen. Das Institut berechnet beispielhaft die Anreise von einem Fan des Vereins RB Leipzig zu allen Auswärtsspielen und kommt zu dem Ergebnis, dass dieser Fan alleine in einer Saison fünf Tonnen CO₂ durch seine An- und Abreise ausstößt, was den empfohlenen Jahresverbrauch um mehr als 50% übersteigt.⁵² Bezogen auf ein einziges Bundesligaspiel kam der DFB 2016 zu dem Ergebnis, dass die Fans jedes Bundesligavereins im Schnitt 41 Tonnen CO₂ pro Spieltag in Bezug auf ihre Mobilität ausstoßen.⁵³ Dies deckt sich mit einer Untersuchung der französischen Fondation du Football aus dem Jahr 2011, welche die CO₂-Emissionen der Fußballfans der französischen Erstligavereine pro Saison auf 35.000 Tonnen schätzte,⁵⁴ was pro Verein und pro Spieltag einen CO₂-Ausstoß von 46 Tonnen bedeutet. Für die deutsche 2. Bundesliga und die franzö-

⁴⁷ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (2017).

⁴⁸ Ebd.

⁴⁹ Vgl. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2021).

⁵⁰ Vgl. FC PlayFair! Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e.V. (2021), S. 40.

⁵¹ Handelsblatt Research Institute (2020), S. 23.

⁵² Vgl. Handelsblatt Research Institute (2020), S. 9.

⁵³ Vgl. Gehlenborg, E./ Hink, W./ Köttker, R. (2016), S. 75.

⁵⁴ Vgl. Les Echos (2020).

sische Ligue 2 liegen keine Zahlen vor. Es kann aber angenommen werden, dass der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch der Fans ähnlich dem der Erstligavereine ist, da die Rahmenbedingungen der Fanmobilität für alle Ligen gleich sind.

Neben der Fanmobilität müssen auch die Reisen der Mannschaften betrachtet werden, die pro Saison 19 (Frankreich) beziehungsweise 17 (Deutschland) Auswärtsspiele bestreiten. Hier konnten hauptsächlich für den französischen Profifußball Daten gefunden werden. Laut einer Studie der Ligue de Football Professionnel (LFP) wurden in der Saison 2019/2020 65% der An- und Abreisen zu Auswärtsspielen in der Ligue 1 und Ligue 2 mit dem Flugzeug durchgeführt, 31% mit dem Bus und 4% mit dem Zug.⁵⁵ Betrachtet man nur die Ligue 1, ist der Anteil an Flugreisen mit 80% noch höher.⁵⁶ Hinzu kommt, dass einige Vereine der Ligue 1 regelmäßig mit überdurchschnittlich kurzen Flügen mediale Aufmerksamkeit erregen. So reiste Paris Saint-Germain 2020 zu einem Auswärtsspiel im 200 Kilometer entfernten Lens⁵⁷ und zu einem anderen Spiel im 300 Kilometer entfernten Dijon⁵⁸ mit einem Privatflugzeug an, während der Mannschaftsbus den Hin- und Rückweg per Leerfahrt zurücklegte. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der CO₂-Ausstoß pro Person bei einer Flugreise den Ausstoß bei einer Reise mit dem Zug um das 107-fache übersteigt,⁵⁹ trägt der Profifußball mit diesem Mobilitätsverhalten ebenfalls in negativer Weise zu den Umwelteinflüssen bei.

2.1.6 Müllproduktion

Auch die Erzeugung von Abfällen beeinflusst die Umwelt, nicht nur durch Verschmutzung, sondern ebenfalls bedingt durch die CO₂-Emissionen bei der Verarbeitung des Mülls.⁶⁰ In Frankreich werden bei einem Spiel der Ligue 1 im Schnitt zehn Tonnen Müll produziert,⁶¹ bei Vereinen wie Olympique Lyon sogar elf Tonnen⁶². In der Ligue 2 sind die Zahlen am Beispiel des Valenciennes FC (zwei Tonnen)⁶³ oder des Amiens SC (eine Tonne)⁶⁴ geringer, was sich allerdings auf die niedrigeren Zuschauerzahlen zurückführen lässt.

⁵⁵ Vgl. Ballue (2021).

⁵⁶ Vgl. J.T. (2021).

⁵⁷ Vgl. Demolliens (2021).

⁵⁸ Vgl. Toulemont (2020).

⁵⁹ Vgl. Ballue (2021).

⁶⁰ Vgl. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2022).

⁶¹ Vgl. Danjon (2020).

⁶² Vgl. Travers (2018).

⁶³ Vgl. Boucher (2011).

⁶⁴ Vgl. Leclercq (2020).

Für Deutschland finden sich lediglich beispielhaft die Verbräuche zweier Bundesligaver-eine. So wurden beim VfL Wolfsburg in der Saison 2019/2020 pro Spieltag circa 4,9 Ton-nen Restmüll und 1,53 Tonnen Papier verbraucht⁶⁵ und bei Borussia Dortmund im gesam-ten Jahr 2020 insgesamt 232 Tonnen Müll (mit Ausnahme von Lebensmittelabfällen)⁶⁶.

Einen großen Einfluss auf die erhöhte Müllproduktion in Fußballstadien haben vor allem Einwegbecher. In einem Stadion wie der Allianz Arena in München werden im Rahmen eines Spieltags etwa 40.000 Bier verkauft,⁶⁷ zusätzlich zu anderen in Bechern ausge-schenkten Getränken. Wenn diese Becher aus Einwegplastik sind, ist die Müllproduktion entsprechend hoch. Aus diesem Grund wurden in der Saison 2018/2019 in den zwei deut-schen Profiligen „mehr als neun Millionen Einwegbecher verbraucht“⁶⁸, was einen be-trächtlichen negativen Einfluss auf die Umwelt mit sich bringt.

2.1.7 Technologie

Der Bereich Technologie wird in den meisten Publikationen zum Umwelteinfluss von Fuß-ballvereinen nicht erwähnt, weshalb hier keine Daten vorliegen, die sich auf den Fußball direkt beziehen. Dennoch sollte diese Kategorie nicht außer Acht gelassen werden.⁶⁹ Tech-nische Geräte sind im Profifußball vielfältig im Einsatz, ob bei Berichterstattungen, TV-Übertragungen, Spielanalysen oder im Alltagsgeschäft. Sie haben allerdings auch einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Umwelt. Im Jahr 2019 war die Herstellung und Nut-zung technologischer Geräte für 4% der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich, was den Anteil des zivilen Luftverkehrs um das Doppelte übersteigt. Bis 2025 könnte dieser Anteil auf 8% steigen, was dem aktuellen Anteil des Personenkraftverkehrs gleicht.⁷⁰

Neben den hohen CO₂-Emissionen werden vor allem bei der Herstellung technischer Gerä-te in großen Mengen Ressourcen verbraucht, hauptsächlich Wasser und Rohstoffe. So müssen „für einen 2kg schweren Computer zum Beispiel [...] 800kg Rohstoffe mobilisiert werden“⁷¹, und die Technologie ist für 0,2% des gesamten Wasserverbrauchs auf der Erde verantwortlich⁷². Dies entspricht in etwa 7,8 Millionen m³ Süßwasser.⁷³

⁶⁵ Vgl. VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021), S. 51.

⁶⁶ Vgl. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2021), S. 5.

⁶⁷ Vgl. Handelsblatt Research Institute (2020), S. 10.

⁶⁸ Vgl. Deutsche Umwelthilfe e.V. (2022).

⁶⁹ Vgl. Football Écologie France (2021), S. 7.

⁷⁰ Vgl. Ferreboeuf, H./ Efoui-Hess, M./ Marraud, L./ Lescop, C. (2020), S. 16.

⁷¹ Smit (2020) (übersetzt aus dem Französischen).

⁷² Vgl. Bordage (2019), S. 9.

⁷³ Vgl. Bordage (2019), S. 10.

Die Geräte mit dem größten Umwelteinfluss sind aktuell Fernseher und Smartphones,⁷⁴ welche beide sehr zahlreich im Fußballgeschäft eingesetzt werden. Daher kann, trotz Mangel an konkreten fußballbezogenen Zahlen, auf einen stark negativen Umwelteinfluss durch den Einsatz technologischer Geräte geschlossen werden. Fehlende Untersuchungen deuten allerdings darauf hin, dass dieser Bereich im Profifußball aktuell wenig bis gar nicht betrachtet wird.

2.1.8 Ernährung

Zuletzt soll nun der Einfluss des Lebensmitteleinsatzes im Profifußball auf die Umwelt betrachtet werden. Lebensmittel spielen im gesamten Aktivitätsbereich eines Vereins eine Rolle, bei der Ernährung der Mannschaften, in der Kantine der Geschäftsstelle, und auch im Catering des Stadions, sowohl an den Kiosks als auch in den Logen. „Die Besucher[*innen] der Allianz Arena in München zum Beispiel verzehren vor, während und nach einem Spiel allein [...] 20.000 Bratwürste“.⁷⁵

Der Einfluss auf die Umwelt muss in zweierlei Hinsicht betrachtet werden: einerseits in Bezug auf die Treibhausgasemissionen, andererseits in Bezug auf Lebensmittelabfälle, die mit einer Verschwendung von Ressourcen gleichzusetzen sind. Der größte Anteil an Treibhausgasemissionen wird verursacht durch fleischhaltige Ernährung, welche im Schnitt sieben Mal so viel CO₂ produziert wie vegetarische Ernährung.⁷⁶ Den größten Einfluss hat hier die Produktion von Futtermitteln für die Tiere, welche auch einen bedeutenden Anteil an der Abholzung von Regenwäldern hat.⁷⁷

Vergleicht man verschiedene Tierarten, lassen sich auch dort Unterschiede erkennen. So entfällt der höchste Anteil an Treibhausgasemissionen auf Rindfleisch.⁷⁸ Dies hängt einerseits mit dem höheren Energiebedarf bei der Produktion zusammen, andererseits „erzeugen Rinder beim Wiederkäuen große Mengen Methan in ihren Mägen. Dieses Gas ist zu 19 Prozent verantwortlich für den menschengemachten Klimawandel.“⁷⁹

Einen weiteren Anteil an den durch Ernährung bedingten Treibhausgasemissionen hat der Transport der Lebensmittel. Regionale Speisen haben grundsätzlich einen geringeren CO₂-

⁷⁴ Vgl. Bordage (2019), S. 12.

⁷⁵ Handelsblatt Research Institute (2020), S. 10.

⁷⁶ Vgl. Danjon (2020).

⁷⁷ Vgl. Lecomte (2021).

⁷⁸ Vgl. Collins, A./ Flynn, A. (2008), S. 763.

⁷⁹ Deutsche Welthungerhilfe e. V. (2022).

Ausstoß, da sie weniger Transportwege zurücklegen müssen.⁸⁰ Zu erwähnen ist hier jedoch, dass „der Energiebedarf für den Transport von Lebensmitteln relativ gering [ist] im Vergleich zu dem, der für ihre Herstellung und Verarbeitung benötigt wird.“⁸¹

Der zweite Grund, warum die Ernährung im Profifußball negativ auf die Umwelt einwirkt, ist die Lebensmittelverschwendung. In ganz Frankreich werden pro Jahr etwa 10 Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle produziert, „was einem theoretischen Handelswert von 16 Milliarden Euro und etwa 3% der Treibhausgase der französischen Wirtschaft entspricht.“⁸² Bezogen auf den Fußball wird an einem Spieltag je nach Stadiongröße etwa eine Tonne Lebensmittel weggeworfen,⁸³ was in der Allianz Arena beispielsweise den zweitgrößten Anteil an allen Abfällen ausmacht⁸⁴. Borussia Dortmund errechnete ein Volumen an entsorgten Speiseresten in Höhe von 172 m³ für das Jahr 2018.⁸⁵ Neben den damit verbundenen Kosten und CO₂-Emissionen stellt dies auch einen hohen Ressourcenverbrauch dar.

Die Zusammenstellung veröffentlichter Daten und Fakten in den aufgeführten Kategorien zeigt eindeutig, dass sowohl der deutsche als auch der französische Profifußball in mehreren Bereichen negativ auf die Umwelt einwirken. Die angeführten Zahlen beziehen sich oftmals nur auf eine Liga oder ausgewählte Vereine, da allgemein nur sehr wenig Untersuchungen in diesem Kontext durchgeführt wurden. Studien über Vereine der deutschen und französischen zweiten Liga gibt es keine.

Aus diesem Grund kann nur angenommen werden, dass alle Profivereine der beiden betrachteten Länder einen ähnlich hohen Einfluss haben, immer abhängig von Faktoren wie Größe und Zuschauerzahlen. WWF France zufolge ist es demnach „unumgänglich, dass jeder Akteur im Sport seine eigenen Umweltauswirkungen begrenzt, insbesondere durch Reduzierung seiner eigenen Treibhausgasemissionen“⁸⁶. Inwiefern dies im deutschen und französischen Profifußball bereits der Fall ist, soll in den kommenden Abschnitten untersucht werden.

⁸⁰ Vgl. Lecomte (2021).

⁸¹ Collins, A./ Flynn, A. (2008), S. 764 (übersetzt aus dem Englischen).

⁸² ADEME (2018), S. 4 (übersetzt aus dem Französischen).

⁸³ Vgl. Handelsblatt Research Institute (2020), S. 44.

⁸⁴ Vgl. Allianz Arena München Stadion GmbH (2019), S. 25.

⁸⁵ Vgl. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019), S. 5.

⁸⁶ Besson, M./ Bourgoïn, A./ Vittorangi, A./ Bailly, B. (2021), S. 13 (übersetzt aus dem Französischen).

2.2 Vorgehen zur Recherche ökologischer Maßnahmen im deutschen und französischen Profifußball

Um den Status Quo der Umsetzung ökologischer Maßnahmen in den deutschen und französischen Profiligen zu beurteilen, wurde mithilfe einer umfangreichen Internetrecherche versucht, jene Maßnahmen, die die Vereine bereits durchführen, herauszuarbeiten. Hierfür wurde auf den Internetseiten der Vereine nach Artikeln oder Informationen zu der Thematik gesucht, und zusätzlich wurde für jeden Verein noch eine Google-Suche nach den Stichworten „Nachhaltigkeit“, „Ökologie“ und „Umwelt“ beziehungsweise deren französischen Übersetzungen durchgeführt. Außerdem wurden noch Informationen aus existierenden Studien oder Rankings sowie Veröffentlichungen der jeweiligen Ligainstanzen hinzugefügt. Da diese Untersuchung auf die öffentliche Kommunikation der durchgeführten Maßnahmen angewiesen war, erhebt sie keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zwar wurde eine Erfassung aller Maßnahmen angestrebt, es kann aber auch Vereine geben, die nicht alle ihrer durchgeführten Maßnahmen kommunizieren. Daher sollte berücksichtigt werden, dass sich die folgende Analyse lediglich auf durch die Vereine oder die Presse kommunizierte Maßnahmen sowie veröffentlichte Studien beziehen kann.

Eine Zusammenstellung aller recherchierten Maßnahmen befindet sich in den Anhängen 1 bis 8. Hierbei ist zu beachten, dass nur Maßnahmen aufgeführt werden, die in direktem oder indirektem Zusammenhang mit der Profimannschaft stehen und die negativen Umwelteinflüsse im Sinne des vorhergehenden Kapitels verringern. Demnach werden zum Beispiel Sensibilisierungsaktionen oder Partnerschaften nicht mit aufgeführt. Diese Maßnahmen schaffen ein Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit, weshalb ihre Wichtigkeit hiermit hervorgehoben werden soll. Sie bewirken aber nicht, dass der Verein selbst seine eigenen negativen Einflüsse verringert, was jedoch der Fokus dieser Betrachtung ist. Die Recherche wurde Mitte Januar 2022 abgeschlossen, weshalb alle später kommunizierten Maßnahmen nicht mit aufgeführt werden konnten.

In den Anhängen 9 und 10 finden sich Tabellen, die die Maßnahmen der Vereine zusammenfassen und den Ligazugehörigkeiten, Tabellenplätzen und finanziellen Situationen der Vereine gegenüberstellen. Hierbei ist zu beachten, dass jede aufgeführte Maßnahme als „1“ gezählt wurde, unabhängig ihrer Ausmaße. Es wurde demnach aus Komplexitätsgründen keine Bewertung der Wichtigkeit der Maßnahmen durchgeführt, sondern lediglich eine Aufzählung vorgenommen. Außerdem werden in Anhang 11 diejenigen Maßnahmen abgebildet, die sich bei mehreren Vereinen wiederfinden. Diese Tabellen dienen als Grundlage für die folgende Analyse.

2.3 Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit in der 1. und 2. Bundesliga

Im September 2020 veröffentlichte die Deutsche Fußball Liga (DFL) eine Umfrage der 36 Vereine, die zu dem Zeitpunkt in den beiden deutschen Profiligen aktiv waren. Aus dieser geht hervor, dass die Mehrheit der Vereine Maßnahmen im Bereich Energie- und Wasserverbrauch sowie Müllproduktion und Mobilität durchführt.⁸⁷ Allerdings wird nicht angegeben, welche und wie viele Maßnahmen durchgeführt werden, und auf welche Vereine dies zutrifft. Konkretere aktuelle Studien⁸⁸ liegen hauptsächlich von myclimate Deutschland⁸⁹ und von der britischen Organisation Sport Positive Leagues vor. Letztere bewertet die Vereine anhand festgelegter Kriterien und erstellt anschließend ein Ranking.⁹⁰ Zudem finden sich Studien, die lediglich einen bestimmten Bereich untersuchen. So rankt der PETA Deutschland e.V. die Vereine anhand des Angebots veganer Speisen in den Stadien⁹¹ und die gemeinnützige Gesellschaft cum ratione bewertet die Nachhaltigkeit der Fanshops⁹². Die Ergebnisse dieser Studien wurden in die Zusammenstellung der von den Vereinen durchgeführten Maßnahmen mit aufgenommen.

Bei Betrachtung der Maßnahmenlisten der 1. und 2. Bundesliga ist ein deutlicher Unterschied je nach Ligazugehörigkeit zu erkennen (siehe Anhang 9). 66% der gesamten Maßnahmen werden von Vereinen der 1. Bundesliga durchgeführt, 34% von Vereinen der 2. Bundesliga. Außerdem lässt sich ein Zusammenhang zwischen der finanziellen Situation der Vereine und ihrem ökologischen Engagement erkennen, da die Vereine mit einem hohen Rohergebnis auch jene Vereine sind, die vergleichsweise viele Maßnahmen durchführen. Ein Zusammenhang zwischen Jahresüberschuss beziehungsweise -defizit und der Anzahl durchgeführter Maßnahmen ist nicht erkennbar.

Die Vereine mit dem größten Engagement sind der VfL Wolfsburg, der 1. FC Köln, Eintracht Frankfurt und Borussia Dortmund. Vereine wie der FC Erzgebirge Aue, der F.C. Hansa Rostock, der SV Sandhausen 1916 oder die SG Dynamo Dresden führen jedoch fast gar keine ökologisch nachhaltigen Maßnahmen durch. Ligaübergreifend lässt sich festhalten, dass der deutsche Profifußball mit fast 500 Maßnahmen (was im Schnitt 14 Maßnahmen pro Verein entspricht) bereits sehr aktiv im Bereich ökologische Nachhaltigkeit ist.

⁸⁷ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2020b).

⁸⁸ 2013 veröffentlichte die Liga bereits einen Umweltreport, der konkrete Maßnahmen der Vereine aufführte und bewertete. Da dieser Report jedoch nicht mehr den Status Quo abbildet, soll auf ihn hier nicht eingegangen werden.

⁸⁹ Vgl. myclimate Deutschland (2020).

⁹⁰ Vgl. Sport Positive Leagues (2021).

⁹¹ Vgl. PETA Deutschland e.V. (2019).

⁹² Vgl. cum ratione gemeinnützige GmbH (2020), S. 11.

Dies wird allerdings von einigen wenigen Vereinen mit hohem Engagement getragen, wohingegen viele Vereine kaum aktiv sind. Daraus folgt, dass der deutsche Profifußball in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit Verbesserungspotenziale hat. Zielsetzung sollte sein, dass sich alle Vereine engagieren.

Hinsichtlich der Aufteilung der Maßnahmen (siehe Anhang 11) wird deutlich, dass das Thema Energieverbrauch in deutschen Vereinen die größte Wichtigkeit hat, gefolgt vom Thema Mobilität. Zu den Einzelmaßnahmen, die die meisten Vereine in der 1. und 2. Bundesliga durchführen, zählen der Einsatz von Mehrwegbechern im Stadion, die Stromversorgung mittels Ökostrom oder erneuerbaren Energien, und das Angebot der kostenlosen Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) beim Kauf eines Tickets für Heimspiele. Mit Abstand am wenigsten Maßnahmen werden im Bereich Technologie durchgeführt, was dadurch zu begründen ist, dass dieser Bereich fast gar nicht in Verbindung mit dem Thema Nachhaltigkeit im Fußball gesetzt wird, wie in Kapitel 2.1.7 beschrieben wurde. Hier besteht demnach der größte Verbesserungsbedarf.

Die Betrachtung der von deutschen Profifußballvereinen durchgeführten Maßnahmen zeigt, dass das Thema ökologische Nachhaltigkeit im deutschen Fußball präsent ist und auch in mehreren Einflussbereichen betrachtet und umgesetzt wird. Im Vergleich zum in Kapitel 1.1 dargestellten hohen Einfluss des Profifußballs auf die Umwelt zeigt sich jedoch die Notwendigkeit, dass ökologische Nachhaltigkeit eine noch größere Rolle in den deutschen Profivereinen bekommt und jeder Verein eine Vielzahl an Maßnahmen umsetzt, die seinen eigenen negativen Einfluss auf die Umwelt verringern. Wie dies realisiert werden kann, soll in den kommenden Kapiteln betrachtet werden.

2.4 Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit in der Ligue 1 und Ligue 2

Die Analyse der in französischen Profifußballvereinen durchgeführten ökologischen Maßnahmen zeigt ein etwas anderes Bild (siehe Anhang 10). Insgesamt konnten nur 190 Maßnahmen verzeichnet werden, was knapp fünf Maßnahmen pro Verein entspricht. Damit beträgt die Aktivität der französischen Vereine nur etwa ein Drittel der Aktivität der deutschen Vereine.

Wie in Deutschland fällt auf, dass auch in Frankreich die erste Liga im Schnitt wesentlich engagierter ist als die zweite Liga, das Verhältnis beträgt hier sogar 74% zu 26%. Allerdings ist auch festzuhalten, dass es trotzdem einige Erstligavereine gibt, die sich wenig bis gar nicht engagieren. So finden sich neun Vereine in der Ligue 1, die keine bis maximal

vier Maßnahmen durchführen, wohingegen in Deutschland der am wenigsten engagierte Erstligaverein sechs Maßnahmen durchführt. In Frankreich ist es also noch stärker so, dass sich einige Vereine mit hohem Engagement hervorheben, aber ein Großteil der Vereine wenig bis gar nicht aktiv ist. Die engagiertesten Vereine sind Olympique Lyonnais, der FC Girondins de Bordeaux und Olympique de Marseille, wobei festgehalten werden muss, dass diese Vereine immer noch wesentlich weniger Maßnahmen durchführen als die engagiertesten deutschen Vereine.

Bezogen auf die finanzielle Situation sind auch in Frankreich ähnliche Schlüsse zu ziehen wie in Deutschland. Aufgrund der unterschiedlichen Strukturen der vorliegenden Zahlen werden in diesem Fall neben den Jahresüberschüssen beziehungsweise -defiziten nicht die Rohergebnisse, sondern die Einnahmen der Vereine betrachtet. Auch hier ist jedoch ein klarer Zusammenhang zwischen den Einnahmen und der Anzahl ökologischer Maßnahmen zu sehen, woraus sich schließen lässt, dass Vereine mit hohen Budgets tendenziell aktiver im Bereich ökologische Nachhaltigkeit sind. Es gibt jedoch auch einige Ausnahmen, wie den Stade Rennais F.C. mit einem hohen Budget und einem sehr geringen Engagement, oder den Havre AC mit einem sehr niedrigen Budget und einem vergleichsweise hohen Engagement. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass französische Vereine zwar tendenziell eher ökologisch aktiv werden, wenn sie ein hohes Budget haben, dass es aber trotzdem auch auf die individuellen Entscheidungen des Vereins und damit auf andere Faktoren ankommt.

Wie in Deutschland ist auch in Frankreich kein direkter Zusammenhang zwischen den Jahresüberschüssen beziehungsweise -defiziten und der Anzahl ökologischer Maßnahmen zu erkennen, auch da die Finanzdaten (bedingt durch die Corona-Pandemie) sehr schwanken. Es fällt jedoch auf, dass zwei der Vereine mit dem größten ökologischen Engagement, namentlich Olympique de Marseille und der FC Girondins de Bordeaux, in beiden betrachteten Spielzeiten hohe Jahresdefizite vorweisen. Dies kann viele Ursachen haben, weshalb ein direkter Zusammenhang nicht geschlussfolgert werden kann. Allerdings lässt sich hier die Hypothese aufstellen, dass Vereine, die aktuell wenig engagiert sind, davon abgeschreckt werden könnten, in ökologische Nachhaltigkeit zu investieren, da sie aufgrund dieser Extrembeispiele Jahresdefizite befürchten.

Die Betrachtung der Verteilung der Einzelmaßnahmen (siehe Anhang 11) zeigt, dass in Frankreich das Thema Müllproduktion die größte Rolle spielt und vergleichsweise viele Maßnahmen zur Reduktion von Abfällen durchgeführt werden. Wie in Deutschland steht

an zweiter Stelle der Bereich Mobilität, und das Thema Technologie wird ebenfalls mit Abstand am wenigsten aufgegriffen. Dies bestätigt die Annahme, dass im Profifußball noch kaum ein Zusammenhang zwischen Technologie und negativen Umwelteinflüssen gesehen wird.

Wie bereits erwähnt sind die deutschen Vereine im Schnitt wesentlich aktiver als die französischen Vereine, was auch erklärt, warum die meisten Einzelmaßnahmen in Deutschland teilweise viel häufiger vorkommen als in Frankreich. In den Bereichen Mobilität und Müllproduktion sind jedoch klare Schwerpunktsetzungen zu sehen, die sich darin zeigen, dass es einige Maßnahmen gibt, die entweder in Deutschland oder in Frankreich wesentlich öfter vorkommen. So ist im Bereich Mobilität zum Beispiel klar erkennbar, dass deutsche Vereine den Fokus auf elektrische Fahrzeuge und die Fortbewegung per Fahrrad oder ÖPNV legen, währenddessen in Frankreich das Thema Car-Sharing eine große Rolle spielt. In Bezug auf den Bereich Müllproduktion wird deutlich, dass sich französische Vereine mehr damit beschäftigen, wie sie mit dem produzierten Müll umgehen, zum Beispiel durch Mülltrennung oder Recycling, wohingegen deutsche Vereine eher daran arbeiten, weniger Müll zu produzieren.

Allgemein ist festzuhalten, dass selbst die in Frankreich vergleichsweise häufigen Maßnahmen maximal von 40% der Vereine durchgeführt werden, was die Annahme bestätigt, dass das Thema ökologische Nachhaltigkeit in Frankreich dieser Untersuchung zufolge eine sehr geringe Rolle spielt und großer Verbesserungsbedarf besteht.

Wichtig zu erwähnen ist allerdings, dass diese Schlussfolgerung allein auf Grundlage der durchgeführten Untersuchung gezogen wurde, welche, wie bereits erwähnt, auf die Kommunikation der Maßnahmen seitens der Vereine oder der Presse sowie auf Studien angewiesen war. Demnach ist die geringe Anzahl an Maßnahmen faktisch damit zu begründen, dass wenig Maßnahmen kommuniziert wurden und es auch keine externen Studien gab. Die Aussage, dass der französische Profifußball im Bereich ökologische Nachhaltigkeit wenig aktiv ist, ist daher nur eine Hypothese.

Widerlegt werden könnte diese Hypothese durch die Veröffentlichungen der die Profiligen verwaltenden Ligue de Football Professionnel (LFP). Diese publiziert jährlich einen Bericht mit dem Titel „Jouons la collectif“, in dem das gesellschaftliche Engagement der französischen Profivereine vorgestellt wird. In diesen Berichten finden sich auch regelmäßig Zahlen und Beispiele, die das ökologische Engagement der Vereine darstellen sollen. In der Saison 2017/2018 wurde zum Beispiel veröffentlicht, dass 80% der Vereine versu-

chen, ihren Energieverbrauch zu senken, 30% erneuerbare Energien einsetzen, 64% Car-Sharing-Plattformen anbieten und 42% Fahrradstellplätze zur Verfügung stellen.⁹³ Der Bericht der Saison 2018/2019 gibt an, dass neun Vereine versuchen, den Umwelteinfluss der Mobilität der Mannschaften zu verringern, 90% der Vereine Mehrwegbecher im Stadion anbieten, 45% die nicht verwendeten Lebensmittel spenden, 48% die ÖPNV-Tickets der Fans subventionieren und 80-90% ihren Müll trennen.⁹⁴ 2019/2020 veröffentlichte die LFP, dass 70-90% der Vereine lokale Produkte im Stadioncatering einsetzen und sich 45% im Bereich Müllreduktion engagieren.⁹⁵ Und schließlich ist im Bericht der Saison 2020/2021 zu lesen, dass 63% der Vereine Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung ergreifen, 84% intern auf lokale und saisonale Lebensmittel zurückgreifen und 35% Einwegplastikflaschen durch wiederverwendbare Flaschen ersetzt haben.⁹⁶

Diesen Angaben zufolge scheint das ökologische Engagement der französischen Vereine relativ hoch zu sein, was den Ergebnissen der in dieser Arbeit durchgeführten Untersuchung widerspricht. Die Diskrepanz lässt sich einmal dadurch erklären, dass viele Vereine ihre Umweltmaßnahmen möglicherweise nicht kommunizieren. Es ist nicht auszuschließen, dass ein Verein zum Beispiel auf LED-Beleuchtung zurückgreift, ohne dies als ökologische Maßnahme öffentlich zu kommunizieren, was entweder darauf zurückzuführen ist, dass er die Kommunikation ökologischer Maßnahmen nicht für wichtig hält, oder darauf, dass er diese Maßnahme gar nicht als ökologisch nachhaltig erkennt.

Andererseits muss auch die Vorgehensweise der LFP an sich kritisch betrachtet werden. Die Erhebung der Daten für die Berichte erfolgte, indem die Vereine per schriftlichem Fragebogen und per Telefongespräch zu ihren Engagements befragt wurden.⁹⁷ Es ist nicht bekannt, ob die Vereine auch den genauen Inhalt ihrer Maßnahmen angeben mussten. Dieses Problem besteht allgemein in der französischen Kommunikation zum Thema ökologische Nachhaltigkeit. So ist in Pressemitteilungen zum Beispiel oft zu lesen, dass der Verein „einen ökologisch verantwortungsbewussten Ansatz“⁹⁸ verfolgt oder seine Aktivitäten „der Logik der nachhaltigen Entwicklung entsprechen“⁹⁹. Wie genau dies jedoch aussieht, wird nicht erwähnt, was an der Ernsthaftigkeit des ökologischen Engagements zweifeln lässt.

⁹³ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2018), S. 10.

⁹⁴ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2019a), S. 18.

⁹⁵ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020a), S. 20.

⁹⁶ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2021), S. 14.

⁹⁷ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2018), S. 15.

⁹⁸ AS Monaco (2021) (übersetzt aus dem Französischen).

⁹⁹ Clermont Foot 63 (2013) (übersetzt aus dem Französischen).

Hinzu kommt, dass selbst bei manchen konkreten Maßnahmen, die als ökologisch nachhaltig kommuniziert werden, der wirkliche Beitrag zu ökologischer Nachhaltigkeit nicht erkennbar ist. Wenn ein Verein zum Beispiel die Einführung von nachhaltigen Mehrwegbechern im Stadion angibt, aber dann ergänzt, dass diese Becher für jedes Spiel mit einem anderen Design neu produziert werden,¹⁰⁰ ist die wirkliche Nachhaltigkeit dieser Maßnahme infrage zu stellen.

Schlussendlich ist festzuhalten, dass der genaue Stand ökologischer Nachhaltigkeit in Frankreich schwer einzuschätzen ist. Der Kommunikation seitens der LFP zufolge sind die französischen Profiligen sehr aktiv in diesem Kontext, die in dieser Arbeit durchgeführte Untersuchung kommt zu einem gegensätzlichen Ergebnis. Realistisch ist vermutlich eine Aussage, die in der Mitte dieser beiden Erkenntnisse liegt, wonach der französische Profifußball zwar ökologische Maßnahmen ergreift, aber dennoch Verbesserungspotenziale bestehen. Genau wie im deutschen Fall soll daher untersucht werden, wie diese Verbesserung erreicht werden kann.

2.5 Auswertung der Interviews

Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine Reihe an Interviews durchgeführt, mit dem Ziel, die reale Sichtweise von den Akteur*innen im deutschen und französischen Profifußball abzubilden und den Versuch zu unternehmen, einen Grundkonsens herauszuarbeiten. Um jedem Verein die Möglichkeit zur Stellungnahme zu geben, wurde in jedem der 76 Profivereine mindestens ein*e Ansprechpartner*in kontaktiert und für ein Interview angefragt. Bei mangelnder Rückmeldung seitens der Ansprechpartner*innen wurde ebenfalls noch eine Anfrage über das Kontaktformular der Vereinswebsite gestellt, sofern dies möglich war.

Eine Übersicht der Interviewanfragen sowie der Rückmeldungen ist in Anhang 13 zu finden. Hierbei ist zu erwähnen, dass die ersten Interviewanfragen Anfang Dezember 2021 abgeschickt wurden, und die letzten Anfang Januar 2022, sofern vom beziehungsweise von der zuerst kontaktierten Ansprechpartner*in keine Rückmeldung vorlag. Bei der Betrachtung der Rückmeldequoten fällt ein deutlicher Unterschied zwischen den deutschen und französischen Vereinen auf.

¹⁰⁰ Vgl. Lepauw (2020).

Von den 36 deutschen Profivereinen erklärten sich 16 für die Durchführung eines Interviews bereit, was 44% entspricht.¹⁰¹ 14 Vereine (39%) reagierten auf die Anfrage, mussten aber aufgrund mangelnder Kapazitäten oder anderer Gründe absagen. Dennoch unterstrich der Großteil dieser Vereine das Interesse an der Thematik und verwies auf andere Quellen, in denen hilfreiche Informationen zu finden sein könnten. Lediglich sechs Vereine (17%) reagierten nicht auf die Anfrage. Dies verdeutlicht das bereits in Kapitel 2.2 thematisierte Bewusstsein der deutschen Profivereine über die Wichtigkeit ökologischer Nachhaltigkeit. Unabhängig vom Entwicklungsstand der Thematik innerhalb der jeweiligen Vereine lässt sich also auf ein grundlegendes Interesse der beiden deutschen Profiligen schließen. Zu untersuchen ist nur, wie dieses Interesse in konkrete Handlungen überführt werden kann.

Auf französischer Seite meldeten sich insgesamt hingegen nur 7 von 40 Vereinen zurück. Fünf davon (12,5%) mussten aus verschiedenen Gründen absagen, demnach konnte nur mit zwei Vereinsvertretern (5%) ein Interview geführt werden. Die übrigen 33 Vereine meldeten sich innerhalb der 2,5 Monate bis zur Fertigstellung dieser Arbeit nicht zurück, was einem Prozentsatz von 82,5% entspricht. Gründe dafür könnten einerseits mangelnde Zeit oder kulturelle Ursachen sein, andererseits lässt sich allerdings auch die Hypothese aufstellen, dass die niedrige Antwortquote auf ein mangelndes Interesse des französischen Profifußballs am Thema ökologische Nachhaltigkeit zurückzuführen ist. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen aus Kapitel 2.3, wonach die Thematik in den beiden französischen Profiligen nur vereinzelt aufgegriffen wird und im Vergleich zu Deutschland wesentlich weniger Maßnahmen zu finden sind. Es stellt sich hier also die Frage, wie in den Vereinen Interesse für das Thema ökologische Nachhaltigkeit geweckt werden kann.

Zusätzlich zu den 17 Interviews mit Vertreter*innen der Profivereine wurden deutsche und französische Nachhaltigkeitsexperten sowie je ein Vertreter einer deutschen und französischen Fußballinstanz zu der Thematik befragt. Die vollständig transkribierten Interviews befinden sich in den Anhängen 14 bis 36. Inhalte und Erkenntnisse aus den insgesamt 23 Interviews werden in den folgenden Kapiteln zitiert, um die Ansichten der Vereinsvertreter*innen und Experten mit in die Betrachtung aufzunehmen.

¹⁰¹ Von diesen 16 Interviews konnten nur 15 in die Analyse aufgenommen werden, da eine Rückmeldung erst kurz vor Fertigstellung der Arbeit eintraf. Dieses Interview ist daher nicht im Anhang zu finden, kann bei Interesse aber nachgereicht werden.

3 Lizenzvergabe im deutschen und französischen Profifußball

3.1 Lizenzierungsordnung der DFL in Deutschland

In Deutschland obliegt die Organisation der Bundesliga und 2. Bundesliga, im Folgenden Lizenzligen genannt, dem DFL Deutsche Fußball Liga e.V., welcher diese Befugnis durch den Deutschen Fußball Bund (DFB) übertragen bekommen hat.¹⁰² Zu den Aufgaben zählt einerseits, „in Wettbewerben der Lizenzligen den deutschen Fußballmeister des DFB und die Teilnehmer an den internationalen Wettbewerben zu ermitteln.“¹⁰³ Andererseits, und das ist der Fokus dieser Arbeit, ist die DFL damit beauftragt, „Lizenzen zur Teilnahme an den Lizenzligen an Vereine und Kapitalgesellschaften [...] nach Erfüllung bestimmter Voraussetzungen zu erteilen.“¹⁰⁴

Ziel der Lizenz ist es unter anderem, die Stabilität und Konkurrenzfähigkeit der Vereine in den Lizenzligen zu sichern, um sowohl den reibungslosen Ablauf des nationalen Spielbetriebs als auch die Leistungsfähigkeit im internationalen Fußball zu unterstützen. Gleichzeitig soll die Glaubwürdigkeit, Integrität und Vermarktung der Lizenzligen sowie ihrer Teilnehmer gefördert werden.¹⁰⁵ Somit hat das Lizenzierungsverfahren „dafür gesorgt [...], dass in der fast 60-jährigen Geschichte der Bundesliga noch kein Club aus finanziellen Gründen den Spielbetrieb während der Saison einstellen musste.“¹⁰⁶

Die Anforderungen und der Rahmen der Lizenzierung werden in der Lizenzierungsordnung (LO) festgehalten. Diesem Dokument zufolge ist die Lizenz die „höchstpersönliche Berechtigung des Lizenznehmers zur Nutzung der Vereinseinrichtungen Bundesliga oder 2. Bundesliga und ist nicht übertragbar.“¹⁰⁷ Demnach dürfen die 36 Vereine der beiden Lizenzligen nur am Ligabetrieb, also an ihrem Alltagsgeschäft teilnehmen, wenn sie die Anforderungen der Lizenzierungsordnung erfüllen. Dieser Umstand wird im der Lizenzierungsordnung angehängten Lizenzvertrag, den die Vereine und die DFL unterzeichnen, geregelt.¹⁰⁸

In der Lizenzierungsordnung sind sieben Arten von Kriterien zu finden, welche die Anforderungen an die Lizenznehmer abbilden. Diese Kriterien umfassen sportliche, rechtliche, personelle/administrative, infrastrukturelle, spielorganisatorische, medientechnische und fi-

¹⁰² Vgl. Deutsche Fußball Liga (2019), S. 5.

¹⁰³ Deutsche Fußball Liga (2019), S. 1.

¹⁰⁴ Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 3.

¹⁰⁵ Vgl. ebd.

¹⁰⁶ Deutsche Fußball Liga (2022).

¹⁰⁷ Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 5.

¹⁰⁸ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2022).

nanzielle Kriterien.¹⁰⁹ Im Rahmen der infrastrukturellen Kriterien wird beispielsweise festgelegt, dass die Stadien eine Rasenheizung besitzen müssen und dass ein Spielfeld die Maße 105x68 Meter, mit Ausnahmen, haben muss.¹¹⁰ Die personellen und administrativen Kriterien fordern unter anderem die Präsenz eines Chef- und Assistenztrainers,¹¹¹ eines sportlichen Leiters des Leistungszentrums, einer operativ tätigen Geschäftsleitung, sowie von Beauftragen für die Bereiche Medien, Finanzen, Fanbelange, Sicherheit und weitere, wobei für jeden der angeführten Posten ebenfalls spezifische Qualifikationen gefordert werden.¹¹² Anhand einer Anzahl einzureichender Dokumente wie der Konzernbilanz, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung oder eines Berichts eines Wirtschaftsprüfers „muss ein Bewerber [außerdem] seine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit nachweisen.“¹¹³

Die Lizenz wird jeweils nur für ein Jahr erteilt,¹¹⁴ was zur Folge hat, dass die Vereine die geforderten Kriterien jedes Jahr neu erfüllen müssen. Werden Anforderungen nicht erfüllt, hat die DFL laut Lizenzvertrag das Recht, Strafen zu erteilen, welche von Geldstrafen, Platzsperren und Punktabzügen bis zum Entzug oder zur Verweigerung der Lizenz führen können.¹¹⁵ Aufgrund dessen kann davon ausgegangen werden, dass die deutschen Profivereine einerseits kontinuierlich an der Erfüllung der in der Lizenzierungsordnung festgelegten Kriterien arbeiten, und dass andererseits auch alle in den Lizenzligen spielenden Vereine den gesamten Kriterienkatalog erfüllen.

3.2 Lizenzierungsordnung der LFP sowie juristische und finanzielle Kontrolle der DNCG in Frankreich

Ebenso wie in Deutschland wurde auch in Frankreich die Organisation der beiden Profiligen von der Fédération Française de Football (FFF) auf einen eingetragenen Verein übertragen, in diesem Fall die Ligue de Football Professionnel (LFP).¹¹⁶ Sie „vertritt, verwaltet und koordiniert [in Autonomie] die professionellen sportlichen Aktivitäten der [...] Vereine. [...] Die Organe der Ligue de Football Professionnel überprüfen insbesondere, ob die

¹⁰⁹ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 1.

¹¹⁰ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 17.

¹¹¹ Die ausschließlich männliche Form wurde in diesem Abschnitt aus der Formulierung in der Lizenzierungsordnung übernommen, um die Kriterien so korrekt wie möglich abzubilden.

¹¹² Vgl. Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 10 ff.

¹¹³ Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 24.

¹¹⁴ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2020a), S. 5.

¹¹⁵ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2013), S. 6 f.

¹¹⁶ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 41.

Vereine die Bedingungen für die Teilnahme an den von der Liga organisierten Wettbewerben erfüllen.“¹¹⁷

Diese Bedingungen werden in den Statuten der Liga festgehalten. Es handelt sich um juristische, sportliche und administrative Kriterien,¹¹⁸ die für alle Profivereine verbindlich sind und zu deren Einhaltung sie sich als Teilnehmer der Profiligen verpflichten. Beispiele für diese Kriterien sind die Qualität der Beleuchtungsanlage des Stadions,¹¹⁹ Maßgaben zur Sicherheit im Stadion¹²⁰ oder die Höhe des Stadionrasens¹²¹. Laut ihrer Statuten hat die LFP das Recht, Vereine, die diese Bedingungen nicht erfüllen, von der Teilnahme am Ligabetrieb auszuschließen,¹²² womit gewährleistet wird, dass die französischen Profivereine alle in den Statuten festgelegten Bedingungen erfüllen.

Wie in Deutschland gibt es auch in Frankreich eine Kontrolle der finanziellen Situation der Vereine. Diese wird allerdings nicht von der LFP selbst durchgeführt, sondern von der ihr unterstehenden Direction Nationale du Contrôle de Gestion (DNCG),¹²³ deren Aufgabe es ist, „die rechtliche und finanzielle Situation der Vereine [...] anhand von Unterlagen oder vor Ort zu kontrollieren, indem sie gegebenenfalls Untersuchungen und Überprüfungen durchführ[t]“¹²⁴. Die Vereine müssen demnach ihre Buchhaltung nach den Vorgaben der DNCG führen, in regelmäßigen Abständen eine Reihe finanzieller Dokumente einreichen und auf Nachfrage jegliche buchhalterische, rechtliche oder finanzielle Informationen offenlegen.¹²⁵ Geschieht dies nicht, oder werden gewisse von der DNCG vorgegebene finanzielle Kennzahlen nicht erreicht, hat die DNCG das Recht, Sanktionen zu verhängen. Diese können, ähnlich dem Lizenzierungsverfahren der DFL, von Geldstrafen und Punktabzügen¹²⁶ bis hin zum Ausschluss aus dem Wettbewerb reichen. Das Verbot der Verpflichtung neuer Spieler oder der Zwangsabstieg sowie weitere Sanktionen sind ebenfalls möglich.¹²⁷ Dies gewährleistet, dass alle Vereine die von der DNCG festgelegten Vorgaben einhalten.

Die Berechtigung zur Teilnahme am Spielbetrieb erfolgt in Frankreich also über in den Statuten festgelegte Kriterien. Dennoch gibt es auch in Frankreich eine Lizenz, die unter

¹¹⁷ Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 70 (übersetzt aus dem Französischen).

¹¹⁸ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 66.

¹¹⁹ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 109.

¹²⁰ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 108.

¹²¹ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 106.

¹²² Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 71.

¹²³ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 42.

¹²⁴ Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 54 (übersetzt aus dem Französischen).

¹²⁵ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 57.

¹²⁶ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 61.

¹²⁷ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 55.

dem Namen Klublizenz fungiert und jedoch anders als die deutsche Lizenz gestaltet ist. Für die Klublizenz können sich die Vereine der Ligue 1 und Ligue 2 jede Saison bewerben, indem sie eine Reihe von Bewerbungsunterlagen einreichen.¹²⁸ Grundlage für diese Lizenz ist ein umfangreicher Maßnahmenkatalog, in dem jeder Maßnahme eine bestimmte Punktzahl zugeordnet ist. Der Katalog beinhaltet Kriterien zur Stadioninfrastruktur, zu den Nachwuchsleistungszentren, zur Sicherheit, zur Ausstattung des Medienbereichs und zu den Angestellten des Vereins. Beispiele für Maßnahmen sind die Anzahl der überdachten Tribünen, die Existenz eines TV-Studios, die Einrichtung einer Videoüberwachung oder die Teilnahme von Mitarbeiter*innen an Weiterbildungsmaßnahmen der LFP.¹²⁹

Aus diesem Katalog können die Vereine Maßnahmen auswählen, die sie umsetzen wollen, und erhalten dafür die entsprechenden Punkte, sofern sie die Umsetzung nachweisen können. Ab einer gewissen erreichten Punktzahl, die für die Erstligavereine etwas höher ist als für die Zweitligavereine, wird die Lizenz vergeben.¹³⁰ Der Erhalt oder Nichterhalt der Lizenz „beeinflusst in keiner Weise die Teilnahme der Vereine am Ligabetrieb“¹³¹, sondern bewirkt lediglich das Anrecht auf einen zusätzlichen Anteil an den Fernsehgeldern der Liga. Angesichts der Tatsache, dass die Fernsehgelder mehr als 50% der Einnahmen französischer Profivereine ausmachen (siehe Anhang 12), haben die Vereine jedoch großes Interesse daran, Maßnahmen aus diesem Lizenzierungskatalog umzusetzen.

Die Klublizenz hat das Ziel, „den Profifußball [in Frankreich] noch professioneller [zu] machen. Sie ist ein Mittel, um die Vereine zu unterstützen und sie auf dem Weg zur Professionalität zu begleiten.“¹³² Da sie nur ein Jahr gültig ist¹³³ und die Vereine damit kontinuierlich die Umsetzung der Maßnahmen nachweisen müssen, was von der LFP auch kontrolliert wird,¹³⁴ ist davon auszugehen, dass jeder Verein, der die Lizenz besitzt, einen Teil des Maßnahmenkatalogs erfüllt. Aufgrund des freiwilligen Charakters der Lizenz gilt dies allerdings nicht pauschal für alle französischen Profivereine.

Es ist festzuhalten, dass sowohl der deutsche als auch der französische Verband Rahmenbedingungen verschiedenster Art geben, die von den Vereinen einzuhalten sind. Allerdings fällt auf, dass weder im deutschen noch im französischen Lizenzierungsverfahren aktuell

¹²⁸ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2019b), S. 244.

¹²⁹ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2012).

¹³⁰ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2019b), S. 247.

¹³¹ Ligue de Football Professionnel (2019b), S. 243 (übersetzt aus dem Französischen).

¹³² Aubry (2013) (übersetzt aus dem Französischen).

¹³³ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2019b), S. 243.

¹³⁴ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2019b), S. 251.

Kriterien zu finden sind, welche sich auf ökologische Nachhaltigkeit beziehen. Im Folgenden soll nun analysiert werden, welche Vorteile dies bringen würde.

4 Aufnahme des Kriteriums der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnungen

4.1 Vorteile der Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnungen beziehungsweise Statuten und Regelwerke

In den vorherigen Kapiteln wurde bereits dargestellt, welche Bedeutung der Fußball in der Gesellschaft hat, und wie groß sein Einfluss auf die Umwelt ist. Daraus folgt vor allem für den Profifußball die Verantwortung, das Thema ökologische Nachhaltigkeit aufzugreifen und damit seinen negativen Umwelteinfluss zu verringern. Diese Ansicht teilen alle befragten Expert*innen (siehe Anhänge 14 bis 36).

Das bereits existierende Engagement deutscher und französischer Profivereine wurde in Kapitel 2 dargestellt. Hinzu kommen Maßnahmen und Ziele, die die Vereine für die Zukunft geplant oder gesetzt haben, die jedoch noch nicht veröffentlicht wurden. Einige davon sind in den Interviews in den Anhängen 14 bis 28 sowie 32 und 33 nachzulesen. So beschäftigen sich zum Beispiel die SpVgg Greuther Fürth¹³⁵ und der SV Darmstadt 1898¹³⁶ mit dem Umbau ihres Stadions, der VfB Stuttgart 1893 plant, seinen ersten CO₂-Fußabdruck zu ermitteln,¹³⁷ und die Vereine SC Paderborn 07,¹³⁸ SV Werder Bremen¹³⁹ und TSG 1899 Hoffenheim¹⁴⁰ haben sich bereits konkrete Ziele für die Reduktion ihres CO₂-Verbrauchs gesetzt.¹⁴¹

Nichtsdestotrotz sind sowohl innerhalb der beiden deutschen Profiligen als auch im Vergleich zwischen Deutschland und Frankreich deutliche Diskrepanzen sichtbar. Neben den Vereinen, die bereits jetzt schon viel umsetzen, gibt es vor allem in Frankreich, aber auch in Deutschland noch eine große Anzahl an Vereinen, die das Thema ökologische Nachhaltigkeit nur wenig oder sogar gar nicht aufgreifen. Durch die Aufnahme von Kriterien in die Lizenzierungsordnung, die diese Thematik abbilden, würde es für die Vereine jedoch ver-

¹³⁵ Vgl. Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.

¹³⁶ Vgl. Holzbrecher (2021): Interview, Anhang 24.

¹³⁷ Vgl. Lindenmaier (2021): Interview, Anhang 19.

¹³⁸ Vgl. Rickers (2022): Interview, Anhang 23.

¹³⁹ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

¹⁴⁰ Vgl. Wagner (2021): Interview, Anhang 16.

¹⁴¹ Es ist festzuhalten, dass diese Aufzählung nur ein Auszug der genannten Ziele und Pläne ist. Alle weiteren finden sich in den Experteninterviews im Anhang. Dazu zählen auch Ziele und Pläne von Vereinen, die hier nicht genannt wurden.

pflichtend werden, ökologisch nachhaltiger zu handeln. Gleiches gilt für die Statuten und Regelwerke im Falle der französischen Profiligen. Der Einfachheit halber wird im Folgenden nur von „Lizenzierung“ im Sinne der DFL gesprochen, jedes Argument kann aber genauso auf die Statuten und Regelwerke der LFP übertragen werden.

Der verpflichtende Charakter der Kriterien, der für alle Profivereine verbindlich gilt, hat zur Folge, dass auch Vereine „mitgenommen“ werden, die bis jetzt noch keine ökologischen Maßnahmen ergreifen.¹⁴² Denn Christina Mayer vom 1. FSV Mainz 05 zufolge „kann [es] nicht nur an einzelnen Klubs hängen, sondern man muss [...] als gesamte Liga positiv auftreten.“¹⁴³ Die Gründe, aus denen Vereine bis jetzt noch keine Maßnahmen ergreifen, können unterschiedlich sein, es kann an finanziellen und personellen Ressourcen mangeln, oder auch an Interesse seitens der Vereinsführung. Benjamin Kirsten, als Vertreter des Zweitligavereins SG Dynamo Dresden, ist der Meinung, „man kann von den Vereinen [...] nicht erwarten, ein Thema, was jetzt noch nicht verpflichtend ist, mit einzuplanen“¹⁴⁴, und es ist davon auszugehen, dass auch andere Vereine mit geringen Ressourcen diese Meinung teilen. Auch bei mangelndem Interesse seitens der Vereinsführung kann der verbindliche Charakter der Lizenzierung helfen, da „das Thema [dadurch] vor allem auf Geschäftsführerebene so platziert [wird], dass wirklich dem Letzten die Wichtigkeit [auffällt].“¹⁴⁵

Grundsätzlich, so die Meinung des Nachhaltigkeitsexperten Oliver Brendle, denken Fußballvereine wie jede andere gewinnorientierte Organisation „erstmal ökonomisch“¹⁴⁶. Budgets werden also so eingesetzt, dass die Unternehmensziele, im Falle von Fußballvereinen vor allem der sportliche Erfolg, erfüllt werden. In Kapitel drei wurde bereits beschrieben, dass die Lizenzierung für die Integrität des Wettbewerbs sorgt. Alle Vereine müssen sicherstellen, dass die Kriterien erfüllt sind, und müssen entsprechende Anteile ihres Budgets dafür aufwenden. Dieses Geld kann dann nicht für die Erweiterung des Spielerkaders verwendet werden, was jedoch den Wettbewerb nicht verzerrt, da die Regelung für alle Vereine gleichermaßen gilt.¹⁴⁷ Sobald eine Maßnahme in den Kriterienkatalog aufgenommen wird, kann ein Verein also nicht mehr argumentieren, dass sie ihm einen finanziellen und damit einen Wettbewerbsnachteil verursacht, da dieser Nachteil durch die Verbind-

¹⁴² Vgl. Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

¹⁴³ Ebd.

¹⁴⁴ Kirsten (2021): Interview, Anhang 27.

¹⁴⁵ Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

¹⁴⁶ Brendle (2021): Interview, Anhang 30.

¹⁴⁷ Vgl. Müller (2019), S. 325.

lichkeit des Kriteriums nicht mehr besteht. Damit wäre Ökologie keine Frage der Prioritätensetzung seitens der Vereinsführung mehr.¹⁴⁸

Durch die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnung und damit ihrer Verbindlichkeit für Profivereine würden sich noch weitere Vorteile ergeben. Einerseits bekommt das Thema ökologische Nachhaltigkeit damit „eine noch stärkere Gewichtung“¹⁴⁹ und die Glaubwürdigkeit des Engagements der Liga und der Vereine wird erhöht¹⁵⁰. Außerdem wird das Thema ökologische Nachhaltigkeit somit ganzheitlicher in die Vereine aufgenommen. Anstatt punktueller Maßnahmen führt der regulatorische Druck dazu, dass ein strategischer Ansatz entwickelt wird.¹⁵¹ Nur so kann „gesellschaftliche Verantwortung [in] Unternehmen [auch] nachhaltig verankert werden“¹⁵², was aufgrund der im Fußball normalerweise vorherrschenden kurzfristigen Ziele und Pläne¹⁵³ ein wichtiger Schritt wäre.

Auch für die Vereine selbst würde die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierung Vorteile bringen. Zum einen gibt es viele Vereine, in denen die Expertise über ökologische Nachhaltigkeit fehlt, was neben anderen Gründen die Entwicklung und Durchführung ökologischer Maßnahmen be- oder verhindert.¹⁵⁴ Die Lizenzierung würde damit nicht nur eine Verpflichtung, sondern vor allem auch einen Handlungsrahmen darstellen, der die Vereine unterstützt.¹⁵⁵ Christina Mayer drückt es wie folgt aus: „Diese Klubs erhalten [damit] zum einen Unterstützung, erhalten aber zum anderen [...] auch eine Grundlage, mit der sie arbeiten können.“¹⁵⁶

Zuletzt soll noch erwähnt sein, dass ökologische Nachhaltigkeit einerseits auf langfristige Sicht Kostenersparnisse mit sich bringen¹⁵⁷ und neue Partnerschaften bewirken kann,¹⁵⁸ andererseits vermutlich in den kommenden Jahren auch gesetzliche Änderungen vorstellbar sind, die nicht-nachhaltige Praktiken erschweren. Sich jetzt schon mit dem Thema ökologische Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen „antizipiert [demnach] auch [...] zukünftige Ent-

¹⁴⁸ Vgl. Brendle (2021): Interview, Anhang 30.

¹⁴⁹ Köhler (2021): Interview, Anhang 14.

¹⁵⁰ Vgl. Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

¹⁵¹ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

¹⁵² Schmidpeter (2014), S. 95.

¹⁵³ Vgl. Wallrodt (2014), S. 177.

¹⁵⁴ Vgl. Kirsten (2021): Interview, Anhang 27.

¹⁵⁵ Vgl. Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

¹⁵⁶ Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

¹⁵⁷ Vgl. ebd.

¹⁵⁸ Vgl. Mühlen (2021): Interview, Anhang 20.

wicklungen¹⁵⁹, was für die Vereine nur vorteilhaft sein kann. Durch die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnung wäre dies gegeben.

4.2 Beschluss zur Einführung von Kriterien für ökologische Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung der DFL in Deutschland

Tatsächlich wurden ähnliche Überlegungen im deutschen Profifußball bereits durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass in Zukunft wirklich Kriterien in die Lizenzierungsordnung der DFL aufgenommen werden, die sich auf ökologische Nachhaltigkeit beziehen. Vorangegangen war die Entscheidung des DFL-Präsidiums, eine Arbeitsgruppe mit dem Namen „Taskforce Zukunft Profifußball“ zu gründen, in der sich „37 Expert*innen aus Sport, Gesellschaft, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft“¹⁶⁰ mit der Frage auseinandergesetzt haben, wie der deutsche Profifußball künftig aussehen soll, unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen. Abschließend wurde ein Ergebnisbericht veröffentlicht, in dem mehrere Ziele für das Jahr 2030 festgehalten wurden.¹⁶¹ Unter anderem empfahl die Taskforce, dass sich die DFL zu „Nachhaltigkeit in allen Dimensionen“¹⁶² bekennen soll. Konkret wurde als Zukunftsvision für das Jahr 2030 formuliert:

„Die Proficlubs haben durch ihre Maßnahmen zur Nachhaltigkeit im Kerngeschäft mit den drei Säulen ‚Ökonomie‘, ‚Ökologie‘ und ‚sozial-gesellschaftliche Aspekte‘ breite Bevölkerungsschichten für Umwelt und Klimaschutz mit dem Ziel CO₂-Neutralität, soziale Verantwortung und gute Führung gewinnen können. Der Profifußball wirkt nach innen und nach außen als Vorbild für eine inklusive Gesellschaft.“¹⁶³

Zur Umsetzung dieses Ziels wurden mehrere Empfehlungen formuliert, unter anderem die „Einführung von einheitlichen, ligaübergreifenden Ökologie-Ratings und/oder Nachhaltigkeitsstandards (beispielsweise bis hin zur Überprüfung von Lieferketten)“¹⁶⁴ und auch die Aufnahme des Themas Nachhaltigkeit in das Lizenzierungsverfahren¹⁶⁵.

Nach der Veröffentlichung dieser Empfehlungen übernahm die DFL das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und konkretisierte es, indem sie das Ziel kommunizierte, „Nachhaltigkeit lizenzierungsrelevant in [ihren] Statuten [zu] verankern“¹⁶⁶. Es folgte eine Vorbereitungs-

¹⁵⁹ Vgl. Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

¹⁶⁰ Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 2.

¹⁶¹ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 1.

¹⁶² Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 3.

¹⁶³ Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 1.

¹⁶⁴ Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 3.

¹⁶⁵ Vgl. ebd.

¹⁶⁶ Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

phase, in der sich die DFL einen Überblick über bereits umgesetzte Maßnahmen in ausgewählten Klubs verschaffte, Handlungsbedarfe ermittelte und sich mit Vereinsvertreter*innen und externen Fachleuten austauschte.¹⁶⁷

Am 14.12.2021 fand schließlich die DFL-Mitgliederversammlung statt, in der 36 Vereine der 1. und 2. Bundesliga per Grundsatzbeschluss entschieden, Nachhaltigkeitskriterien in ihre Lizenzierungsordnung aufzunehmen.¹⁶⁸ Wichtig ist hierbei, dass dieser Beschluss alle drei Säulen der Nachhaltigkeit umfasst, es werden also sowohl ökologische als auch sozialgesellschaftliche und ökonomische Kriterien in die Lizenzierungsordnung aufgenommen. Da sich diese Arbeit aber nur mit ökologischer Nachhaltigkeit befasst, soll in der Folge einzig von ökologischen Kriterien gesprochen werden. Außerdem haben die Vereine auf der Mitgliederversammlung beschlossen, das von der Taskforce empfohlene Bekenntnis zur Nachhaltigkeit in die Präambel der Satzung der DFL aufzunehmen. Dies soll wie folgt formuliert werden:

„Wesentliche Leitlinie für das Handeln des DFL e.V. ist Nachhaltigkeit in allen ihren Dimensionen – ökologisch, ökonomisch und sozial. Mit konkreten Maßnahmen wird diese Leitlinie aktiv, nachweisbar und transparent umgesetzt. Der DFL e.V. und seine Vereine und Kapitalgesellschaften tragen dazu bei, das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln innerhalb breiter Bevölkerungsschichten zu verankern.“¹⁶⁹

Ausgehend von diesem Beschluss werden nun von der DFL „in Zusammenarbeit mit der AG Nachhaltigkeit, den Fachverantwortlichen der 36 Vereine und Kapitalgesellschaften der beiden Lizenzligen, sowie mit der Hilfe externer Fachleute“¹⁷⁰ die konkreten Kriterien entwickelt. Die Saison 2022/2023 wird dann als Pilotphase und Übergangszeitraum betrachtet, in dem die Kriterien in konkreter Umsetzung geprüft und optimiert werden können,¹⁷¹ sodass sie dann ab der Saison 2023/24 verpflichtend in das Lizenzierungsverfahren integriert werden¹⁷².

¹⁶⁷ Vgl. Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

¹⁶⁸ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2021b).

¹⁶⁹ Ebd.

¹⁷⁰ Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

¹⁷¹ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2021b).

¹⁷² Vgl. ebd.

4.3 Stellungnahme der deutschen Profifußballvereine

Da die Entscheidung zur Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungsordnung von den 36 Profivereinen selbst per Mehrheitsbeschluss gefasst wurde, ist die positive Bewertung dieses Vorhabens durch zumindest die Mehrheit der Vereine offensichtlich. Dennoch soll in diesem Abschnitt kurz auf die Stellungnahmen der Vereinsvertreter*innen eingegangen werden, die sich zu einem Interview bereiterklärt hatten.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass ausnahmslos jede*r Interviewpartner*in auf deutscher Seite eine positive Meinung zur Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnung der DFL hat (siehe Anhänge 14 bis 31). Der Beschluss des 14.12.2021 wird als „sehr gut“¹⁷³, „absolut notwendig“¹⁷⁴ und „wichtiges Statement“¹⁷⁵ bezeichnet, und mehrere Interviewpartner*innen empfinden ihn wie Marieke Köhler von Borussia Dortmund als „richtige[n] und wichtige[n] Schritt für die Zukunft des Fußballs“¹⁷⁶.

Dieser positive Konsens aller Befragten zeigt deutlich, dass die deutschen Vereine „die Wichtigkeit des Themas Klimaschutz und die Dringlichkeit der Klimakrise“¹⁷⁷, wie es Laura Bertram von Hertha BSC ausdrückt, erkannt haben. Die in dieser Arbeit hervorgehobene Erkenntnis, dass „der Fußball [...] im eigenen Interesse die Belange der zukünftigen Generationen fördern und unterstützen“¹⁷⁸ sollte, wird auch von Vereinsvertreter*innen so formuliert. Demnach ist zu hoffen, dass die Vereine die kommende Änderung des Kriterienkatalogs positiv aufnehmen werden und daraus folgend Maßnahmen umsetzen, durch die der deutsche Profifußball einen wichtigen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leistet.

Generell ist schon jetzt festzuhalten, dass die DFL als erste Profiligas weltweit Nachhaltigkeitskriterien in ihre Lizenzierungsordnung aufnimmt.¹⁷⁹ Matthias Marcus vom FC Gelsenkirchen-Schalke 04 zufolge ist dies „ein klares Statement raus nach Europa in die anderen Topligen“¹⁸⁰, und es bleibt abzuwarten, ob andere Profiligen folgen werden. Der positive Konsens der Vereinsvertreter*innen wird allerdings von Stefano Ridolfo (SpVgg Greuther Fürth) relativiert, der sagt, dass „nicht [...] nur die Satzungsänderung [an sich] den Fußball nachhaltiger machen wird[, sondern dass] es darauf ankommen [wird], wie die

¹⁷³ 1. FC Köln (2021): Interview, Anhang 17.

¹⁷⁴ Brieger (2022): Interview, Anhang 28.

¹⁷⁵ Adler (2021): Interview, Anhang 25.

¹⁷⁶ Köhler (2021): Interview, Anhang 14.

¹⁷⁷ Bertram (2021): Interview, Anhang 18.

¹⁷⁸ Rickers (2022): Interview, Anhang 23.

¹⁷⁹ Vgl. Franzke (2021).

¹⁸⁰ Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

Kriterien gestrikt sind“¹⁸¹. Wie die Kriterien im Detail aussehen werden, ist noch nicht bekannt, weshalb hier keine Beurteilung möglich ist. Stattdessen wird in Kapitel 5 versucht, Empfehlungen für eine Änderung des Kriterienkatalogs zu geben, die auf Grundlage der vorherigen Analysen und unter Einbezug der Expert*innen-Meinungen als sinnvoll erscheinen. Vorher soll allerdings untersucht werden, ob und inwiefern die Aufnahme ökologischer Kriterien in Frankreich möglich ist.

4.4 Machbarkeitsanalyse zur Aufnahme ökologischer Kriterien im französischen Profifußball

Die Erkenntnisse aus den vorhergehenden Kapiteln zeigen, dass die französischen Profivereine aktuell nur ein recht geringes Engagement für ökologische Nachhaltigkeit vorweisen. Grund dafür ist laut Nachhaltigkeitsexperte Pierre Lalot, dass „die Akteure [in Frankreich] sehr isoliert [agieren] und [...] sich gegenseitig die Verantwortung zu[schieben], was die Umsetzung wirksamer Maßnahmen stark behindert.“¹⁸² Zwar sei das Bewusstsein über die Notwendigkeit ökologischer Nachhaltigkeit bei den Vereinen allgemein gestiegen, was auch durch zwei Interviews mit Vereinsvertretern bestätigt wurde (siehe Anhang 32 und 33), „bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen“¹⁸³ sei allerdings noch Nachholbedarf.

In diesem Zusammenhang geben alle fünf Befragten auf französischer Seite an, dass es in der Verantwortung der LFP liege, die Vereine zu mehr ökologischer Nachhaltigkeit zu bewegen (siehe Anhänge 32 bis 36) und von punktuell durchgeführten Maßnahmen zu einer dauerhaft nachhaltigen Entwicklung zu gelangen¹⁸⁴. Yann Duclos, Management Controller bei der DNCG, begründet diese Ansicht damit, dass die Vereine alle Aktivitäten auf den sportlichen Erfolg richten und demnach nicht bereit sind, finanzielle oder personelle Ressourcen für ökologische Maßnahmen aufzuwenden; „es muss also von der Liga kommen.“¹⁸⁵

Darauf aufbauend stellt sich die Frage, in welcher Form die LFP dieser Verantwortung nachkommen könnte. Wie in Kapitel 3.2 bereits beschrieben gibt es im französischen Profifußball drei verschiedene Kriterienkataloge, die die Aktivitäten der Profiklubs beeinflussen können: Die Statuten und Regelungen der LFP, die Anforderungen der DNCG und die Kriterien der Klublizenz.

¹⁸¹ Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.

¹⁸² Lalot (2022): Interview, Anhang 35.

¹⁸³ Ebd.

¹⁸⁴ Vgl. Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

¹⁸⁵ Ebd.

Da die LFP wie die DFL ein eingetragener Verein ist, dem die in diesem Fall 40 französischen Profivereine als Mitglieder angehören, können auch hier Satzungsänderungen nur mit der Zustimmung einer Mehrheit der Vereine beschlossen werden.¹⁸⁶ Es erscheint jedoch angesichts des in Kapitel 2 bereits erörterten mangelnden Interesses am Thema ökologische Nachhaltigkeit als unwahrscheinlich, dass ein solcher Beschluss in Frankreich von den Vereinen selbst gefasst werden würde. Diese Annahme wird durch Aussagen von Evan Grenier-Boley (Vertreter des FC Girondins de Bordeaux) sowie Yann Duclos bestärkt. Der Management Controller der DNCG beschreibt, dass die meisten Vereinspräsidenten seiner Erfahrung nach nur dann Interesse an Themen zeigen, wenn sie direkt gewinnbringend sind.¹⁸⁷ Da dies im Falle ökologischer Nachhaltigkeit wenigstens kurzfristig nicht möglich ist, ist es wenig realistisch, dass die Mehrheit der Präsidenten für die Aufnahme ökologischer Kriterien stimmen würde. Hinzu kommt, dass selbst ein Vertreter eines bereits engagierten Vereins wie dem FC Girondins de Bordeaux nicht der Meinung ist, dass die Einführung von verpflichtenden Kriterien sinnvoll sei, sondern eher über Anreize und Unterstützung seitens der LFP nachgedacht werden sollte.¹⁸⁸ Daher ist es sogar unklar, ob Vereine, die die Wichtigkeit des Themas ökologischer Nachhaltigkeit bereits erkannt haben, für die Aufnahme verpflichtender Kriterien stimmen würden. Folglich ist die Idee der Aufnahme ökologischer Kriterien in die Statuten und Regelungen der LFP als wenig realistisch zu beurteilen.

Die Integration ökologischer Kriterien in die Anforderungen der DNCG ist ebenfalls nicht möglich, da die DNCG lediglich für die finanzielle und juristische Kontrolle zuständig ist, und andere Kriterien dort prinzipiell nicht aufgenommen werden. Dies ist im französischen Sportgesetz so geregelt, welches die Durchführung der Wettbewerbe und die finanzielle Überwachung der Vereine klar trennt.¹⁸⁹

Somit bleibt als letzte existierende Option die Klublizenz. Deren Kriterien sind recht umfassend und es ist möglich, sie anzupassen und zu ergänzen. Die Aufnahme ökologischer Kriterien in den Maßnahmenkatalog der Klublizenz wäre daher machbar und würde auch den Ansatz „Belohnung statt Verpflichtung“ verfolgen, den Evan Grenier-Boley vom FC Girondins de Bordeaux als sinnvoll erachtet.¹⁹⁰ Problematisch an der Klublizenz ist allerdings die Funktionsweise der Punktevergabe, die zur Folge hat, dass die Vereine verschie-

¹⁸⁶ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020c), S. 17.

¹⁸⁷ Vgl. Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

¹⁸⁸ Vgl. Grenier-Boley (2021): Interview, Anhang 33.

¹⁸⁹ Vgl. Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

¹⁹⁰ Vgl. Grenier-Boley (2021): Interview, Anhang 33.

dene Maßnahmen aus dem Kriterienkatalog auswählen können, die sie durchführen möchten. Der Anreiz der Lizenz ist die Auszahlung von Fernsehgeldern; welche Maßnahmen dafür durchgeführt werden, obliegt den Vereinen selbst. Wenn ökologische Kriterien in den Maßnahmenkatalog der Klublizenz aufgenommen werden, ist also nicht sicher, wie viele Vereine sie umsetzen werden.¹⁹¹ Im Extremfall kann es sogar passieren, dass kein einziger Verein ökologische Maßnahmen ergreift, wenn trotzdem anhand anderer Maßnahmen die erforderliche Punktzahl erreicht werden kann. Folglich wäre die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Klublizenz also möglich, sollte aber mit Blick auf die Zielsetzung – den französischen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen – kritisch betrachtet werden.

Eine weitere Möglichkeit, welche im Rahmen der Analyse der Interviews auftrat, ist die Entwicklung einer neuen, eigenen Lizenz, die sich unabhängig von den bestehenden Regelungen ausschließlich mit ökologischen Kriterien befasst. Vorbild hierfür kann zum Beispiel die bereits existierende Rangliste der Rasenplätze der Ligue 1 sein, bei welcher die Qualität der Plätze anhand eines Punktesystems verglichen wird und die Vereine, die in der Rangliste am niedrigsten platziert sind, Strafen zahlen müssen.¹⁹² Auch mit Anreizkriterien könnte gearbeitet werden, dass also eine Lizenz entwickelt wird, welche nur ökologische Kriterien beinhaltet, aber dafür die Vereine finanziell belohnt, die diese Kriterien erfüllen.¹⁹³ Inwiefern diese beiden Optionen ausgestaltet und eventuell kombiniert werden können, wird in Kapitel 5.3 betrachtet, in dem ein Vorschlag einer angemessenen Änderung der Kriterienkataloge für die LFP in Frankreich entwickelt werden soll.

¹⁹¹ Vgl. Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

¹⁹² Vgl. Puymartin (2021): Interview, Anhang 32.

¹⁹³ Vgl. Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

5 Entwicklung angemessener Kriterienkataloge

5.1 Probleme und Herausforderungen

Der Prozess der Kriterien-Entwicklung ist ein sehr langwieriger und herausfordernder, wie am deutschen Beispiel aktuell zu beobachten ist. Grund dafür ist die Komplexität des zu entwickelnden Kriterienkatalogs und die Schwierigkeit, die Kriterien so zu gestalten, dass sie für alle Vereine umsetzbar sind, und dennoch einen deutlichen Schritt in Richtung ökologischer Nachhaltigkeit bewirken. Anhand der vorhergehenden Analysen sowie der Auswertung der Interviews sollen im Folgenden die wesentlichen Probleme und Herausforderungen bei der Entwicklung eines angemessenen Kriterienkatalogs näher betrachtet werden, wobei sich die Betrachtung auf den deutschen und französischen Profifußball gleichermaßen bezieht.

5.1.1 Vergleichbarkeit und Einflussbereiche der Vereine

Eine der größten Schwierigkeiten bei der Entwicklung geeigneter Kriterien ist die Vergleichbarkeit der Vereine. Obwohl sie alle das gleiche Kerngeschäft haben, sind die Voraussetzungen doch für jeden Verein anders. Dies bezieht sich zum Beispiel auf die Rechtsformen. Manche Klubs sind börsennotiert, wie Borussia Dortmund in Deutschland¹⁹⁴ oder Olympique Lyonnais in Frankreich¹⁹⁵. Andere haben den Profisport in eine Gesellschaft ausgegliedert,¹⁹⁶ in Deutschland zum Beispiel eine GmbH oder in Frankreich eine SASP. Und wiederum andere fungieren lediglich als eingetragene Vereine, wie im Beispiel des 1. FC Union Berlin.¹⁹⁷ Hinzu kommen die Unterschiede in den Vereinsstrukturen, da einige Vereine über mehrere hundert Mitarbeiter*innen verfügen und bereits jetzt etablierte Abteilungen haben, die sich mit dem Thema gesellschaftlicher Verantwortung auseinandersetzen, während dies in anderen Vereinen nicht gegeben ist.¹⁹⁸ Somit besteht die Herausforderung, Kriterien zu entwickeln, die für die Vereine weder über- noch unterfordernd wirken.¹⁹⁹

Auch in anderen Bereichen finden sich bei den Vereinen Unterschiede. So hat zum Beispiel jeder Verein andere durchschnittliche Zuschauerzahlen und Stadionausslastungen, wodurch die Umwelteinflüsse jedes Vereins verschieden sind. Je mehr Zuschauer*innen zu

¹⁹⁴ Vgl. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2021), S. 4.

¹⁹⁵ Vgl. Lalot (2022): Interview, Anhang 35.

¹⁹⁶ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

¹⁹⁷ Vgl. 1. FC Union Berlin (2022).

¹⁹⁸ Vgl. Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

¹⁹⁹ Vgl. Mühlen (2021): Interview, Anhang 20.

den Spielen der Mannschaft kommen, desto höher ist beispielsweise der Einfluss der Fan-mobilität oder die Müllproduktion. Je höher aber die Stadionauslastung ist, desto niedriger ist zum Beispiel der Stromverbrauch pro Kopf.²⁰⁰ Auch die geografische Lage der Vereine hat einen Einfluss, da manche Vereine auf ihren Auswärtsfahrten im Schnitt wesentlich längere Strecken zurücklegen müssen als andere, je nachdem, wie zentral sie liegen. Das beeinflusst wiederum die Höhe der CO₂-Ausstöße, die auf die Mobilität sowohl der Mannschaft als auch der Fans zurückzuführen sind.²⁰¹ Hinzu kommen Gegebenheiten wie das Stadion an sich. Manche Vereine tragen ihre Heimspiele in sehr alten Stadien aus, welche viel höhere Energieverbräuche haben als modernisierte, energetisch optimierte Stadien.²⁰² Sofern sie nicht energetisch saniert werden, was mit hohen Investitionen verbunden ist, bedeuten sie für die jeweiligen Vereine also einen im Vergleich wesentlich höheren Umwelteinfluss.

Dies steht außerdem im Zusammenhang mit der Schwierigkeit, dass es in manchen Fällen externe Einflüsse gibt, die nicht von den Vereinen selbst abhängen. Wichtigstes Beispiel ist hier der Besitz des Stadions. In Deutschland waren in der 1. Bundesliga Stand 2019 nur fünf Stadien vollständig im Besitz der jeweiligen Vereine, vier Vereine besaßen ihre Stadien anteilig, bei sechs Vereinen gehörte das Stadion vollständig der Stadt, und bei drei Vereinen war das Stadion in anderweitigem externen Besitz.²⁰³ In Frankreich gehörte Stand 2021 sogar nur drei Vereinen ihre jeweilige Spielstätte, Ligue 1 und Ligue 2 zusammengekommen.²⁰⁴ Demnach haben manche Vereine keinen Einfluss auf bestimmte Prozesse oder Ausstattungen in ihren Stadien und können damit nicht in die Verantwortung genommen werden, dort Änderungen durchzuführen. So standen dem FC Bayern München zum Beispiel erst seit der Verein „alleiniger Stadionbesitzer [wurde] [...] die verbesserten logistischen Kapazitäten zur Verfügung, die man für eine Mehrwegbecher-Verwendung mit Pfandsystem benötigt.“²⁰⁵ In manchen Fällen steht dieses Problem sogar in Verbindung mit dem Einfluss auf das Catering, für welches wie im Beispiel von Fortuna Düsseldorf 1895 nicht der Verein selbst (auch durch Zusammenarbeit mit externen Firmen) verantwortlich ist, sondern welches ausschließlich im Einflussbereich des Stadionbesitzers liegt.²⁰⁶

²⁰⁰ Vgl. Holzbrecher (2021): Interview, Anhang 24.

²⁰¹ Vgl. ebd.

²⁰² Vgl. Puymartin (2021): Interview, Anhang 32.

²⁰³ Vgl. Stadionwelt (2019).

²⁰⁴ Vgl. Dublineau (2021).

²⁰⁵ FC Bayern München AG (2017).

²⁰⁶ Vgl. Jolitz (2021).

Ein weiterer Bereich, durch den der Spielraum von Vereinen durch externe Einflüsse eingeschränkt wird, ist die Lage des Stadions. Im Falle von Fortuna Düsseldorf 1895 liegt das Stadion zum Beispiel in einem Trinkwasserschutzgebiet, weshalb das Grundwasser nicht, wie in anderen Vereinen, zur Nutzung im Stadion zur Verfügung steht.²⁰⁷ Andere Stadien wie die Allianz Arena in München sind aufgrund ihrer Lage außerhalb der Stadt nur über eine einzige U-Bahn-Linie an die Innenstadt angebunden, weshalb die Anreise per ÖPNV aus Kapazitätsgründen nur für circa 40 Prozent aller Zuschauer*innen möglich ist.²⁰⁸

All diese Gründe bewirken, dass es sehr schwierig ist, Kriterien zu entwickeln, die für alle Vereine gleichermaßen gelten können. Christina Mayer vom 1. FSV Mainz 05 zufolge müsste man nach dieser Logik „den kleinsten gemeinsamen Nenner finden. Dieser kleinste gemeinsame Nenner, der wird uns langfristig aber nicht voranbringen.“²⁰⁹ Dieses Problem kann gelöst werden, indem Abstufungen in den Kriterien vorgenommen werden, welche die unterschiedlichen Gegebenheiten der Vereine abbilden, und indem zum Beispiel eher mit zu erreichenden Zielsetzungen anstatt mit konkret vorgegebenen Maßnahmen gearbeitet wird.

5.1.2 Ressourcenknappheit im Profifußball

Eine weitere Problematik, die von vielen Interviewpartner*innen bestätigt wird, sind die knappen Ressourcen vor allem kleiner Vereine. In Kapitel 2 wurde bereits die Tatsache beleuchtet, dass Vereine, die sich bereits jetzt schon aktiv mit ökologischer Nachhaltigkeit auseinandersetzen und Maßnahmen ergreifen, in den meisten Fällen über höhere Budgets verfügen als Vereine, die das nicht tun (siehe Anhänge 9 und 10). Dies wird ebenfalls beeinflusst durch die im vorherigen Abschnitt beschriebenen Unterschiede in der Anzahl an Mitarbeiter*innen, die für Themen wie gesellschaftliche Verantwortung zur Verfügung stehen.

Generell besteht die Schwierigkeit, dass die Vereine einerseits durch ihre vielfältigen Themenbereiche und Aktivitäten nur begrenzte personelle und vor allem zeitliche Ressourcen haben,²¹⁰ und andererseits die „finanzielle Schere“²¹¹ zwischen den Vereinen sehr groß ist. Hinzu kommt aktuell noch der allgemein herausfordernde sanitäre Kontext, der mit starken

²⁰⁷ Vgl. Calabruso, S./ Havel, L./ Hecker, A. (2020), S. 5.

²⁰⁸ Vgl. Handelsblatt Research Institute (2020), S. 32.

²⁰⁹ Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

²¹⁰ Vgl. Puymartin (2021): Interview, Anhang 32.

²¹¹ Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.

finanziellen Einbußen für die Vereine verbunden ist,²¹² sowie speziell in Frankreich die Budgetkürzungen hervorgerufen durch fehlende Fernsehgelder²¹³.

Diese Problematiken sollten bei der Entwicklung von Kriterien mit bedacht werden. Um die allgemeine finanzielle Krise zu berücksichtigen, könnten Kriterien schrittweise eingeführt werden, um sich an die jeweilige finanzielle Situation in den Ligen anzupassen. Die Schwierigkeit der begrenzten zeitlichen Ressourcen der Mitarbeiter*innen könnte gelöst werden, indem jeder Verein zur Einführung einer Stelle verpflichtet wird, die sich explizit mit dem Thema ökologische Nachhaltigkeit beschäftigt. Um den finanziellen und personellen Unterschieden gerecht zu werden, könnte die Idee der Kriterienabstufung aus dem vorhergehenden Kapitel wieder aufgegriffen werden.

Wichtig ist im Falle der Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnungen auf jeden Fall, dass die jeweilige Liga den Vereinen Unterstützung anbietet. Gerade Vereinen, die in diesem Bereich noch nicht aktiv sind, muss „das gewisse Know-how mit auf den Weg [gegeben werden]“²¹⁴. Dies könnte zum Beispiel durch ein unterstützendes Expert*innen-Gremium und regelmäßig stattfindende Workshops funktionieren,²¹⁵ auch um den Vereinen dabei zu helfen, die vorgegebenen Kriterien auf die effizienteste Weise umzusetzen.

Zu erwähnen sei noch, dass die Problematik der finanziellen Schwere zwar von allen Expert*innen in den Interviews bestätigt wird, dass sie aber auch relativiert werden muss. Stefano Ridolfo von der SpVgg Greuther Fürth ist zum Beispiel der Meinung, dass es zwar Unterschiede in den finanziellen Voraussetzungen der Vereine gibt, dass ökologische Nachhaltigkeit aber auch „eine strategische Schwerpunktlegung“²¹⁶ ist und es damit „grundsätzlich [...] für alle Vereine möglich“²¹⁷ ist, ökologische Maßnahmen zu ergreifen. „Ökonomie und Ökologie dürfen [demnach] nicht länger als Gegensätze verstanden werden.“²¹⁸

²¹² Vgl. Brendle (2021): Interview, Anhang 30.

²¹³ Vgl. Puymartin (2021): Interview, Anhang 32.

²¹⁴ Kirsten (2021): Interview, Anhang 27.

²¹⁵ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

²¹⁶ Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.

²¹⁷ Ebd.

²¹⁸ Sieberg (2009), S. 173.

5.1.3 Greenwashing

Eine Herausforderung, die im Kontext der ökologischen Nachhaltigkeit immer zu betrachten ist, ist die Thematik des Greenwashing. Greenwashing wird definiert als der „Versuch, durch Kommunikation, Marketing und Einzelmaßnahmen ein ‚grünes Image‘ zu erlangen, ohne entsprechende Maßnahmen im operativen Geschäft systematisch verankert zu haben.“²¹⁹ Auf die Lizenzierung übertragen würde dies bedeuten, Maßnahmen so geschickt durchzuführen beziehungsweise zu kommunizieren, dass alle Anforderungen faktisch erfüllt sind oder zu sein scheinen, obwohl in der Realität keine große Veränderung stattgefunden hat und der negative Umwelteinfluss des Vereins trotzdem groß bleibt.

Darüber, ob diese Problematik wahrscheinlich ist, haben die interviewten Expert*innen geteilte Meinungen. Stefano Ridolfo von der SpVgg Greuther Fürth glaubt, dass die Gefahr des Greenwashings nicht auszuschließen ist,²²⁰ wohingegen Matthias Mühlen vom VfL Bochum 1848 meint, dass Greenwashing für die Vereine sehr gefährlich in der Außendarstellung werden kann, und sie es deshalb eher meiden werden.²²¹ Laut Nachhaltigkeitsexperte Anton Klischewski ist es unabhängig von den tatsächlichen Aktivitäten der Vereine immer möglich, dass sie sich mit dem Vorwurf konfrontiert sehen, Greenwashing zu betreiben.²²²

Um der theoretischen Möglichkeit von Greenwashing, oder auch nur Greenwashing-Vorwürfen, vorzubeugen, sollten die Kriterien also so ausgestattet sein, dass solche Praktiken nicht möglich sind. Dies kann gelingen, indem die Kriterien konkret und messbar sind,²²³ und ihre Umsetzung von der Liga oder von externen Prüfer*innen auch regelmäßig kontrolliert wird. Management-Controller Yann Duclos zufolge muss demnach „von Beginn des Projekts an [...] ein Teil der Finanzierung vorgesehen werden, der in die Kontrolle der Akteure fließt.“²²⁴ Zudem sollten bei Nichteinhaltung der Vorgaben auch Sanktionen folgen, um sicherzustellen, dass es zum Ziel der Vereine wird, die Vorgaben einzuhalten.²²⁵ In der Funktionsweise des deutschen Lizenzierungsverfahrens ist dies wie in Kapitel 3 beschrieben schon integriert.

²¹⁹ Lin Hi (2022).

²²⁰ Vgl. Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.

²²¹ Vgl. Mühlen (2021): Interview, Anhang 20.

²²² Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

²²³ Vgl. Wagner (2021): Interview, Anhang 16.

²²⁴ Duclos (2021): Interview, Anhang 34.

²²⁵ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

Eine besondere Art des Greenwashing beschreibt die Intention von Unternehmen, „Verfehlungen im Kerngeschäft durch Wohltaten zu überdecken“²²⁶. Dies wird aktuell vor allem in Frankreich einigen Vereinen vorgeworfen, die zwar punktuelle Maßnahmen kommunizieren, das Thema ökologische Nachhaltigkeit aber nicht in ihre Strategie aufgenommen haben.²²⁷ Ein Beispiel ist der Verein Paris Saint-Germain, der 2019 die Umstellung seines Fuhrparks auf E-Autos kommunizierte, aber gleichzeitig regelmäßig per Kurzstreckenflug zu seinen Auswärtsspielen anreist, was von der Öffentlichkeit stark als Greenwashing kritisiert wurde.²²⁸ Um solche Problematiken zu verhindern, sollte bei der Entwicklung von Lizenzierungskriterien darauf geachtet werden, dass sie alle Bereiche umfassen, und bewirken, dass ökologische Nachhaltigkeit in den Vereinen strategisch verankert wird.

5.1.4 Herausforderungen bei der Erstellung einer CO₂-Bilanz und daraus folgenden Erkenntnissen

In Kapitel 1.1 wurde bereits dargestellt, dass der Großteil der negativen Umwelteinflüsse von Fußballvereinen mit ihrem CO₂-Fußabdruck zusammenhängt, da fast jede analysierte Kategorie CO₂-Ausstöße thematisierte. Um diese Einflüsse verringern zu können erscheint es also sinnvoll, dass jeder Verein zuerst seinen CO₂-Fußabdruck misst und analysiert, um daraus dann Handlungsmaßnahmen ableiten zu können.²²⁹ Da die Erstellung einer CO₂-Bilanz jedoch sehr komplex ist, reicht es nicht aus, dies einfach nur per se als Kriterium in den Lizenzierungsordnungen festzulegen, da vorher auf verschiedene Problematiken Rücksicht genommen werden muss.

Die erste Schwierigkeit ist die Einheitlichkeit der Bemessung. Der allgemein anerkannte Standard ist das in Kapitel 1.1 beschriebene Greenhouse Gas Protocol. Dieses verpflichtet jedoch nur zur Messung von Scope 1 und 2, Scope 3 ist als optional gekennzeichnet.²³⁰ Verpflichtet man die Vereine also zur Erstellung einer CO₂-Bilanz nach dem Greenhouse Gas Protocol Standard, kann jeder Verein diese Verpflichtung unterschiedlich auslegen, wodurch deutliche Unterschiede in den CO₂-Bilanzen entstehen würden.²³¹ Demnach wäre es dann schwierig, die Anforderungen an die Vereine auf diese Bilanzen aufzubauen, da der nötige Umfang der Maßnahmen schlicht von der Art der Bemessung abhängen würde. Daher müssten die Lizenzierungsordnungen nicht nur das Erstellen einer CO₂-Bilanz an

²²⁶ Lin Hi, N./ Löttsch, M./ Doeblin, R. (2012), S. 28.

²²⁷ Vgl. Ballue (2021).

²²⁸ Vgl. Juilhard (2020).

²²⁹ Vgl. myclimate Deutschland (2020).

²³⁰ Vgl. World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 29.

²³¹ Vgl. Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

sich vorschreiben, sondern genau angeben, welche Posten in die Bemessung einfließen müssen.

Eine weitere Herausforderung ist die Festlegung des Basisjahrs. CO₂-Bilanzen werden mit dem Ziel erstellt, die eigenen Verbräuche zu kennen, und sie dann in bestimmten Zeiträumen um bestimmte Prozentsätze reduzieren zu können. Dafür wird allerdings ein Ausgangsjahr benötigt, in dem die Verbräuche zum ersten Mal gemessen werden.²³² Dies ist jedoch nur möglich, wenn die Rahmenbedingungen und damit die Verbräuche in jedem Jahr etwa gleich sind, was im Fußball allerdings nicht der Fall ist. Beispielsweise hängen viele Ausstöße von der Anzahl der Zuschauer*innen ab, die zu Heim- und Auswärtsspielen kommen. Dies wird wiederum durch Wochentage und Anstoßzeiten, die Leistung der Mannschaft, die Anzahl der Spiele (Pokalteilnahme oder nicht) und selbst durch die Wetterlage beeinflusst.²³³ Dadurch ist die Auswahl eines einzigen Basisjahres, welches den Ausgang für die vorgegebenen Reduktionsziele bieten soll, sehr schwierig.

Hinzu kommt im konkreten Fall Deutschland, dass die Kriterien bereits in den kommenden Monaten eingeführt werden sollen, weshalb das Basisjahr die jetzige Saison 2021/2022 sein müsste. Diese wurde allerdings stark durch die Corona-Pandemie beeinflusst, was weniger Zuschauerzahlen und damit auch vermutlich geringere Verbräuche zur Folge hatte. Würde man diese Saison als Basisjahr nehmen, würde das die Betrachtung des CO₂-Verbrauchs verzerren. In späteren Spielzeiten, die von der Pandemie im besten Fall nicht mehr beeinflusst werden, wären dann die Reduktionsziele, die von dem Basisjahr 2021/2022 ausgehen, nicht umsetzbar.²³⁴ Um dies zu umgehen müsste die Saison 2019/2020 als Basisjahr genommen werden, welche die letzte Saison vor der Corona-Pandemie darstellt.²³⁵ Da aber nicht sichergestellt werden kann, dass alle Vereine Daten aus dieser Zeit vorliegen haben, ist dies nicht möglich.²³⁶ Auf eine Saison zu warten, in der die Rahmenbedingungen des Profifußballs wieder wie vor der Pandemie sind, könnte die Einführung der Kriterien verzögern.

Eine Möglichkeit die Variabilität der Verbräuche im Profifußball abzubilden wäre die Verwendung eines rollierenden Basisjahrs. Dem Greenhouse Gas Protocol zufolge würde dies bedeuten, dass „das Basisjahr in regelmäßigen Abständen um eine bestimmte Anzahl

²³² Vgl. World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 96.

²³³ Vgl. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2022).

²³⁴ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

²³⁵ Vgl. ASSE (2021).

²³⁶ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

von Jahren vorverlegt oder verlängert wird.“²³⁷ Somit würden keine Reduktionziele auf Basis einer einzigen Saison festgelegt werden, sondern die „Emissionen werden immer mit dem vorhergehenden Jahr verglichen“.²³⁸ Dies wäre möglicherweise am zielführendsten, um die Fußballvereine in der Verbesserung ihrer CO₂-Bilanzen zu unterstützen.

Eine im Fußball wie in der Wirtschaft recht verbreitete Annahme ist, dass der Weg von der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks bis zur Klimaneutralität relativ kurz ist. Wenn man wisse, wie viel CO₂ man ausstößt, könne man demzufolge die entsprechende Menge durch Ausgleichszahlungen an Umweltprojekte kompensieren und wäre damit rechnerisch klimaneutral.²³⁹ Diese Annahme wird jedoch von vielen Umweltexpert*innen kritisch gesehen, da durch reine Kompensation dennoch die gleichen Mengen CO₂ an die Umwelt abgegeben werden.²⁴⁰ Stattdessen sollte versucht werden, Emissionen soweit es geht zu vermeiden oder zu verringern, und erst danach die unvermeidbaren Emissionen zu kompensieren.²⁴¹ Bei der Aufnahme von ökologischen Kriterien in die Lizenzierungsordnung wäre es also wichtig, diese Vorgehensweise zu berücksichtigen.

All diese Probleme und Herausforderungen sind bei der Entwicklung geeigneter Kriterienkataloge zu beachten. Im konkreten Beispiel der DFL, die diesen Prozess bereits begonnen hat, ist dies auch der Fall.²⁴² Die folgenden Kapitel sollen nun unter Rücksichtnahme auf die eben betrachteten Punkte Vorschläge für die Einführung ökologischer Kriterien sowohl in Deutschland als auch in Frankreich entwickeln.

5.2 Vorschlag einer angemessenen Änderung der Kriterienkataloge für die DFL in Deutschland

Ausgehend von den in den vorherigen Kapiteln beschriebenen Einflüssen des Profifußballs auf die Umwelt, den bereits von Vereinen durchgeführten Maßnahmen sowie der Betrachtung der Probleme und Herausforderungen soll nun versucht werden, eine angemessene Änderung der Lizenzierungsordnung der DFL in Bezug auf ökologische Kriterien vorzuschlagen. Ziel soll es nicht sein, einen konkreten Kriterienkatalog aufzustellen, da dies viel

²³⁷ World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 101 (übersetzt aus dem Englischen).

²³⁸ World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004), S. 79 (übersetzt aus dem Englischen).

²³⁹ Vgl. Weltfußball (2021).

²⁴⁰ Vgl. Goldblatt (2020), S. 15.

²⁴¹ Vgl. Dinter (2014), S. 355.

²⁴² Vgl. Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

zu umfangreich wäre,²⁴³ sondern vielmehr eine Idee für einen möglichen Aufbau des Katalogs zu entwickeln, und diese mit Beispielkriterien zu unterlegen.

Ziel der DFL ist es, neben Nachhaltigkeitsexpert*innen vor allem auch die Vereine selbst in den Entwicklungsprozess mit einzubeziehen. Daher soll dies auch in dieser Arbeit mithilfe der geführten Interviews geschehen. So meint Dorinja Adler vom Karlsruher SC beispielsweise, dass die Kriterien „an den fußballspezifischen Alltag angepasst sein [müssen, sodass sich alle Vereine] unabhängig ihrer sportlichen Erfolge damit auseinandersetzen können.“²⁴⁴ Um dies zu gewährleisten hat die DFL bereits entschieden, die Kriterien in drei Kategorien zu unterteilen, namentlich in Mindestkriterien, erweiterte Kriterien, und Anreizkriterien.²⁴⁵ Diese Einteilung für die Entwicklung eines Vorschlags zur Änderung des Kriterienkatalogs soll genauso übernommen werden, da es wenig zielführend wäre, einen Aufbau vorzuschlagen, der in der Realität von der DFL nicht anvisiert wird. Indem der bestehende Plan der DFL weiterentwickelt wird, kann diese Arbeit somit einen realen Mehrwert schaffen.

Zuerst soll demnach die mögliche Ausgestaltung der Mindestkriterien betrachtet werden. Dies sind Kriterien, „die von jedem Klub ausnahmslos erfüllt werden müssen.“²⁴⁶ Wichtig bei der Ausgestaltung der Mindestkriterien ist es, dass jeder Verein in der Lage sein muss, diese Kriterien zu erfüllen, sie aber trotzdem so hoch gesteckt sein müssen, dass eine Verringerung des negativen Umwelteinflusses des Profifußballs sichergestellt wird.²⁴⁷ Demnach können sich die Mindestkriterien nur auf Bereiche beziehen, die ausnahmslos jeder Verein beeinflussen kann.

Zu Beginn könnte zum Beispiel jeder Verein dazu verpflichtet werden, mindestens eine Vollzeitstelle für den Bereich ökologische Nachhaltigkeit einzurichten, was auch bereits durch die „Taskforce Zukunft Profifußball“ empfohlen wurde.²⁴⁸ Somit wäre gewährleistet, dass jeder Verein über die zeitlichen und personellen Ressourcen verfügt, sich mit dem Thema ökologische Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Für diese*n Mitarbeiter*in könnten auch regelmäßige Fortbildungen seitens der DFL angeboten und verpflichtend gemacht werden, um die optimale Unterstützung der Vereine zu sichern. Zudem sollten alle Vereine verpflichtet werden, ihre eigenen Umwelteinflüsse zu ermitteln. Dazu ist die Erstellung

²⁴³ Vgl. Wagner (2021): Interview, Anhang 16.

²⁴⁴ Adler (2021): Interview, Anhang 25.

²⁴⁵ Vgl. Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

²⁴⁶ Ebd.

²⁴⁷ Vgl. Köhler (2021): Interview, Anhang 14.

²⁴⁸ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2021c), S. 3.

einer CO₂-Bilanz nötig, für welche wie in Kapitel 5.1.4 beschrieben einheitliche und konkrete Vorgaben gemacht werden sollten. Hinzu kommen aber auch Analysen der übrigen Umwelteinflüsse, wie des Wasserverbrauchs und der Müllproduktion.²⁴⁹ So kann sichergestellt werden, dass alle in Kapitel 1.1 hervorgehobenen Kategorien, in denen der Fußball einen negativen Einfluss auf die Umwelt hat, von den Vereinen betrachtet werden und sichtbar gemacht wird, wo Verbesserungspotential ist. Wichtig ist hierbei, dass die Daten regelmäßig erhoben werden sollten, um jedes Jahr die aktuelle Situation abbilden zu können.

Darauf aufbauend könnten dann Reduktionsziele festgelegt werden. Da Aspekte wie Wasserverbrauch und Müllproduktion nicht von allen Vereinen gleichermaßen beeinflusst werden können, sollten sich die Mindestkriterien nur auf den CO₂-Ausstoß beziehen. Außerdem sollten die Reduktionsziele in Prozentsätzen angegeben werden, um die unterschiedlichen Voraussetzungen der Vereine abzubilden.²⁵⁰ So könnte ein Mindestkriterium beispielsweise sein, dass jeder Verein seinen CO₂-Ausstoß im Vergleich zum Vorjahr um x% verringern muss. Dabei sollte jedoch auf einen für alle Vereine realistischen Prozentsatz geachtet werden. Vorteil dieser Formulierung ist es, dass jeder Verein selbst entscheiden kann, wie er dieses Ziel erreicht.²⁵¹

Zusätzlich könnte versucht werden, konkrete Maßnahmen in die Mindestkriterien aufzunehmen, indem man sie so formuliert, dass kein Verein dadurch einen Nachteil erfährt. In Bezug auf das Thema Flugreisen könnte also zum Beispiel die zurückzulegende Strecke als Basis genommen werden, indem gesagt wird, dass nur Strecken über mindestens x Kilometer mit dem Flugzeug zurückgelegt werden dürfen.²⁵² Somit hätten alle Vereine die gleichen Voraussetzungen.

Die zweite von der DFL anvisierte Kategorie sind erweiterte Kriterien, „von denen die Klubs einen bestimmten Prozentsatz erfüllen müssen.“²⁵³ Damit wird es den Vereinen einerseits ermöglicht, Themenschwerpunkte zu wählen,²⁵⁴ andererseits können auch die Aspekte mit aufgenommen werden, die nicht jeder Verein beeinflussen kann. Der Kriterienkatalog dieser Kategorie kann sehr umfangreich sein und sich an bereits existierenden Maßnahmen orientieren. Beispiele wären die Umstellung auf Mehrwegbecher in den Sta-

²⁴⁹ Vgl. Hüsken, L./ Leißing, J./ Spindler, E. (2015), S. 105.

²⁵⁰ Vgl. Wagner (2021): Interview, Anhang 16.

²⁵¹ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

²⁵² Vgl. Toulemont (2020).

²⁵³ Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

²⁵⁴ Vgl. Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

dien, die Bewässerung des Stadionrasens mit Regenwasser, die Installation von Fahrradstellplätzen am Stadion²⁵⁵ oder das Angebot der kostenlosen ÖPNV-Nutzung beim Kauf eines Tickets für Heimspiele²⁵⁶. Zudem könnte auch hier mit Prozentsätzen gearbeitet werden, um etwa festzulegen, wie viele der im Stadion produzierten Abfälle recycelt werden, wie viele Merchandise-Artikel nachhaltig beschafft werden oder wie hoch der Anteil vegetarischer und veganer Speisen im Stadioncatering ist.²⁵⁷ Bei der Formulierung der Kriterien sollte darauf geachtet werden, dass die Maßnahmen wirklich ökologisch nachhaltig sind. So ist es zum Beispiel wesentlich zielführender, Mehrwegbecher ohne Sondermotive einzuführen, damit sie auch spiel- und saisonübergreifend eingesetzt werden können.²⁵⁸ Die Maßnahme „Umstellung auf Mehrwegbecher“ würde also nicht reichen, sondern es müsste genau festgelegt werden, dass diese Becher über mehrere Spiele oder Spielzeiten eingesetzt werden sollen.

Generell sollte bei der Ausgestaltung der Mindest- und erweiterten Kriterien darauf geachtet werden, dass Verbesserungen in allen Bereichen erzielt werden. Somit sollten alle in Kapitel 1.1 betrachteten Kategorien in dem Kriterienkatalog widergespiegelt werden: Merchandising, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Mobilität, Müllproduktion, Technologie und Ernährung. Die befragten Expert*innen empfehlen, sich bei der Ausgestaltung der Kriterien an bereits bestehenden Standards zu orientieren und diese auf die konkrete Situation des deutschen Profifußballs anzupassen.²⁵⁹ Dies berücksichtigt die DFL bereits, indem sie unter anderem die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen als Grundlage nimmt.²⁶⁰

Um die Einhaltung der Mindestkriterien sowie des erforderlichen Anteils der erweiterten Kriterien zu garantieren, plant die DFL „entsprechende Auflagen und Sanktionen bei Nicht-Erfüllung.“²⁶¹ Demzufolge ist es notwendig, dass die festgelegten Kriterien auch messbar sind, was erreicht werden kann, indem Kennzahlen eingeführt werden.²⁶² Diese Kennzahlen sollten sinnvoll sein, das heißt es sollte für jedes Kriterium abgewogen werden, ob ein Prozentsatz, eine Pro-Kopf-Angabe oder eine absolute Zahl den Sachverhalt

²⁵⁵ Vgl. Rieger (2021).

²⁵⁶ Vgl. Bertram (2021): Interview, Anhang 18.

²⁵⁷ Vgl. Brendle (2021): Interview, Anhang 30.

²⁵⁸ Vgl. FC PlayFair! Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e.V. (2021).

²⁵⁹ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

²⁶⁰ Vgl. Deutsche Fußball Liga (2021b).

²⁶¹ Ebd.

²⁶² Vgl. Werheid, M./ Mühlen, M. (2019), S. 37.

am besten widerspiegelt.²⁶³ Außerdem sollte gewährleistet sein, dass die Kennzahlen nach den gleichen Vorgaben erfasst werden und sich „auf vergleichbare Zeiträume beziehen“²⁶⁴, da nur so die notwendige Vergleichbarkeit garantiert werden kann. Anhand dieser Kennzahlen kann und sollte die Einhaltung der Kriterien regelmäßig kontrolliert werden.²⁶⁵

Schließlich sollen laut Angaben der DFL als dritte Kategorie Anreizkriterien eingeführt werden, bei deren Erfüllung die Klubs belohnt werden. Die genaue Art dieser Belohnung wurde allerdings noch nicht festgelegt.²⁶⁶ Viele der Befragten Expert*innen halten monetäre Anreize für sinnvoll,²⁶⁷ um besonderes Engagement zu würdigen und Möglichkeiten zur Weiterentwicklung über die Kriterien der Kategorien eins und zwei hinaus aufzuzeigen.²⁶⁸ In diese Kategorie könnte die Entwicklung von Leuchtturmprojekten einfließen, die mit innovativen Ideen zur ökologischen Nachhaltigkeit beitragen, aber nicht von allen Vereinen erwartet werden können. Außerdem könnten Aspekte wie Klimaneutralität oder die Unterzeichnung des „UN Sports for Climate Action Frameworks“²⁶⁹ in diese Kategorie aufgenommen werden. Wichtig ist hier, dass konkret festgelegt wird, welche Maßnahmen zu welcher Belohnung führen, damit dies für alle Vereine transparent ist.

Zwei Aspekte, die noch berücksichtigt werden sollten, sind die Clusterung sowie die Dynamik der Kriterien. Wie in den vorhergehenden Kapiteln beschrieben haben die Vereine sehr unterschiedliche Voraussetzungen, vor allem in finanzieller Hinsicht. Um trotzdem zu garantieren, dass die Mindestkriterien bei allen Vereinen Veränderungen bewirken, dass aber auch die Anreizkriterien für alle Vereine erreichbar sind,²⁷⁰ sollten die Vereine anhand ihrer Ligazugehörigkeit und/oder finanziellen Ressourcen geclustert werden,²⁷¹ und für jede Gruppe sollten dann unterschiedliche Abstufungen an Kriterien gelten. Als Beispiel hierfür könnte die bereits in der Lizenzierungsordnung der DFL existierende Abstufung der Kriterien für die Nachwuchsleistungszentren dienen. Hier heißt es:

„Die in diesen Richtlinien geregelten Voraussetzungen an Leistungszentren sind in drei Kategorien unterteilt, wobei in der Bundesliga mindestens die Voraussetzungen der Kategorie II, in der 2. Bundesliga mindestens die Voraussetzungen der Kategorie III als

²⁶³ Vgl. Holzbrecher (2021): Interview, Anhang 24.

²⁶⁴ Vgl. Hildebrandt (2014), S. 210.

²⁶⁵ Vgl. Brendle (2021): Interview, Anhang 30.

²⁶⁶ Vgl. Stefes (2021): Interview, Anhang 29.

²⁶⁷ Vgl. Rengel (2022): Interview, Anhang 26.

²⁶⁸ Vgl. Mayer (2021): Interview, Anhang 15.

²⁶⁹ Eine Erklärung hierfür ist in den Fußnoten von Anhang 8 zu finden.

²⁷⁰ Vgl. Holzbrecher (2021): Interview, Anhang 24.

²⁷¹ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

verbindliche Lizenzierungskriterien für Bewerber zur Bundesliga bzw. zur 2. Bundesliga erfüllt werden müssen.“²⁷²

Eine ähnliche Logik könnte für die Einführung der Nachhaltigkeitskriterien übernommen werden. Schließlich sollte noch darauf geachtet werden, die Kriterien dynamisch zu gestalten und regelmäßig zu überarbeiten, um sie an aktuelle Entwicklungen, wie zum Beispiel gesetzliche Vorgaben oder neue Erkenntnisse und Innovationen anzupassen.²⁷³ „Genauso wie sich das Thema Nachhaltigkeit an sich weiterentwickelt, muss sich auch der Lizenzierungskatalog weiterentwickeln.“²⁷⁴

All diese Punkte sollen als Empfehlung für die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungsordnung dienen. Hierbei ist zu erwähnen, dass im Sinne dieser Arbeit nur auf Kriterien eingegangen wurde, die den Einfluss des Fußballs auf die Umwelt verringern. Andere ökologische Maßnahmen, die sich zum Beispiel auf die Sensibilisierung von Fans und Mitarbeiter*innen oder auf die Zusammenarbeit mit Unternehmen und Organisationen beziehen, wurden aus diesem Grund nicht betrachtet. Gleiches gilt für Kriterien, die die ökonomische und sozial-gesellschaftliche Nachhaltigkeit abbilden. In der Realität wird die DFL diese Themen jedoch in ihre Überlegungen mit einbeziehen und in den Kriterienkatalog aufnehmen.

5.3 Vorschlag einer angemessenen Änderung der Kriterienkataloge für die LFP in Frankreich

Anders als in Deutschland gibt es in Frankreich aktuell noch keine Pläne seitens der LFP, die Vereine zu mehr ökologischer Nachhaltigkeit zu verpflichten oder zu motivieren. Demnach ist der folgende Vorschlag zur Einführung ökologischer Kriterien hypothetischer Natur. In Kapitel 4.4 wurden bereits die beiden Möglichkeiten aufgezeigt, wie ökologische Nachhaltigkeit in den französischen Profifußball aufgenommen werden könnte: über die Erweiterung des Maßnahmenkatalogs der Klublizenz oder über die Einführung einer neuen, eigenen Lizenz.

Die Funktionsweise der Klublizenz ähnelt der Funktionsweise der erweiterten Kriterien, die die DFL in Deutschland anstrebt: Es gibt einen Katalog an Kriterien, von denen die Vereine einen bestimmten Anteil erfüllen müssen. Welche Maßnahmen sie aus diesem Katalog ergreifen, bleibt ihnen überlassen. Im Falle der Aufnahme ökologischer Kriterien

²⁷² Deutsche Fußball Liga (2021a), S. 1.

²⁷³ Vgl. Klischewski (2021): Interview, Anhang 31.

²⁷⁴ Marcus (2021): Interview, Anhang 22.

in die Klublizenz könnten hier also die Ideen aus Kapitel 5.2 übernommen werden, welche für die DFL in Deutschland entwickelt wurden. Da die Klublizenz die umfangreiche Durchführung ökologischer Maßnahmen allerdings nicht garantieren kann (siehe Begründung in Kapitel 4.4), soll im Folgenden die Idee der Einführung einer neuen, eigenen Lizenz aufgegriffen und weitergeführt werden.

Diese neue Lizenz könnte sich am deutschen Beispiel orientieren, dass es also einen Teil an Kriterien gibt, die erfüllt werden müssen und deren Nichterfüllung bestraft wird, und andererseits auch Kriterien, für deren Erfüllung ein Anreiz geschaffen wird. Dieses Prinzip wäre in Frankreich nicht gänzlich neu, da es bereits ein ähnliches System zur Bewertung der Qualität der Rasenplätze in den beiden Profiligen gibt. Hierbei wird der Rasen an jedem Spieltag von den Vereinen, den Schiedsrichter*innen und in der Ligue 1 ebenfalls vom verantwortlichen TV-Team auf einer Skala von 1 bis 20 nach vorgegebenen Kriterien bewertet, und daraus wird eine Rangliste der Rasenplätze erstellt.²⁷⁵ Erhält ein Verein über drei Spiele hinweg eine Note niedriger als 10, kann ihm die LFP eine Geldstrafe erteilen.²⁷⁶ Bei besonders guter Qualität des Rasens kann der Verein auch belohnt werden, dies liegt allerdings im Ermessen der LFP.²⁷⁷ Sowohl Belohnung als auch Bestrafung sind also fakultativ und Einzelfallentscheidungen.

Bezogen auf ökologische Nachhaltigkeit könnte man sich an diesem Schema orientieren, sollte es aber durch konkrete Regelungen und Abstufungen verbindlicher machen. Beispielsweise könnte eine Reihe von Schwerpunkten festgelegt werden, die unterschiedlich abgestuft werden, und jeder Abstufung wird eine Zielvorgabe und eine Punktzahl zugeordnet. Schwerpunkte könnten zum Beispiel die sieben Einflusskategorien sein, die in Kapitel 1.1 erarbeitet wurden (Merchandising, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Mobilität, Müllproduktion, Technologie, Ernährung) sowie zusätzlich noch, angelehnt an den vorhergehenden Vorschlag für Deutschland, die Schwerpunkte CO₂-Bilanz sowie Existenz und Weiterbildung von Nachhaltigkeitsbeauftragten.

Für jede Kategorie könnte anschließend festgelegt werden, was die Vereine mindestens erreichen müssen. Dies könnte zum Beispiel die grundsätzliche Erstellung einer CO₂-Bilanz sein, beziehungsweise die Analyse und Offenlegung des Status Quo in allen angegebenen Bereichen.²⁷⁸ Auch die Verpflichtung zur Einführung einer Stelle für gesellschaftliche Ver-

²⁷⁵ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020b), S. 1.

²⁷⁶ Vgl. Ligue de Football Professionnel (2020b), S. 2.

²⁷⁷ Vgl. ebd.

²⁷⁸ Vgl. Fischer (2021): Interview, Anhang 36.

antwortung allgemein oder ökologische Nachhaltigkeit konkret könnte in diese erste Stufe fallen, sowie andere Maßnahmen, die für alle Vereine schaffbar sind. Eine Orientierung könnten die in Deutschland entwickelten Mindestkriterien bieten, die jedoch auf die Gegebenheiten der französischen Profivereine angepasst werden müssten. Diese Vorgaben würden Stufe eins darstellen, und die LFP müsste dann berechtigt sein, Vereinen, die diese Stufe nicht erreichen, eine Geldstrafe aufzuerlegen.

Anschließend könnten zum Beispiel drei weitere Stufen folgen, für deren Erreichen bestimmte Maßnahmen erforderlich sind. Hier könnte einerseits mit Prozentsätzen gearbeitet werden, dass also zum Beispiel für Stufe eins 50% der Abfälle recycelt werden müssen, für Stufe zwei 75% und für Stufe drei 100%, oder es werden für jede Stufe konkrete Maßnahmen festgelegt, deren Umsetzung mit jeder Stufe herausfordernder wird. So wäre es zum Beispiel schwieriger, das Stadion komplett energetisch zu sanieren, als auf Ökostrom umzusteigen, und sollte daher in eine höhere Stufe eingeordnet werden. Eine Orientierung für die Entwicklung der Kriterien bietet die bereits existierende Charte des 15 engagements éco-responsables des Ministeriums für Sport, die in bestimmten Bereichen konkrete Ziele anhand von Prozentsätzen ausdrückt.²⁷⁹ Ebenso könnten hier die Ideen aus Kapitel 5.2 wieder aufgegriffen werden.

Für jede Stufe könnte dann eine Belohnung zum Beispiel finanzieller Natur festgelegt werden, die der Verein mit dem Erreichen dieser Stufe bekommt.²⁸⁰ Dem Management Controller Yann Duclos zufolge ist der Anreiz durch finanzielle Belohnungen die einzige Möglichkeit, die französischen Vereine zur Durchführung ökologischer Maßnahmen zu bewegen. Seiner Meinung nach wäre es möglich, dass die Vereine ein finanzielles Interesse daran haben, die erste gewinnbringende Stufe zu erreichen, deren Belohnung ihnen dann wiederum die Ressourcen verschafft, die für das Erreichen der nächsten Stufe nötig sind, und so weiter.²⁸¹ Auch Nachhaltigkeitsexperte Pierre Lalot sagt, „dass die Einführung von Anreizkriterien die Vereine dazu bringen wird, mehr personelle und finanzielle Mittel in ihre [Nachhaltigkeits-]Strategie zu investieren und über ihre Strategien zu berichten.“²⁸²

Der Grundkonsens der Interviews mit den französischen Experten war, dass bestrafende Kriterien in Frankreich zwar eingeführt werden können, dass finanzielle Anreize aber wesentlich zielführender wären (siehe Anhang 32 bis 36). Infolgedessen scheint die darge-

²⁷⁹ Vgl. Ministère chargé des sports (2020), S. 4 ff.

²⁸⁰ Vgl. Duclos (2021) : Interview, Anhang 34.

²⁸¹ Vgl. ebd.

²⁸² Lalot (2022): Interview, Anhang 35.

stellte Abstufung, die nur die wesentlichsten Kriterien verpflichtend macht, und für die übrigen Kriterien finanzielle Belohnungen bietet, am sinnvollsten. Zu untersuchen wäre in diesem Szenario noch, ob und wie die Liga das hierfür nötige Budget aufbringen kann.²⁸³

Über diese Möglichkeit könnte also versucht werden, den französischen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen. Entscheidend für den Erfolg dieses Projekts ist die Entwicklung von geeigneten Kriterien und Anreizen, die die Vereine zur Durchführung der Maßnahmen bewegen. Wenn die geforderten Maßnahmen zu anspruchsvoll sind oder ihre Umsetzung nur langfristig möglich ist, oder wenn die Anreize zu niedrig gesetzt werden, werden die Vereine nicht motiviert, die Maßnahmen umzusetzen.²⁸⁴

Es muss also eine Schnittstelle gefunden werden zwischen Maßnahmen, die die Vereine umsetzen wollen, und Maßnahmen, die den französischen Profifußball wirklich ökologisch nachhaltiger machen. Zudem ist es wie in Deutschland wichtig, dass die Kriterien regelmäßig überarbeitet werden und dass die LFP den Vereinen Unterstützung bietet.²⁸⁵ Damit wäre die Einführung ökologischer Kriterien im französischen Profifußball vorstellbar. Es bleibt abzuwarten, ob die LFP in den kommenden Jahren ein vergleichbares Vorhaben entwickelt.

²⁸³ Yann Duclos entwickelt hierfür bereits eine Idee, die im Detail in Anhang 34 nachvollzogen werden kann.

²⁸⁴ Vgl. Duclos (2021) : Interview, Anhang 34.

²⁸⁵ Vgl. Lalot (2022): Interview, Anhang 35.

6 Zusammenfassung und Ausblick

Zielsetzung dieser Arbeit war es, ausgehend von einer Betrachtung der negativen Umwelteinflüsse von Fußballvereinen und einer Status Quo-Analyse ökologischer Maßnahmen in den deutschen und französischen Profiligen zu untersuchen, ob und inwiefern ökologische Kriterien in die Lizenzierungsverfahren des deutschen und französischen Profifußballs aufgenommen werden sollten.

Zu Beginn der Arbeit wurde festgestellt, dass professionelle Fußballvereine in vielen Bereichen negativ auf die Umwelt einwirken, vor allem durch hohe CO₂-Ausstöße. Die Einflussbereiche wurden in die sieben Kategorien Merchandising, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Mobilität, Müllproduktion, Technologie und Ernährung eingeteilt. Hierbei ist festzuhalten, dass vor allem der Bereich Mobilität durch die Fanbewegungen einen stark negativen Umwelteinfluss aufzeigt, dass der Profifußball aber aufgrund der hohen Einflüsse in allen Bereich ganzheitlich Maßnahmen ergreifen muss. Die anschließende Analyse der bereits existierenden Engagements aller Profivereine in Deutschland und Frankreich zeigte eine starke Diskrepanz zwischen der erforderlichen und der bestehenden ökologischen Nachhaltigkeit im deutschen und französischen Profifußball. Demnach lässt sich ein Verbesserungsbedarf in beiden Ländern schlussfolgern.

Als mögliche Lösung wurde im Folgenden die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnungen beziehungsweise Statuten und Regelwerke der jeweiligen Profiligen untersucht. Prinzipiell ist festzuhalten, dass der verpflichtende Charakter der zugrundeliegenden Kriterienkataloge ermöglichen würde, in allen Vereinen nicht nur die Durchführung ökologischer Maßnahmen zu gewährleisten, sondern auch die Wichtigkeit des Themas zu verdeutlichen. Zudem könnte Vereinen mit wenig Expertise ein Handlungsrahmen geboten werden, und langfristig könnten sich sogar wirtschaftliche Vorteile durch Kostenersparnisse und neue Partnerschaften ergeben.

In Deutschland wurde bereits beschlossen, zur Saison 2023/24 Nachhaltigkeitskriterien sowohl ökologischer, als auch sozial-gesellschaftlicher und ökonomischer Natur in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Für diesen Beschluss konnte im Rahmen dieser Arbeit eine allgemeine Zustimmung seitens der Vereinsvertreter*innen und Experten ermittelt werden. Somit ist zu schlussfolgern, dass die Aufnahme ökologischer Kriterien in die Lizenzierungsordnungen nicht nur positiv zu bewerten, sondern in Anbetracht des deutschen Beispiels auch umsetzbar ist.

Bei Betrachtung der Funktionsweise der französischen Profiligen wurden zwei Möglichkeiten zur Einführung ökologischer Kriterien erkannt: Die Ergänzung des Maßnahmenkatalogs der Klublizenz sowie die Entwicklung einer neuen, eigenen Lizenz speziell für ökologische Nachhaltigkeit. Letztere wurde als die geeignetere Option bewertet.

Auf der Erkenntnis aufbauend, dass die Einführung ökologischer Kriterien im deutschen und französischen Profifußball möglich und sinnvoll ist, galt es abschließend, eine geeignete Möglichkeit zur Ausgestaltung dieser Kriterien zu entwickeln. Allgemein ist festzuhalten, dass die Kriterien die unterschiedlichen Gegebenheiten und Einflussbereiche der Vereine berücksichtigen sollten. So ist darauf zu achten, dass es sowohl in Deutschland als auch in Frankreich große Unterschiede in Bezug auf die personellen und finanziellen Ressourcen der Vereine gibt, und dass jeder Verein auch andere geografische und infrastrukturelle Voraussetzungen hat. Des Weiteren sind bei der Entwicklung geeigneter Kriterien die allgemeine Ressourcenknappheit im Profifußball, die Schwierigkeit der Festlegung eines geeigneten Basisjahrs für CO₂-Bilanzen sowie die Vermeidung von Greenwashing zu berücksichtigen. Daraus folgt, dass die Kriterien grundsätzlich messbar und vergleichbar sein sollten, sowie zusätzlich ein Gleichgewicht aus Machbarkeit und Herausforderung für alle Vereine finden sollten.

Schließlich wurde sowohl für Deutschland als auch für Frankreich ein beispielhafter Aufbau eines Kriterienkatalogs entwickelt. Für die deutschen Lizenzligen wurde eine Unterteilung in Mindest-, erweiterte und Anreizkriterien empfohlen, basierend auf den bereits existierenden Plänen der DFL. Bei Nichterfüllen der Mindestkriterien sowie des erforderlichen Anteils der erweiterten Kriterien sollten Sanktionen, bei Erfüllen der Anreizkriterien Belohnungen erfolgen. Um die finanziellen und personellen Voraussetzungen der Vereine zu berücksichtigen, sollten Cluster je nach Ligazugehörigkeit gebildet werden.

Für die französischen Profiligen wurde hingegen eine Abstufung der Kriterien vorgeschlagen, wonach Sanktionen bei Nichterfüllen der niedrigsten Stufe folgen sollten, und mit jedem Erreichen einer höheren Stufe eine Belohnung vorzugsweise finanzieller Natur. Dies wäre am zielführendsten, um die französischen Vereine dazu zu bewegen, ökologische Nachhaltigkeit in ihre Strategien zu integrieren. Voraussetzung ist, dass der französische Ligaverband das nötige Budget aufbringen kann.

In beiden Fällen sollten die Kriterien alle zu Beginn ermittelten Einflussbereiche abdecken und zudem mindestens die regelmäßige Erstellung von CO₂-Bilanzen sowie die Einführung einer Stelle für ökologische Nachhaltigkeit beinhalten. Außerdem ist die regelmäßige

Überarbeitung und Anpassung der Kriterien sowie die umfangreiche Kontrolle ihrer Einhaltung wichtig.

Auf diese Weise könnte ökologische Nachhaltigkeit in den Lizenzierungsverfahren des deutschen und französischen Profifußballs verankert werden, womit erreicht werden könnte, dass die professionellen Fußballvereine ihre negativen Einflüsse auf die Umwelt verringern und ökologisch nachhaltiger handeln. Es bleibt nun abzuwarten, wie in Deutschland die von der DFL zu entwickelnden Kriterien aussehen werden, und ob die LFP in Frankreich ebenfalls mit entsprechenden Überlegungen beginnt.

Schlussendlich ist die in dieser Arbeit untersuchte Aufnahme ökologischer Kriterien in die deutschen und französischen Lizenzierungsverfahren nur eine Möglichkeit, den Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen. Daneben sollten alle beteiligten Personen, Vereine und Instanzen kontinuierlich an der Entwicklung weiterer Ideen arbeiten. Zahlreiche Ansätze und Beispiele sind in den Interviews in den Anhängen 14 bis 36 zu finden. Festzuhalten ist, dass der Profifußball, auch in seinem eigenen Interesse, ökologisch nachhaltiger werden muss. Auf welchem Weg er dies erreicht, ist letztendlich zweitrangig.

LITERATURVERZEICHNIS

Quellen - Haupttext

1. FC Union Berlin (2022): Satzung des 1. FC Union Berlin, URL: <https://www.fc-union-berlin.de/de/verein/satzung/>, Stand: 19. Februar 2022.

1. FSV Mainz 05 e.V. (2021): Aktionen & Initiativen, URL: <https://www.mainz05.de/engagement/05er-klimaverteidiger/aktionen-initiativen/>, Stand: 1. Februar 2022.

1. FSV Mainz 05 e.V. (2022): Klimaneutralität. 1. klimaneutraler Verein der Bundesliga, URL: <https://www.mainz05.de/engagement/05er-klimaverteidiger/klimaneutralitaet/>, Stand: 1. Februar 2022.

ADEME (2018): Pour une restauration événementielle durable. Guide pratique - édition 2018, Angers.

Allianz Arena München Stadion GmbH (2019): Aktualisierte Umwelterklärung Saison 2019/2020, München.

AS Monaco (2021): Le Centre de Performance dans la dernière ligne droite, URL: <https://www.asmonaco.com/le-centre-de-performance-dans-la-derniere-ligne-droite/>, Stand: 7. Februar 2022.

ASSE (2021): L'AS Saint-Étienne intensifie son action en faveur de l'environnement, URL: <https://www.asse.fr/fr/actualites/l-as-saint-etienne-intensifie-son-action-en-faveur-de-l-environnement--ac31162>, Stand: 8. Februar 2022.

Aubry, A. (2013): À quoi sert la Licence Club ?, SOFOOT v. 21.07.2013, URL: <https://www.sofoot.com/a-quoi-sert-la-licence-club-171422.html>, Stand: 11. Februar 2022.

Ballue, Q. (2021): Les déplacements des clubs et l'écologie, en mode diesel, SOFOOT v. 12.11.2021, URL: <https://www.sofoot.com/les-deplacements-des-clubs-et-l-ecologie-en-mode-diesel-506852.html>, Stand: 10. Februar 2022.

Besson, M./ Bourgoïn, A./ Vittorangeli, A./ Bailly, B. (2021): Dérèglement climatique: Le monde du sport à +2°C et +4°C, WWF France, Le Pré-Saint-Gervais.

Bordage, F. (2019): Empreinte environnementale du numérique mondial. Étude, 2. Aufl., GreenIT, Corenc.

Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019): Freude und Ansporn: Gemeinsam noch besser werden. Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2018/2019, Dortmund.

Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2021): Borussia verbindet. Borussia packt an. Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2020/2021, Dortmund.

Boucher, J.-M. (2011): Un match de foot, quel impact écologique ?, URL: <https://www.consoglobe.com/match-de-foot-quel-impact-ecologique-cg/2>, Stand: 10. Februar 2022.

Brockhaus (2022): Ökologie, URL: <https://brockhaus-de.ezproxy.hwr-berlin.de/ecs/enzy/article/%C3%B6kologie>, Stand: 12. Februar 2022.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (2017): Trinkwasser, URL: <https://www.bmuv.de/themen/wasser-ressourcen-abfall/binnengewasser/trinkwasser>, Stand: 17. Februar 2022.

Calabruso, S./ Havel, L./ Hecker, A. (2020): CSR-Report von Fortuna Düsseldorf für die Saison 2019/20, Fortuna Düsseldorf 1895 e.V., Düsseldorf.

Clermont Foot 63 (2013): Projet d'extension du stade Gabriel Montpied, URL: <https://www.clermontfoot.com/projet-dextension-du-stade-gabriel-montpied/>, Stand: 7. Februar 2022.

Collins, A./ Flynn, A. (2008): Measuring the environmental sustainability of a major sporting event: a case study of the FA Cup Final, in: Tourism Economics, 14. Jg., Nr. 4, S. 751–768.

cum ratione gemeinnützige GmbH (2020): Die Vereine im Ranking - So fair sind ihre Shops!, Paderborn.

Danjon, A. (2020): L'écologie, une occasion à saisir pour les clubs français, L'Équipe v. 05.06.2020, URL: <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/L-ecologie-une-occasion-a-saisir-pour-les-clubs-francais/1140512>, Stand: 9. Februar 2022.

Demolliens, V. (2021): Le Paris Saint-Germain rejoint le “Sports For Climate Action” de l’ONU, Ecolosport v. 31.03.2021, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2021/03/31/le-paris-saint-germain-rejoint-le-sports-for-climate-action-de-lonu/>, Stand: 6. Februar 2022.

Deutsche Fußball Liga (2013): III. Anhänge zur Lizenzierungsordnung. Anhang I: Lizenzvertrag (Stand 01.07.2013), Frankfurt am Main.

Deutsche Fußball Liga (2019): Satzung des DFL Deutsche Fußball Liga e.V. (Stand: 21.08.2019), Frankfurt am Main.

Deutsche Fußball Liga (2020a): Lizenzierungsordnung (Stand 01.04.2020), Frankfurt am Main.

Deutsche Fußball Liga (2020b): Ökologische Nachhaltigkeit für Proficlubs von hoher Bedeutung, URL: <https://www.dfl.de/de/aktuelles/oekologische-nachhaltigkeit-fuer-clubs-der-bundesliga-und-2-bundesliga-von-hoher-bedeutung/>, Stand: 11. Februar 2022.

Deutsche Fußball Liga (2021a): Anhang V: Richtlinien für die Errichtung und Unterhaltung von Leistungszentren der Teilnehmer der Lizenzligen (Stand: 15.12.2021), Frankfurt am Main.

Deutsche Fußball Liga (2021b): Beschluss der DFL-Mitgliederversammlung: Nachhaltigkeit wird Lizenzierungskriterium für Bundesliga und 2. Bundesliga, URL: <https://www.dfl.de/de/aktuelles/beschluss-der-dfl-mv-nachhaltigkeit-wird-lizenzierungskriterium/>, Stand: 11. Februar 2022.

Deutsche Fußball Liga (2021c): Zusammenfassender Ergebnisbericht der Taskforce Zukunft Profifußball, Frankfurt am Main.

Deutsche Fußball Liga (2022): Strenges Erfolgssystem: Das Lizenzierungsverfahren, URL: <https://www.dfl.de/de/hintergrund/lizenzierungsverfahren/strenges-erfolgssystem-das-lizenzierungsverfahren/>, Stand: 11. Februar 2022.

Deutsche Umwelthilfe e.V. (2022): 1:0 für Mehrweg! Umweltauswirkungen von Mehrweg- und PLA-Einwegbechern in deutschen Fußballstadien, URL: <https://www.duh.de/becher/>, Stand: 10. Februar 2022.

Deutsche Welthungerhilfe e. V. (2022): Klimawandel – Ursachen und Folgen. Klimawandel: Eine Bedrohung für Umwelt und Menschen, URL: <https://www.welthungerhilfe.de/informieren/themen/klimawandel/#c18306>, Stand: 11. Februar 2022.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (2021): DFB-Mitgliederstatistik 2020/2021, URL: <https://www.dfb.de/verbandsstruktur/mitglieder/aktuelle-statistik/>, Stand: 13. Februar 2022.

DIE LIGA - Fußballverband e.V. (2013): Bundesliga Umwelt-Report. Die ökologischen Aktivitäten der Clubs, Frankfurt am Main.

Dinter, F. (2014): Sport und Wirtschaft: Was eine strategische Partnerschaft ausmacht. Am Beispiel des Energiedienstleisters ENTEGA und des 1. FSV Mainz 05, in: Hildebrandt, A. (Hrsg.): CSR und Sportmanagement. Jenseits von Sieg und Niederlage: Sport als gesellschaftliche Aufgabe verstehen und umsetzen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 353–359.

Dublineau, F. (2021): Dossier : Comment sont financés les stades de football en France ?, URL: <https://www.befoot.net/dossier-comment-sont-finances-stades-football-france/>, Stand: 16. Februar 2022.

FC Bayern München AG (2017): Der FC Bayern stellt von Sommer 2018 an bei Heimspielen auf Mehrwegbecher um. Presseerklärung, URL: <https://fcbayern.com/de/news/2017/11/pressemitteilung-der-fc-bayern-stellt-von-sommer-2018-an-bei-heimspielen-auf-mehrwegbecher-um>, Stand: 31. Januar 2022.

FC PlayFair! Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e.V. (2021): Situationsanalyse Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball 2021, Böblingen.

Ferreboeuf, H./ Efoui-Hess, M./ Marraud, L./ Lescop, C. (2020): Déployer la sobriété numérique. Octobre 2020, The Shift Project, Paris.

FFF (2022): Le budget et les chiffres clés. Les données financières 2019-2020, URL: <https://www.fff.fr/80-le-budget-et-les-chiffres-cles.html>, Stand: 12. Februar 2022.

Football Écologie France (2021): Football et transition écologique. L'éco-supportérisme, Lyon.

Franzke, J. (2021): Die DFL will Nachhaltigkeitskriterien in der Lizenzierungsordnung verankern. "Es ist einzigartig, dass eine Liga so etwas macht", Kicker v. 19.08.2021, URL: <https://www.kicker.de/die-dfl-will-nachhaltigkeitskriterien-in-der-lizenzierungsordnung-verankern-868862/artikel>, Stand: 11. Februar 2022.

Gehlenborg, E./ Hink, W./ Köttker, R. (2016): Sustainability Report, Deutscher Fußball-Bund, Frankfurt am Main.

Goldblatt, D. (2020): Playing Against the Clock. Global Sport, the Climate Emergency and the Case for Rapid Change, Rapid Transition Alliance, Sussex.

Handelsblatt Research Institute (2020): Sports be sustainable! The mission - Trendradar, 3. Aufl., Düsseldorf.

Hildebrandt, A. (2014): Chancen und Herausforderungen komplexer Organisationssysteme. Zur Entwicklung des Nachhaltigkeitsreportings beim Deutschen Fußball-Bund, in: Fifka, M. (Hrsg.): CSR und Reporting. Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen und erfolgreich umsetzen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 199–212.

Hüsken, L./ Leißing, J./ Spindler, E. (2015): CSR im Profifußball. Eine qualitative Forschung mit dem Sportverein SV Werder Bremen zur Erhebung eines CSR-Kriterienkatalogs für den deutschen Profifußball, in: Vorbohle, K./ Quandt, J./ Schank, C./ Reiter, S. (Hrsg.): Verantwortung in der globalen Wertschöpfung, Rainer Hampp Verlag, München, S. 95–111.

Intergovernmental Panel on Climate Change (2021): Climate Change 2021. The Physical Science Basis - Summary for Policymakers, Genf.

J.T. (2021): Le football français doit-il sérieusement se pencher sur les questions d'écologie ?, France Football v. 06.03.2021, URL: https://www.francefootball.fr/news/Le-football-francais-doit-il-serieusement-se-pencher-sur-les-questions-d-ecologie/1229763?fbclid=IwAR2CYeNasj5efuhYyUiRZML7M6wps9JfuKQX9WiMEbYD9fof_ZQuCmbQn20, Stand: 13. Februar 2022.

Jolitz, B. (2021): Fortuna kämpft für den Klimaschutz. Appell auch an die DFL, RP Online v. 09.01.2021, URL: https://rp-online.de/sport/fussball/fortuna/fortuna-duesseldorf-unterzeichnet-klimaschutzdeklaration-der-vereinten-nationen_aid-55582321, Stand: 3. Februar 2022.

Juilhard, C. (2020): Football & écologie : quand le ballon rond détruit le gazon vert, Caviar Magazine v. 15.04.2020, URL: <https://www.caviarmagazine.fr/football-ecologie-quand-le-ballon-rond-detruit-le-gazon-vert/>, Stand: 10. Februar 2022.

Keller, C. (2014): Gesellschaftliche Verantwortung im Sport, in: Hildebrandt, A. (Hrsg.): CSR und Sportmanagement. Jenseits von Sieg und Niederlage: Sport als gesellschaftliche Aufgabe verstehen und umsetzen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 113–126.

Kurmayer, N. (2021): German football fans ahead of wider European push for sustainability, Euractiv v. 30.08.2021, URL: <https://www.euractiv.com/section/health-consumers/news/german-football-fans-ahead-of-wider-european-push-for-sustainability/>, Stand: 12. Februar 2022.

Leclercq, P.-A. (2020): L'Amiens SC veut devenir le premier club de foot français "zéro déchet", France 3 Hauts-de-France v. 11.06.2020, URL: <https://france3-regions.francetvinfo.fr/hauts-de-france/somme/amiens/amiens-sc-veut-devenir-premier-club-foot-francais-zero-dechet-1764305.html>, Stand: 8. Februar 2022.

Lecomte, V. (2021): Comment réduire l’empreinte carbone de mon alimentation, URL: <https://ecotoxicologie.fr/empreinte-carbone-alimentation>, Stand: 10. Februar 2022.

Lepauw, L. (2020): Ces 15 stades français qui ont choisi le gobelet réutilisable, URL: <https://ecocup.com/fr/ces-stades-francais-qui-ont-choisi-le-gobelet-reutilisable/>, Stand: 9. Februar 2022.

Les Echos (2020): Football : la Ligue 1 n’oublie pas l’écologie, v. 12.08.2020, URL: <https://www.lesechos.fr/partenaires/enedis-la-transition-connecte/football-la-ligue-1-noublie-pas-lecologie-1232041?fbclid=IwAR23LSGOJinf2gsDaP0PpdhXu4jJWEn6HCOhwb4h0kMsaB8vhgDMlpXw46E>, Stand: 9. Februar 2022.

Ligue de Football Professionnel (2012): Les critères de la licence club LFP, Paris.

Ligue de Football Professionnel (2018): Jouons la collectif - saison 2017/2018. État des lieux des actions sociétales et environnementales du football professionnel français, 2. Aufl., Paris.

Ligue de Football Professionnel (2019a): Jouons la collectif - 18/19. État des lieux des actions sociétales & environnementales du football professionnel français, 3. Aufl., Paris, Stand: 9. Februar 2022.

Ligue de Football Professionnel (2019b): Règlement Licence Club 2019/2020, Paris.

Ligue de Football Professionnel (2020a): Jouons la collectif 19/20. État des lieux des actions sociétales et environnementales du football professionnel français, 4. Aufl., Paris.

Ligue de Football Professionnel (2020b): Règlement championnat des pelouses BKT. Saison 2020/2021, Paris.

Ligue de Football Professionnel (2020c): Statuts et Règlements 20/21, Paris.

Ligue de Football Professionnel (2021): Jouons la collectif 20/21. État des lieux des actions sociétales et environnementales du football professionnel français, 5. Aufl., Paris.

Lin Hi, N. (2022): Definition: Greenwashing, URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/greenwashing-51592>, Stand: 11. Februar 2022.

Lin Hi, N./ Löttsch, M./ Doeblin, R. (2012): Corporate Social Responsibility. Die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung von A-Z, Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Nürnberg.

Ministère chargé des sports (2020): Charte des 15 engagements éco-responsables des établissements publics du ministère chargé des sports à horizon 2024, Paris.

Müller, C. (2019): Lizenzierungsverfahren und Finanzregulierung im Teamsport, in: Walzel, S./ Römisch, V. (Hrsg.): Teamsport Management. Eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung, Springer Gabler, Wiesbaden, S. 301–337.

myclimate Deutschland (2020): Zehn Klimaschutz-Fragen an die Fußballklubs der 1. Bundesliga, URL: <https://de.myclimate.org/de/informieren/news-presse/news/newsdetail/zehn-klimaschutz-fragen-an-die-fussballklubs-der-1-bundesliga-myclimate-veroeffentlicht-umfrage-ergebnis/>, Stand: 4. Februar 2022.

PETA Deutschland e.V. (2019): Bundesliga 2019: Das sind die vegan-freundlichsten Fußballstadien, URL: <https://www.peta.de/themen/bundesliga-2019-stadien-vegan/>, Stand: 4. Februar 2022.

Rebond (2022): FC Nantes x Rebond. L'histoire des jaunes et verts sur un ballon éthique, URL: <https://rebond-project.com/projet/fc-nantes/>, Stand: 7. Februar 2022.

Rieger, M. (2021): Fußball-Bundesliga - DFL plant verpflichtende Nachhaltigkeitsziele für Vereine, Deutschlandfunk v. 12.12.2021, URL: <https://www.deutschlandfunk.de/nachhaltigkeit-in-der-bundesliga-100.html>, Stand: 10. Februar 2022.

Schmidpeter, R. (2014): „Corporate Social Responsibility“ (CSR): Paradigmenwechsel in der Unternehmensführung!, in: Hildebrandt, A. (Hrsg.): CSR und Sportmanagement. Jenseits von Sieg und Niederlage: Sport als gesellschaftliche Aufgabe verstehen und umsetzen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 95–101.

Sieberg, U. (2009): Wie nachhaltig war die FIFA Fussball-WM 2006™? – Sportgroßveranstaltungen unter den Aspekten einer ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung als Frage der Gerechtigkeit, in: Bogusch, S./ Spellerberg, A./ Topp, H./ West, C. (Hrsg.): Organisation und Folgewirkung von Grossveranstaltungen. Interdisziplinäre Studien zur FIFA Fussball-WM 2006, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 173–189.

Smit, C. (2020): La pollution cachée du numérique, URL: <https://www.agirpourleclimat.net/la-pollution-cachee-du-numerique/>, Stand: 10. Februar 2022.

Sport Positive Leagues (2021): Bundesliga 2021 - Deutsch, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/bl-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.

Stadionwelt (2019): Besitz- und Betriebsverhältnisse: Stadien Bundesliga 2019/20, Brühl.

Stadionwelt (2022): Der CO₂-Fußabdruck von Hertha BSC, URL: <https://www.stadionwelt.de/news/22397/der-co2-fussabdruck-von-hertha-bsc>, Stand: 10. Februar 2022.

Toulemont, L.-A. (2020): Pourquoi les clubs de football sont-ils accusés de polluer l'environnement ?, URL: <https://www.radioclassique.fr/magazine/articles/pourquoi-les-clubs-de-football-sont-ils-accuses-de-polluer-lenvironnement/>, Stand: 10. Februar 2022.

Travers, M. (2018): ÉCOLOGIE : Bilan énergétique d'une finale de foot, URL: <https://www.90min.com/fr/posts/5973171-ecologie-bilan-energetique-d-une-finale-de-foot>, Stand: 10. Februar 2022.

VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021): Gemeinsam bewegen. Nachhaltigkeitsbericht des VfL Wolfsburg 2020, Wolfsburg.

Wallrodt, L. (2014): Nachhaltigkeit im Profifußball, in: Hildebrandt, A. (Hrsg.): CSR und Sportmanagement. Jenseits von Sieg und Niederlage: Sport als gesellschaftliche Aufgabe verstehen und umsetzen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 177–189.

Weltfussball (2021): Arminia Bielefeld rettet Großteil des Sponsoringumsatzes, URL: https://www.weltfussball.com/news/_n4659629_/arminia-bielefeld-rettet-grossteil-des-sponsoringumsatzes/, Stand: 1. Februar 2022.

Werheid, M./ Mühlen, M. (2019): Nachhaltiges Management im Fußball, in: Werheid, M./Mühlen, M. (Hrsg.): CSR und Fußball. Nachhaltiges Management als Wettbewerbsvorteil - Perspektiven, Potenziale und Herausforderungen, Springer Gabler, Berlin, Heidelberg, S. 29–38.

Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages (2004): Der aktuelle Begriff - Nachhaltigkeit, Berlin.

World Business Council for Sustainable Development, World Resources Institute (2004): The Greenhouse Gas Protocol. A Corporate Accounting and Reporting Standard, Washington DC.

World Commission on Environment and Development (1987): Our Common Future, Oxford University Press, Oxford.

Quellen - Anhang

1. 1. FC Heidenheim 1846 e.V. (2019): Umweltschonende Wärmeversorgung künftig in der Voith-Arena, URL: <https://www.fc-heidenheim.de/news/detailansicht/archiv/2019/april/fch/umweltschonende-waermeversorgung-kuenftig-in-der-voith-arena.html>, Stand: 3. Februar 2022.
2. 1. FC Heidenheim 1846 e.V. (2020): Neues Mehrwegbecher-Pfandsystem für Birausschank und Erweiterung des kulinarischen Angebots bei FCH Heimspielen, URL: <https://www.fc-heidenheim.de/news/detailansicht/archiv/2020/januar/fch/neues-mehrwegbecher-pfandsystem-fuer-birausschank-und-erweiterung-des-kulinarischen-angebots-bei-fch.html>, Stand: 3. Februar 2022.
3. 1. FC Heidenheim 1846 e.V. (2021): Der FCH wurde mit dem Bundespreis „Zu gut für die Tonne!“ ausgezeichnet, URL: <https://www.fc-heidenheim.de/news/detailansicht/archiv/2021/mai/fch/der-fch-wurde-mit-dem-bundespreis-zu-gut-fuer-die-tonne-ausgezeichnet.html>, Stand: 3. Februar 2022.
4. 1. FC Köln GmbH & Co. KGaA (2021): FC tritt Stiftung „Allianz für Entwicklung und Klima“ bei, URL: <https://fc.de/fc-info/news/detailseite/details/fc-tritt-stiftung-allianz-fuer-entwicklung-und-klima-bei/>, Stand: 1. Februar 2022.
5. 1. FC Köln GmbH & Co. KGaA (2022): Nachhaltigkeit beim 1. FC Köln, URL: <https://fc.de/fc-info/club/ueber-den-fc/nachhaltigkeit/>, Stand: 1. Februar 2022.
6. 1. FC Union Berlin (2021): Umwelt & Gesundheit, URL: <https://www.fc-union-berlin.de/de/engagement/umwelt-gesundheit/>, Stand: 31. Januar 2022.
7. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2021): 1:0 für die Nachhaltigkeit: FSV erhält erneut Energie-Zertifikat. Gemeinsam mit Partner Entega setzt Mainz 05 Arbeit im Bereich des nachhaltigen Energiemanagements fort, URL: <https://www.mainz05.de/news/10-fuer-die-nachhaltigkeit-fsv-erhaelt-erneut-energie-zertifikat/>, Stand: 1. Februar 2022.
8. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2021): Aktionen & Initiativen, URL: <https://www.mainz05.de/engagement/05er-klimaverteidiger/aktionen-initiativen/>, Stand: 1. Februar 2022.
9. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2021): Mission Klimaverteidiger. 05er für den Klimaschutz, URL: <https://www.mainz05.de/engagement/05er-klimaverteidiger/05er-fuer-den-klimaschutz/>, Stand: 1. Februar 2022.
10. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2021): Temporäre Nutzung von Einwegbechern in der MEWA ARENA. Vorhandene Restbestände werden aufgebraucht, URL: <https://www.mainz05.de/news/temporaere-nutzung-von-einwegbechern-in-der-mewa-arena/>, Stand: 1. Februar 2022.
11. 1. FSV Mainz 05 e.V. (2022): Klimaneutralität. 1. klimaneutraler Verein der Bundesliga, URL: <https://www.mainz05.de/engagement/05er-klimaverteidiger/klimaneutralitaet/>, Stand: 1. Februar 2022.

12. A.D. (2019): Le LOSC s'engage à réduire son impact sur l'environnement, France Football v. 14.06.2019, URL: <https://www.francefootball.fr/news/Le-losc-s-engage-a-reduire-son-impact-sur-l-environnement/1029980>, Stand: 7. Februar 2022.
13. A.D. (2021): Le PSG déploie des parkings à vélo surveillés pour ses supporters, L'Équipe v. 17.09.2021, URL: https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Le-psg-deploie-des-parkings-a-velo-surveilles-pour-ses-supporters/1286098?fbclid=IwAR23rm4KBYCTNpdi4VvTchHlyGUPDwg_nAmGL7dRSnSjz-J2atzWBoW6Sg4, Stand: 6. Februar 2022.
14. Allianz Arena München Stadion GmbH (2019): Aktualisierte Umwelterklärung Saison 2019/2020, München.
15. Allianz Riviera (2013): Dossier de Presse, Nice.
16. Allianz Riviera (2015): Développement durable, URL: <https://www.allianz-riviera.fr/fr/introduction/d%C3%A9veloppement-durable>, Stand: 6. Februar 2022.
17. Alte Försterei (2022): Stadion An der Alten Försterei. Nachhaltigkeit, URL: <https://www.altefoersterei.berlin/stadion-an-der-alten-foersterei/nachhaltigkeit>, Stand: 31. Januar 2022.
18. Amiens SC Football (2022): Covoiturage, URL: <http://www.amiensfootball.com/page/covoiturage-81>, Stand: 8. Februar 2022.
19. AS Monaco (2019): L'AS Monaco engagé pour la protection de l'environnement, URL: <https://www.asmonaco.com/las-monaco-engage-pour-la-protection-de-lenvironnement/>, Stand: 7. Februar 2022.
20. AS Monaco (2021): L'AS Monaco cultive son développement, URL: <https://www.asmonaco.com/las-monaco-cultive-son-developpement/>, Stand: 7. Februar 2022.
21. ASSE (2021): L'AS Saint-Étienne intensifie son action en faveur de l'environnement, URL: <https://www.asse.fr/fr/actualites/l-as-saint-etienne-intensifie-son-action-en-faveur-de-l-environnement--ac31162>, Stand: 8. Februar 2022.
22. Bauer-Babef, C. (2021): Le FC Metz mise sur une pelouse plus écolo, Euractiv v. 27.04.2021, URL: <https://www.euractiv.fr/section/soci-t/news/au-fc-metz-pari-reussi-pour-une-pelouse-ecolo/>, Stand: 7. Februar 2022.
23. Bayer 04 Leverkusen Fussball GmbH (2018): Bayer 04 stellt seinen ersten CSR-Bericht vor, URL: https://www.bayer04.de/de-de/news/soziales-engagement/bayer-04-stellt-seinen-ersten-csr-bericht-vor#gen_ContentSection1, Stand: 31. Januar 2022.
24. Bayer 04 Leverkusen Fussball GmbH (2020): Nachhaltigkeit: Bayer 04 erreicht „Silber“-Status, URL: https://www.bayer04.de/de-de/news/bayer04/nachhaltigkeit-bayer-04-erreicht-silber-status#gen_ContentSection1, Stand: 31. Januar 2022.

25. Bayer 04 Leverkusen Fussball GmbH (2021): Ein neues Hybridrasen-System für die BayArena, URL: https://www.bayer04.de/de-de/news/bayer04/ein-neues-hybridrasen-system-fuer-die-bayarena#gen_ContentSection1, Stand: 31. Januar 2022.
26. Bayer 04 Leverkusen Fussball GmbH (2021): iLOQ: Neuer Partner für Bayer 04 – neues Schließsystem für die BayArena, URL: <https://www.bayer04.de/de-de/news/business/iloq-neuer-partner-fuer-bayer-04-neues-schliesssystem-fuer-die-bayarena>, Stand: 31. Januar 2022.
27. Bianchi, S. (2019): Le PSG vise l'excellence environnementale pour son futur centre d'entraînement, Le Parisien v. 11.09.2019, URL: <https://www.leparisien.fr/sports/football/le-psg-vise-l-excellence-environnementale-pour-son-futur-centre-d-entrainement-11-09-2019-8149626.php>, Stand: 6. Februar 2022.
28. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019): Die Rügenwalder Mühle ist Partner von Borussia Dortmund, URL: <https://www.bvb.de/Partner-Hospitality/News/Die-Ruegenwalder-Muehle-ist-Partner-von-Borussia-Dortmund>, Stand: 31. Januar 2022.
29. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2019): Freude und Ansporn: Gemeinsam noch besser werden. Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2018/2019, Dortmund.
30. Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (2021): Borussia verbindet. Borussia packt an. Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2020/2021, Dortmund.
31. Borussia Mönchengladbach (2022): Umwelt und Ressourcen, URL: <https://www.borussia.de/de/verein/fohlenverantwortung/umwelt-und-ressourcen>, Stand: 1. Februar 2022.
32. Bresson, V. (2020): Le football français a encore des buts à se fixer en matière d'écologie, Slate v. 07.08.2020, URL: <http://www.slate.fr/story/193506/football-francais-se-verdira-t-il-un-jour-ecologie-environnement-ligue-1>, Stand: 10. Februar 2022.
33. Business Partner PBS (2021): Verkaufsargument Klimaneutralität: 1. FSV Mainz 05 setzt auf Kyocera, v. 05.03.2021, URL: <https://www.pbs-business.de/news/lieferanten/05-03-2021-1-fsv-mainz-05-setzt-auf-kyocera/>, Stand: 1. Februar 2022.
34. Calabruso, S./ Havel, L./ Hecker, A. (2020): CSR-Report von Fortuna Düsseldorf für die Saison 2019/20, Fortuna Düsseldorf 1895 e.V., Düsseldorf.
35. Calo, N./ Pepin, S. (2020): Rapport d'activité RSE, FC Girondins de Bordeaux, Bordeaux.
36. Cazenave, A. (2019): Amiens, club de foot écoresponsable, France Inter v. 26.11.2019, URL: <https://www.franceinter.fr/emissions/esprit-sport/esprit-sport-26-novembre-2019>, Stand: 8. Februar 2022.
37. Chabas, G. (2020): L'OL prend le virage écologique, URL: <https://www.olympique-et-lyonnais.com/lol-prend-le-virage-ecologique,207111.html>, Stand: 7. Februar 2022.

38. Chamois Niortais Football Club (2021): Comment venir au stade dans les meilleures conditions ?, URL: <https://www.chamoisniortais.fr/actualites/2021/08/17/comment-venir-au-stade-dans-les-meilleures-conditions/>, Stand: 8. Februar 2022.
39. cum ratione gemeinnützige GmbH (2021): Die Vereine im Ranking 2021 - So fair sind ihre Shops!, Paderborn.
40. Danjon, A. (2020): L'écologie, une occasion à saisir pour les clubs français, L'Équipe v. 05.06.2020, URL: <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/L-ecologie-une-occasion-a-saisir-pour-les-clubs-francais/1140512>, Stand: 9. Februar 2022.
41. Danjou, A. (2020): 5 idées éco-responsables à destination des fans, URL: <https://fanstriker.com/5-idees-eco-responsables-stades/>, Stand: 9. Februar 2022.
42. Decker, J. (2021): Freiburgs neues Stadion soll rechnerisch klimaneutral werden. Mit Solaranlage und Fernwärme, Kicker v. 14.06.2021, URL: <https://www.kicker.de/freiburgs-neues-stadion-soll-rechnerisch-klimaneutral-werden-807376/artikel>, Stand: 31. Januar 2022.
43. Delmas, A. (2020): « Au FC Lorient, nous devons être un exemple de bonnes pratiques », Ecolosport v. 27.11.2020, URL: https://ecolosport.fr/blog/2020/11/27/fc-lorient-ecologie-exemple-bonnes-pratiques/?fbclid=IwAR00kQce99SwvMnrBHhCWm57KtTKC6fQRrYrPU_KqSLhk_i--3z8jmq4bM, Stand: 7. Februar 2022.
44. Deutsche Fußball Liga (2021): Finanzkennzahlen: Clubs der 2. Bundesliga in der Saison 2020-21. Geschäftsjahresende 2019, Frankfurt am Main.
45. Deutsche Fußball Liga (2021): Finanzkennzahlen: Clubs der 2. Bundesliga in der Saison 2021-22. Geschäftsjahresende 2020, Frankfurt am Main.
46. Deutsche Fußball Liga (2021): Finanzkennzahlen: Clubs der Bundesliga in der Saison 2020-21. Geschäftsjahresende 2019, Frankfurt am Main.
47. Deutsche Fußball Liga (2021): Finanzkennzahlen: Clubs der Bundesliga in der Saison 2021-22. Geschäftsjahresende 2020, Frankfurt am Main.
48. Deutsche Umwelthilfe e.V. (2020): Getränkebecher in deutschen Fußballstadien Saison 2019/20, Radolfzell.
49. DIE LIGA - Fußballverband e.V. (2013): Bundesliga Umwelt-Report. Die ökologischen Aktivitäten der Clubs, Frankfurt am Main.
50. Donaukurier (2021): So nachhaltig ist der deutsche Profifußball, v. 28.03.2021, URL: <https://www.donaukurier.de/nachrichten/wirtschaft/So-nachhaltig-ist-der-deutsche-Profifussball;art154664,4754979>, Stand: 4. Februar 2022.
51. Doyelle, V. (2020): L'OM s'associe à la fondation Relais Vert en faveur de l'alimentation durable, La Provence v. 16.10.2020, URL: <https://www.laprovence.com/article/economie/6148753/lom-sassocie-a-la-fondation-relais-vert-en-faveur-de-lalimentation-durable.html>, Stand: 6. Februar 2022.

- 52.** DSC Arminia Bielefeld GmbH & Co. KGaA (2022): Verantwortung. Umwelt, URL: <https://www.arminia.de/der-dsc/verantwortung/umwelt>, Stand: 1. Februar 2022.
- 53.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2016): Fanshop führt umweltfreundliche und vielseitige Tragetaschen ein. Plastik pfui, Bio hui!, URL: <https://www.f95.de/aktuell/news/verein/detail/19410-fanshop-fuehrt-umweltfreundliche-und-vielseitige-tragetaschen-ein/3cff6c78a5be0a04b2f0723144b23c9d/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 54.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2020): Fortuna bietet digitales Ticketing in vereinseigener App an. Innovatives Ticketing ab sofort umweltschonend und kontaktlos, URL: <https://www.f95.de/aktuell/news/verein/detail/26218-fortuna-bietet-digitales-ticketing-in-vereinseigener-app-an/e2ec42dca2c5f44956e2eb4cd5f57de5/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 55.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2020): Fortuna setzt auf nachhaltige Gutscheine. Die neu-designte Karte ist biologisch abbaubar, URL: <https://www.f95.de/aktuell/news/verein/detail/25903-fortuna-setzt-auf-nachhaltige-gutscheine/fb2b7d4f1f51ccb967db515b22abde18/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 56.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2020): Nachhaltigkeit. Projekte & Partner, URL: <https://www.f95.de/verein/struktur/nachhaltigkeit/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 57.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2021): Fortuna präsentiert Trikots für die Saison 2021/22. Adidas und 11teamsports rüsten F95 aus - Jerseys zu 100% aus recyceltem Material, URL: <https://www.f95.de/aktuell/news/profis/detail/27496-fortuna-praesentiert-trikots-fuer-die-saison-2021-22/22d9e29664301b3f28d508303ee392ce/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 58.** Düsseldorfer Turn- und Sportverein Fortuna 1895 e.V. (2021): Fortuna unterzeichnet „Sports for Climate Action“ der Vereinten Nationen. Offener Brief des Vorstands, URL: <https://www.f95.de/aktuell/news/verein/detail/26775-fortuna-unterzeichnet-sports-for-climate-action-der-vereinten-nationen/e2b75f93b6ad1fa485418b314a85f7f1/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 59.** Eintracht Frankfurt (2020): Tiefgreifende Partnerschaft, URL: <https://klub.eintracht.de/news/tiefgreifende-partnerschaft-127550>, Stand: 1. Februar 2022.
- 60.** Eintracht Frankfurt (2021): Adlertracht im Zeichen der Nachhaltigkeit, URL: <https://fans.eintracht.de/news/adlertracht-im-zeichen-der-nachhaltigkeit-137810>, Stand: 1. Februar 2022.
- 61.** Eintracht Frankfurt (2021): Das neue Auswärts- und Ausweichtrikot. Eintracht Frankfurt und Nike stellen das neue Auswärts- und Ausweichtrikot für die Saison 2021/22 vor, URL: <https://klub.eintracht.de/news/das-neue-auswaerts-und-ausweichtrikot-133935>, Stand: 1. Februar 2022.

- 62.** Eintracht Frankfurt (2021): Das neue Heimtrikot der Eintracht. Eintracht Frankfurt und Nike stellen das neue Heimtrikot für die Saison 2021/22 vor, URL: <https://klub.eintracht.de/news/das-neue-heimtrikot-der-eintracht-133687>, Stand: 1. Februar 2022.
- 63.** Eintracht Frankfurt (2021): Eintracht Frankfurt und Hyundai bekennen sich zu E-Mobilität, URL: <https://klub.eintracht.de/news/eintracht-frankfurt-und-hyundai-bekennen-sich-zu-e-mobilitaet-134374>, Stand: 1. Februar 2022.
- 64.** Eintracht Frankfurt (2021): Eintracht überzeugt in Nachhaltigkeitsstudie, URL: <https://klub.eintracht.de/news/eintracht-ueberzeugt-in-nachhaltigkeitsstudie-133125>, Stand: 1. Februar 2022.
- 65.** Eintracht Frankfurt (2021): Nachhaltiges Merchandising bei Eintracht Frankfurt, URL: <https://klub.eintracht.de/news/nachhaltiges-merchandising-bei-eintracht-frankfurt-138214>, Stand: 1. Februar 2022.
- 66.** Eintracht Frankfurt (2021): ROSE Bikes ist neuer Co-Partner von Eintracht Frankfurt, URL: <https://klub.eintracht.de/news/rose-bikes-ist-neuer-co-partner-von-eintracht-frankfurt-136475>, Stand: 1. Februar 2022.
- 67.** Eintracht Frankfurt (2022): Der Deutsche Bank Park. Daten und Fakten, URL: <https://www.deutschebankpark.de/der-dbp/daten-und-fakten/>, Stand: 1. Februar 2022.
- 68.** En Avant Guingamp (2016): Des Gobelets EAG au Roudourou, URL: <https://www.eaguingamp.com/des-gobelets-eag-au-roudourou/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 69.** En Avant Guingamp (2018): Le tri sélectif lancé au Roudourou cette saison !, URL: <https://www.eaguingamp.com/le-tri-selectif-lance-au-roudourou-cette-saison/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 70.** Erzgebirge Aue (2021): Grüner Strom direkt vom Dach des Erzgebirgsstadions, URL: <https://www.fc-erzgebirge.de/aktuelles/v/a/gruener-strom-direkt-vom-dach-des-erzgebirgsstadions/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 71.** Eurosport (2021): Bundesliga: Neues Heimtrikot von Arminia Bielefeld aus recycelten PET-Flaschen, v. 25.06.2021, URL: https://www.eurosport.de/fussball/bundesliga/2020-2021/arminia-bielefeld-trikot-aus-recycelten-pet-flaschen-bundesliga_sto8388749/story.shtml, Stand: 1. Februar 2022.
- 72.** Evan Grenier-Boley (2021): Interview, Anhang 33.
- 73.** Faure, A. (2019): Ecologie : le stade de Lyon se met au vert, Le Parisien v. 11.09.2019, URL: <https://www.leparisien.fr/environnement/ecologie-le-stade-de-lyon-se-met-au-vert-11-09-2019-8149578.php>, Stand: 7. Februar 2022.
- 74.** FC Augsburg 1907 GmbH & Co. KGaA (2022): Energieversorgung, URL: <https://www.fcaugsburg.de/page/stadion-energieversorgung-74>, Stand: 2. Februar 2022.

- 75.** FC Bayern München AG (2011): Allianz Arena beteiligt sich an der Aktion „Umweltpakt Bayern“, URL: <https://allianz-arena.com/de/news/2011/09/allianz-arena-beteiligt-sich-an-der-aktion-umweltpakt-bayern>, Stand: 31. Januar 2022.
- 76.** FC Bayern München AG (2015): Allianz Arena und FC Bayern Mitglied der Klima-Allianz, URL: <https://allianz-arena.com/de/news/2015/11/allianz-arena-und-fc-bayern-mitglied-der-klima-allianz>, Stand: 31. Januar 2022.
- 77.** FC Bayern München AG (2017): Der FC Bayern stellt von Sommer 2018 an bei Heimspielen auf Mehrwegbecher um. Presseerklärung, URL: <https://fcbayern.com/de/news/2017/11/pressemitteilung-der-fc-bayern-stellt-von-sommer-2018-an-bei-heimspielen-auf-mehrwegbecher-um>, Stand: 31. Januar 2022.
- 78.** FC Bayern München AG (2018): Das Champions-League-Trikot des FC Bayern ist aus recyceltem Kunststoff. Innovativ und umweltschonend, URL: <https://fcbayern.com/de/news/2018/08/das-neue-cl-trikot-des-fc-bayern-2018-19>, Stand: 31. Januar 2022.
- 79.** FC Bayern München AG (2020): Bau von 38 Ladepunkten: Audi und FC Bayern setzen auf Nachhaltigkeit. Elektrifizierung an der Säbener, URL: <https://fcbayern.com/de/news/2020/07/bau-von-38-ladepunkten-audi-und-fc-bayern-setzen-auf-nachhaltigkeit>, Stand: 31. Januar 2022.
- 80.** FC Bayern München AG (2022): FC Bayern stellt auf digitale Tickets um, URL: <https://fcbayern.com/de/news/ticketing/2021/fc-bayern-stellt-auf-digitale-tickets-um>, Stand: 31. Januar 2022.
- 81.** FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. (2020): Happy Birthday: Nachhaltige Geburtstagsgrüße des S04, URL: <https://schalke04.de/mitglieder/nachhaltige-geburtstagsgruesse/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 82.** FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. (2021): „Schalke gleicht aus!“: S04 reist umweltneutral zu Auswärtsspielen, URL: <https://schalke04.de/inside/schalke-gleicht-aus-s04-heimaterbe/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 83.** FC Gelsenkirchen-Schalke e.V. (2022): Nachhaltigkeit, URL: <https://veltins-arena.de/business/catering/nachhaltigkeit/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 84.** FC Ingolstadt 04 Fussball GmbH (2019): Für die Umwelt: Stiftl und FCI stellen auf Mehrwegbecher um, URL: <https://www.fcingolstadt.de/news/9452-fuer-die-umwelt-stiftl-und-fci-stellen-auf-mehrwegbecher-um/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 85.** FC Lorient (2016): Espace FCL : Pose de la première pierre dimanche 29 mai., URL: <https://fclweb.fr/espace-fcl-pose-de-la-premiere-pierre-dimanche-29-mai/>, Stand: 7. Februar 2022.
- 86.** FC Lorient (2016): Le FC Lorient, club solidaire et citoyen, URL: <https://fclweb.fr/le-fc-lorient-club-solidaire-et-citoyen/>, Stand: 7. Februar 2022.
- 87.** FC Lorient (2021): BMW Latitude Automobiles, Partenaire Officiel, prolonge jusqu'en 2023, URL: <https://fclweb.fr/bmw-latitude-automobiles-partenaire-officiel-prolonge-jusqu'en-2023/>, Stand: 7. Februar 2022.

- 88.** FC Lorient (2021): KarrGreen, Partenaire Officiel du FC Lorient pour une saison, URL: <https://fclweb.fr/karrgreen-partenaire-officiel-du-fc-lorient-pour-une-saison/>, Stand: 7. Februar 2022.
- 89.** FC Nantes (2014): "Une démarche collective et gagnante pour tous". Ecocup, URL: <https://www.fc Nantes.com/articles/article2809.php?num=10114>, Stand: 7. Februar 2022.
- 90.** FC Nantes (2021): Faites "Le Beau Geste" ! Fondation, URL: <https://www.fc Nantes.com/articles/article2809.php?num=36890>, Stand: 7. Februar 2022.
- 91.** FC PlayFair! Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e.V. (2021): Situationsanalyse Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball 2021, Böblingen.
- 92.** FC St. Pauli (2020): DIY - Alles muss man selber machen!, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/der-fc-st-pauli-geht-mit-eigener-teamsport-kollektion-in-die-saison-2021-22/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 93.** FC St. Pauli (2020): Vorreiter für Nachhaltigkeit im Profisport, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/fc-st-pauli-bei-nachhaltigkeits-zertifizierung-mit-bronze-ausgezeichnet/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 94.** FC St. Pauli (2021): Der FC St. Pauli und LichtBlick bauen Partnerschaft aus - Gemeinsam für gutes Kiezklima, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/der-fc-st-pauli-und-lichtblick-bauen-partnerschaft-aus/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 95.** FC St. Pauli (2021): DIY – Ultra Fair Sportswear – das ist die komplette Trainingskollektion!, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/diy-ultra-fair-sportswear-das-ist-die-komplette-trainingskollektion/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 96.** FC St. Pauli (2021): Followfood steigt beim FC St. Pauli als Ernährungs-Partner in der Kategorie "Kiezkönig" ein, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/followfood-steigt-beim-fc-st-pauli-als-ernahrungs-partner-in-der-kategorie-kiezkonig-ein/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 97.** FC St. Pauli (2021): Gemeinsam erreichen wir nichts: Unser Weg in die Klimaneutralität mit LichtBlick, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/gemeinsam-erreichen-wir-nichts-unser-weg-in-die-klimaneutralitat-mit-lichtblick/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 98.** FC St. Pauli (2021): Nachhaltigkeits-Label für den Fanshop, URL: <https://www.fcstpauli.com/news/fcsp-sustainable-product-label-fur-den-fanshop/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 99.** Ferrisi, M. (2021): Avec StadiumGO, le retour des fans au stade se fait en covoiturage, Ecolosport v. 13.08.2021, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2021/08/13/avec-stadiumgo-retour-des-fans-au-stade-se-fait-en-covoiturage/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 100.** Ferrisi, M. (2021): Cécilia Barontini (OM) : “Notre stratégie RSE est basée sur le bien-être”, Ecolosport v. 08.09.2021, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2021/09/08/cecilia-barontini-om-notre-strategie-rse-est-basee-sur-le-bien-etre/>, Stand: 6. Februar 2022.

- 101.** Ferrisi, M. (2021): L'OM appelle ses supporters à rejoindre son achat groupé d'énergie verte !, Ecolosport v. 18.01.2021, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2021/01/18/om-appelle-ses-supporters-a-rejoindre-son-achat-groupe-denergie-verte/>, Stand: 6. Februar 2022.
- 102.** Ferrisi, M. (2021): Le Havre AC s'engage avec Fair Play For Planet, Ecolosport v. 17.08.2021, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2021/08/17/le-havre-ac-sengage-avec-fair-play-for-planet/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 103.** Ferrisi, M. (2022): Amiens SC développe sa solution de covoiturage avec Mobicoop, Ecolosport v. 13.01.2022, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2022/01/13/amiens-sc-developpe-sa-solution-covoiturage-avec-mobicoop/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 104.** Filière 3e (2016): ALLIANZ RIVIERA Nice, un stade respectueux de l'environnement, URL: <https://www.filiere-3e.fr/2016/06/20/allianz-riviera-nice-stade-respectueux-de-lenvironnement/>, Stand: 6. Februar 2022.
- 105.** Fleurance, T. (2020): Le FC Metz sur le terrain de l'écologie !, Ecolosport v. 20.10.2020, URL: <https://ecolosport.fr/blog/2020/10/20/fc-metz-sur-le-terrain-de-l-ecologie/?fbclid=IwAR2hyl3T05fUsDM6H7g9tHsIYOKT33Wmh0xGNZX-A230Z4fpCqUGJMIQqEU>, Stand: 7. Februar 2022.
- 106.** Florian Holzbrecher (2021): Interview, Anhang 24.
- 107.** Forum nachhaltig wirtschaften (2020): 1:0 für die Umwelt: VfL installiert Trinkwassersystem. Der VfL Bochum 1848 hat eine Partnerschaft mit water at work geschlossen, URL: <https://www.forum-csr.net/News/14331/10-fuer-die-Umwelt-VfL-installiert-Trinkwassersystem.html>, Stand: 1. Februar 2022.
- 108.** Forum nachhaltig wirtschaften (2021): 05ER Klimaverteidiger-Woche - Ökologisches Engagement als Selbstverpflichtung. Zehn Jahre Klimaneutralität: Mainz 05 feiert im Oktober 2020 sein Klimaverteidiger-Jubiläum!, URL: <https://www.forum-csr.net/News/15227/05ER-Klimaverteidiger-Woche-%E2%80%93-Oekologisches-Engagement-als-Selbstverpflichtung.html>, Stand: 1. Februar 2022.
- 109.** Fritsch, K. (2020): Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung 2020, 1. FC Nürnberg e.V., Nürnberg.
- 110.** Fritsch, K./ Koller, T. (2021): Bericht zur Gesellschaftlichen Verantwortung 2021, 1. FC Nürnberg e.V., Nürnberg.
- 111.** Göge, J. (2019): Mainz for Future, 11Freunde v. 20.09.2019, URL: <https://11freunde.de/artikel/mainz-for-future/561876>, Stand: 1. Februar 2022.
- 112.** GREENCUP (2022): ASSE. Un joli souvenir pour tous les supporters de Saint-Etienne !, URL: <https://gobeletsgreencup.fr/references/asse/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 113.** GREENCUP (2022): Clermont Foot. Pour un stade propre avec les gobelets réutilisables !, URL: <https://gobeletsgreencup.fr/references/clermont-foot/>, Stand: 7. Februar 2022.

- 114.** Grenoble Alpes Métropole (2022): Stade des Alpes, URL: <https://www.grenoblealpesmetropole.fr/76-stade-des-alpes.htm>, Stand: 9. Februar 2022.
- 115.** Grenoble Foot 38 (2017): Collecte de bouchons : Une action éducative initiée par nos U15F, URL: <https://www.gf38.fr/collecte-de-bouchons-une-action-educative-initiee-par-nos-u15f/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 116.** Hannover 96 (2020): Mit 96plus noch etwas grüner: Projekt #HannoVerde stärkt Ökologie und Nachhaltigkeit, URL: <https://www.hannover96.de/aktuelles/der-spieltag/details/28244-mit-96plus-noch-etwas-gruener-projekt-hannoverde-staerkt-oekologie-und-nachhaltigkeit.html>, Stand: 3. Februar 2022.
- 117.** Hannover City News (2021): 96 präsentiert die neuen Trikotkollektion, URL: <https://hannover.citynews-online.de/marktplatz/vereins-nachrichten/96-praesentiert-die-neuen-trikotkollektion/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 118.** Havre Athletic Club (2021): Le HAC et STADIUM GO valorisent le co-voiturage, URL: <http://www.hac-foot.com/actualite/le-hac-et-stadium-go-valorisent-le-co-voiturage.html>, Stand: 8. Februar 2022.
- 119.** heiler GmbH & Co. KG (2020): Bayer 04 Leverkusen nutzt die Länderspielpause – nachhaltiger Hybridrasen für die BayArena, URL: <https://www.heiler-sport.de/de/artikel-presse/sporthybrid-turf-bayer-leverkusen.html>, Stand: 31. Januar 2022.
- 120.** HSV (2022): Corporate Responsibility: Arbeitswelt, URL: <https://www.hsv.de/unser-hsv/nachhaltigkeit/arbeitswelt>, Stand: 3. Februar 2022.
- 121.** HSV (2022): Corporate Responsibility: Umwelt, URL: <https://www.hsv.de/unser-hsv/nachhaltigkeit/umwelt>, Stand: 3. Februar 2022.
- 122.** Jahnstadion Regensburg (2022): Jahnstadion Regensburg. treffsicher Tagen und Feiern, URL: <https://www.jahnstadion-regensburg.de/jahnstadion-regensburg/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 123.** Jay (2021): Les nouveaux maillots du Nîmes Olympique pour la saison 2021-2022, URL: <https://www.foot-inside.fr/les-nouveaux-maillots-du-nimes-olympique-pour-la-saison-2021-2022/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 124.** Karlsruher SC (2021): Zum Wohle des Klimas: KSC setzt auf Ökostrom, URL: <https://www.ksc.de/club/allgemein/news/show/article/zum-wohle-des-klimas-ksc-setzt-auf-oekostrom/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 125.** Karlsruher SC (2022): Umwelt, URL: <https://www.ksc.de/ksc-tut-gut/umwelt/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 126.** Karlsruher SC GmbH & Co. KGaA (2021): Vielfalt. Bildung. Umwelt. KSC tut gut., Karlsruhe.
- 127.** Kerboua, N. (2022): L'OM lance sa ligne de vêtements « Made in Marseille » avec Puma et l'atelier Fil Rouge, URL: <https://madeinmarseille.net/104259-lom-lance-sa-ligne-de-vetements-made-in-marseille-avec-puma-et-latelier-fil-rouge/>, Stand: 6. Februar 2022.

- 128.** Keuter, P./ Wachholz, K./ Bertram, L./ Hentschel-Boese, T./ Hanisch, L. (2021): Mehr als Fußball. Hertha BSC. Sozial. Engagiert. 2021, Hertha BSC, Berlin.
- 129.** Landeshauptstadt Stuttgart (2022): Nachhaltigkeit beim VfB Stuttgart, URL: <https://www.stuttgart.de/service/newsletter/klimaschutz/nachhaltigkeit-beim-vfb-stuttgart.php>, Stand: 2. Februar 2022.
- 130.** Le Monde (2014): Quand les stades deviennent green. La Coupe du monde au Brésil est marquée du sceau du développement durable, v. 03.07.2014, URL: https://www.lemonde.fr/festival/article/2014/07/03/quand-les-stades-deviennent-green_4450531_4415198.html, Stand: 9. Februar 2022.
- 131.** Le Republicain Lorrain (2019): Le FC Metz est-il éco-responsable ?, v. 28.11.2019, URL: <https://www.republicain-lorrain.fr/sport/2019/11/28/le-fc-metz-est-il-eco-responsable>, Stand: 7. Februar 2022.
- 132.** L'Echo de la Baie (2021): Le nouveau stade du FC Metz équipé de menuiseries VD-Industry, v. 19.11.2021, URL: <https://www.lechodelabaie.fr/actualites/le-nouveau-stade-du-fc-metz-equipe-de-menuiseries-vd-industry/>, Stand: 7. Februar 2022.
- 133.** Leclercq, P.-A. (2020): L'Amiens SC veut devenir le premier club de foot français "zéro déchet", France 3 Hauts-de-France v. 11.06.2020, URL: <https://france3-regions.francetvinfo.fr/hauts-de-france/somme/amiens/amiens-sc-veut-devenir-premier-club-foot-francais-zero-dechet-1764305.html>, Stand: 8. Februar 2022.
- 134.** Lepauw, L. (2020): Ces 15 stades français qui ont choisi le gobelet réutilisable, URL: <https://ecocup.com/fr/ces-stades-francais-qui-ont-choisi-le-gobelet-reutilisable/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 135.** L'Équipe (2018): Le stade Vélodrome, premier stade français certifié ISO 20121, v. 30.01.2018, URL: <https://www.lequipe.fr/Football/Actualites/Le-stade-velodrome-premier-stade-francais-certifie-iso-20121/871431>, Stand: 6. Februar 2022.
- 136.** Les Echos (2020): Football : la Ligue 1 n'oublie pas l'écologie, v. 12.08.2020, URL: <https://www.lesechos.fr/partenaires/enedis-la-transition-connecte/football-la-ligue-1-noublie-pas-lecologie-1232041?fbclid=IwAR23LSGOJinf2gsDaP0PpdhXu4jJWEn6HCOhwb4h0kMsaB8vhgDMIpXw46E>, Stand: 9. Februar 2022.
- 137.** Letemple-Dabas, H. (2021): Football : le club du Havre s'engage à réduire son impact environnemental, URL: <https://www.linfodurable.fr/environnement/football-le-havre-sengage-dans-le-developpement-durable-28231>, Stand: 8. Februar 2022.
- 138.** Ligue de Football Professionnel (2018): Jouons la collectif - saison 2017/2018. État des lieux des actions sociétales et environnementales du football professionnel français, 2. Aufl., Paris.
- 139.** Ligue de Football Professionnel (2019): Jouons la collectif - 18/19. État des lieux des actions sociétales & environnementales du football professionnel français, 3. Aufl., Paris, Stand: 9. Februar 2022.

- 140.** Ligue de Football Professionnel (2020): Comptes individuels des clubs - Saison 2018/2019. Rapport financier du football professionnel français, Paris.
- 141.** Ligue de Football Professionnel (2020): Jouons la collectif: Les clubs s'engagent - Septembre 2020, URL: <https://www.lfp.fr/Articles/JOUONS-LA-COLLECTIF/2020/09/21/jouons-la-collectif-les-clubs-s-engagent-septembre-2020>, Stand: 9. Februar 2022.
- 142.** Ligue de Football Professionnel (2021): Comptes individuels des clubs. Saison 2019/2020, Paris.
- 143.** Ligue de Football Professionnel (2021): Jouons la collectif: Les clubs s'engagent - Mai 2021, URL: <https://www.lfp.fr/Articles/JOUONS-LA-COLLECTIF/2021/05/19/jouons-la-collectif-mai-2021>, Stand: 9. Februar 2022.
- 144.** Ligue de Football Professionnel (2022): Jouons la collectif: Les clubs s'engagent - Janvier 2022, URL: <https://www.lfp.fr/Articles/JOUONS-LA-COLLECTIF/2022/01/26/jouons-la-collectif-les-clubs-s-engagent-janvier-2022>, Stand: 9. Februar 2022.
- 145.** LOSC Lille (2020): Le LOSC, premier club français à rejoindre l'initiative Climate Neutral Now de l'ONU, URL: <https://www.losc.fr/actualites-foot-lille/%E2%80%8Ble-losc-premier-club-fran%C3%A7ais-%C3%A0-rejoindre-l%E2%80%99initiative-climate-neutral-now-de>, Stand: 7. Februar 2022.
- 146.** LOSC Lille (2021): Abonnements 21-22 : Tout savoir sur l'utilisation de vos e-billets, URL: <https://www.losc.fr/actualites-foot-lille/abonnements-21-22-tout-savoir-sur-l%E2%80%99utilisation-de-vos-e-billets>, Stand: 7. Februar 2022.
- 147.** LOSC Lille (2021): LOSC x Rebond x Kylab : un ballon éthique et collector, URL: <https://www.losc.fr/node/108694>, Stand: 7. Februar 2022.
- 148.** Maurice (2020): Klimaschutz und der FC Bayern – Teil Zwei, URL: <https://miasanrot.de/klimaschutz-fc-bayern-interview-muth/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 149.** Mucret, L. (2020): PUMA devient l'équipementier de l'AS Nancy Lorraine, Sportmag v. 17.07.2020, URL: <https://www.sportmag.fr/puma-devient-lequipementier-de-las-nancy-lorraine/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 150.** myclimate Deutschland (2020): Zehn Klimaschutz-Fragen an die Fußballklubs der 1. Bundesliga, URL: <https://de.myclimate.org/de/informieren/news-presse/news/newsdetail/zehn-klimaschutz-fragen-an-die-fussballklubs-der-1-bundesliga-myclimate-veroeffentlicht-umfrage-ergebnis/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 151.** Oelsner, G./ Werner, T. (2014): Fußball und Nachhaltigkeit. Aktivitäten und über 100 Aktionsbeispiele aus der Praxis, LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg, Karlsruhe.
- 152.** OL Groupe (2021): L'heure de se retrouver 2020/2021. Document d'enregistrement universel, Lyon.
- 153.** Olympiastadion Berlin GmbH (2022): Nachhaltigkeit im Olympiastadion Berlin. Leitlinien und Nachhaltigkeitsmanagementplan, URL: <https://olympiastadion.berlin/de/nachhaltigkeit/>, Stand: 1. Februar 2022.

- 154.** Olympique Lyonnais (2018): Club : l'Olympique Lyonnais signe en faveur du Développement Durable !, URL: <https://www.ol.fr/fr-fr/contenus/articles/2018/06/11/club-lolympique-lyonnais-signe-en-faveur-du-developpement-durable-35348>, Stand: 7. Februar 2022.
- 155.** Olympique Lyonnais (2020): L'Olympique Lyonnais s'engage avec Veolia pour définir la stratégie carbone du club et annonce la sortie d'un T-shirt Training 100% recyclé, URL: <https://www.ol.fr/fr-fr/contenus/articles/2020/06/04/l-olympique-lyonnais-s-engage-avec-veolia-pour-definir-la-strategie-carbone-du-club>, Stand: 7. Februar 2022.
- 156.** Olympique Lyonnais (2021): L'engagement écoresponsable de l'OL récompensé par le label Fair Play For Planet, URL: <https://www.ol.fr/fr-fr/contenus/articles/2021/05/17/lengagement-ecoresponsable-de-lol-recompense-par-le-label-fair-play-for-planet>, Stand: 7. Februar 2022.
- 157.** Olympique Lyonnais (2021): Reservoir Sun, ENGIE et OL Groupe s'associent pour solariser le projet OL Vallée, URL: <https://www.ol.fr/fr-fr/contenus/articles/2021/01/08/reservoir-sun-engie-et-ol-groupe-s-associent-pour-solariser-le-projet-ol-vallee>, Stand: 7. Februar 2022.
- 158.** Paris Saint-Germain (2019): Le Paris Saint-Germain et Gaussin signent une alliance stratégique, URL: <https://www.psg.fr/equipes/the-club/content/le-paris-saint-germain-et-gaussin-signent-une-alliance-strategique>, Stand: 6. Februar 2022.
- 159.** Paris Saint-Germain (2021): Le Paris Saint-Germain s'engage avec l'ONU pour l'écologie, URL: <https://www.psg.fr/equipes/the-club/content/le-paris-saint-germain-sengage-avec-lonu-pour-lecologie-psg-club>, Stand: 6. Februar 2022.
- 160.** Podewils, K. (2021): FC Augsburg präsentiert Nachhaltigkeitsstrategie, URL: <https://beyond-the-match.com/fc-augsburg-praesentiert-nachhaltigkeits-strategie/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 161.** Pomé, E. (2013): Le football français face au défi de la transition énergétique, URL: <https://www.energystream-wavestone.com/2013/10/football-francais-face-au-defi-transition-energetique/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 162.** PSG Training Center (2022): Environnement et qualité, URL: <https://trainingcenter.psg.fr/environnement-et-qualite/#exigence>, Stand: 6. Februar 2022.
- 163.** QRM (2021): Collecte de bouchons, URL: <https://qrm.fr/collecte-de-bouchons/>, Stand: 8. Februar 2022.
- 164.** Racing Club de Strasbourg Alsace (2021): Fair Play For Planet décerne son label au Racing Club de Strasbourg Alsace, URL: <https://www.rcstrasbourgalsace.fr/fair-play-for-planet-decerne-son-label-au-racing-club-de-strasbourg-alsace/>, Stand: 6. Februar 2022.
- 165.** RB Leipzig (2021): RB Leipzig, Volkswagen und Porsche verlängern die Partnerschaft!, URL: <https://rbleipzig.com/news/2021-2022/vertragsverlaengerung-volkswagen-porsche-bis-2024/>, Stand: 31. Januar 2022.

- 166.** RB Leipzig (2021): Top-Wechsel bei RB Leipzig: Sitztausch in der Red Bull Arena, URL: <https://rbleipzig.com/de/news/2020-2021/seatrainability-red-bull-arena/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 167.** RB Leipzig (2021): Veganz wird Official Partner der Roten Bullen, URL: <https://rbleipzig.com/de/news/2021-2022/vegan-official-partner/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 168.** RB Leipzig (2021): You Can Do Anything - Das neue Auswärtstrikot von RB Leipzig!, URL: <https://rbleipzig.com/news/2020-2021/you-can-do-anything-das-neue-auswaertstrikot-von-rb-leipzig/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 169.** RB Leipzig (2021): You Can Do Anything - Das neue Heimtrikot von RB Leipzig, URL: <https://rbleipzig.com/de/news/2020-2021/you-can-do-anything-das-neue-heimtrikot-von-rb-leipzig/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 170.** Rebond (2022): FC Nantes x Rebond. L'histoire des jaunes et verts sur un ballon éthique, URL: <https://rebond-project.com/projet/fc-nantes/>, Stand: 7. Februar 2022.
- 171.** Ruf, C. (2013): SGL arena: Einzigartig im Umweltschutz, URL: https://www.bundesliga.com/de/bundesliga/news/sgl-arena-einzigartig-im-umweltschutz_0000262373.jsp, Stand: 2. Februar 2022.
- 172.** Sami (2021): Foot et climat : le bilan carbone du ballon rond, URL: <https://www.sami.eco/post/foot-et-climat-le-bilan-carbone-du-ballon-rond>, Stand: 10. Februar 2022.
- 173.** SC Freiburg (2021): #GREIFZU - Die neuen SC-Trikots 2021/22, URL: <https://www.scfreiburg.com/de/aktuell/nachrichten/verein/20212022/greifzu-unsere-neuen-trikots-sind-da/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 174.** SC Freiburg (2021): Mit Deinen Klicks zu einem besseren Fußabdruck, URL: <https://www.scfreiburg.com/de/aktuell/nachrichten/verein/20202021/mit-deinen-klicks-zu-einem-besseren-fussabdruck/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 175.** SC Freiburg (2021): Zukunftsweisende Partnerschaft zwischen SC und badenova, URL: <https://www.scfreiburg.com/de/aktuell/nachrichten/verein/20202021/zukunftsweisende-partnerschaft-zwischen-sc-freiburg-und-badenova/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 176.** SC Freiburg (2022): Nachhaltiges Stadion, URL: <https://www.scfreiburg.com/engagement/umwelt/nachhaltiges-stadion/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 177.** SC Paderborn 07 GmbH & Co. KGaA (2021): Nachhaltigkeitsbericht 2020, Paderborn.
- 178.** Seifert, O. (2021): Veilchentüten jetzt aus Papier – der Umwelt zuliebe. Sponsoren SWA und MKW unterstützen Öko-Gedanke beim FC Erzgebirge, URL: <https://www.fc-erzgebirge.de/aktuelles/v/a/veilchentueten-jetzt-aus-papier-der-umwelt-zuliebe/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 179.** Service Communication Valenciennes Métropole (2011): Le Stade du Hainaut, Valenciennes.

- 180.** Service de la communication du FC Girondins de Bordeaux (2021): Rapport d'activité RSE. Saison 2020-2021, FC Girondins de Bordeaux, Bordeaux.
- 181.** SG Dynamo Dresden e.V. (2022): Karten für Dynamo-Heimspiele, URL: <https://www.dynamo-dresden.de/tickets/heimspiele.html>, Stand: 4. Februar 2022.
- 182.** Sport Positive Leagues (2021): 1. FSV Mainz 05, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/fsv-mainz-05-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 183.** Sport Positive Leagues (2021): Bayer 04 Leverkusen, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/bayer-04-leverkusen-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 184.** Sport Positive Leagues (2021): Bayern Munich, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/bayern-munich-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 185.** Sport Positive Leagues (2021): Borussia Mönchengladbach, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/borussia-monchengladbach/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 186.** Sport Positive Leagues (2021): DSC Arminia Bielefeld, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/arminia-bielefeld-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 187.** Sport Positive Leagues (2021): FC Augsburg, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/fc-augsburg-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 188.** Sport Positive Leagues (2021): FC Köln, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/fc-koln-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 189.** Sport Positive Leagues (2021): FC Schalke 04, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/fc-schalke-04-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 190.** Sport Positive Leagues (2021): FC Union Berlin, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/fc-union-berlin-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 191.** Sport Positive Leagues (2021): Hertha BSC, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/hertha-bsc-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 192.** Sport Positive Leagues (2021): RB Leipzig, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/rb-leipzig-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 193.** Sport Positive Leagues (2021): SC Freiburg, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/sc-freiburg-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.

- 194.** Sport Positive Leagues (2021): TSG 1899 Hoffenheim, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/tsg-1899-hoffenheim-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 195.** Sport Positive Leagues (2021): VfB Stuttgart, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/vfb-stuttgart-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 196.** Sport Positive Leagues (2021): VfL Wolfsburg, URL: <https://www.sportpositiveleagues.com/team/vfl-wolfsburg-2021-deutsch/>, Stand: 4. Februar 2022.
- 197.** Sport-Club Freiburg e.V. (2022): Öko-logiSch und fair. Fanartikel aus nachhaltiger Produktion, URL: <https://shop.scfreiburg.com/oeko-logisch/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 198.** Sporting Club Bastia (2021): Le Sporting engagé dans le tri sélectif !, URL: <https://www.sc-bastia.corsica/actualites/2020-2021/equipe-premiere/le-sporting-engage-dans-le-tri-selectif>, Stand: 9. Februar 2022.
- 199.** SpVgg Greuther Fürth GmbH & Co. KGaA (2020): Kleeblatt erhält Umweltpreis. Verleihung des "Green Drop 2019", URL: <https://www.sgf1903.de/aktuell/nachrichten/abseits-des-rasens/sonstiges/2019-2020/20200123-kleeblatt-erhaelt-umweltpreis>, Stand: 2. Februar 2022.
- 200.** SSV Jahn Regensburg GmbH & Co. KGaA (2020): Die Jahn Sommerkollektion. Neue Artikel für Herren, Damen und Kinder, URL: https://www.ssv-jahn.de/alle-neuigkeiten/news-im-detail/die-jahn-sommerkollektion/?no_cache=1&cHash=4853fbb48d1df1f4b4bc0d7ca01d2f85, Stand: 3. Februar 2022.
- 201.** Stade Brestois 29 (2022): Covoiturage avec OuestGO.fr, URL: <https://www.sb29.bzh/covoiturage.php>, Stand: 7. Februar 2022.
- 202.** Stade Brestois 29 (2022): E-billets | Mode d'emploi, URL: <https://www.sb29.bzh/e-billets-mode-d-emploi.php>, Stand: 7. Februar 2022.
- 203.** Stade Malherbe Caen (2019): Des collecteurs de mégots à d'Ornano, URL: <https://www.smcaen.fr/2019-2020/actualites/infos-club/des-collecteurs-de-megots-dornano>, Stand: 8. Februar 2022.
- 204.** STADE RENNAIS F.C. (2021): Transformation du centre d'entraînement Henri Guérin, URL: <https://www.staderennais.com/transformation-du-centre-dentrainement-henri-guerin>, Stand: 7. Februar 2022.
- 205.** Stadionwelt (2019): Ab sofort Mehrwegbecher im Sportpark Ronhof | Thomas Sommer, URL: <https://www.stadionwelt.de/news/19185/ab-sofort-mehrwegbecher-im-sportpark-ronhof--thomas-sommer>, Stand: 2. Februar 2022.
- 206.** Stadionwelt (2019): Bayer 04 stellt Bechersystem um, URL: <https://www.stadionwelt.de/news/18281/bayer-04-stellt-bechersystem-um>, Stand: 31. Januar 2022.

- 207.** Stadionwelt (2019): Neues Beleuchtungssystem im Stade Vélodrome, URL: <https://www.stadionwelt.de/news/17769/neues-beleuchtungssystem-im-stade-velodrome>, Stand: 7. Februar 2022.
- 208.** Stefano Ridolfo (2021): Interview, Anhang 21.
- 209.** Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima (2022): TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH: Fußball für Klimaschutz, URL: <https://allianz-entwicklung-klima.de/best-practice/tsg-1899-hoffenheim/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 210.** Stuttgarter Nachrichten (2021): Pflanzen in Kenia – VfB mit Nachhaltigkeits-Zertifikat ausgezeichnet, v. 28.05.2021, URL: <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.vfb-stuttgart-pflanzen-in-kenia-vfb-mit-nachhaltigkeits-zertifikat-ausgezeichnet.69fe0899-b93a-4489-b408-eafa40d5f701.html>, Stand: 2. Februar 2022.
- 211.** SV Darmstadt 98 e.V. (2020): SV 98 führt Mehrwegbechersystem ein, URL: https://www.sv98.de/home/lilien/aktuelles/details/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=8037&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=316d03cef0b6cb4216481988d6e60c6c, Stand: 2. Februar 2022.
- 212.** SV Darmstadt 98 e.V. (2021): SportFAIRein / Nachhaltig, URL: <https://shop.sv98.de/sportfairein/nachhaltig>, Stand: 2. Februar 2022.
- 213.** SV Darmstadt 98 e.V. (2021): SportFAIRein: SV 98 mit nachhaltiger Modeline in den TOP 10, URL: https://www.sv98.de/home/lilien/aktuelles/details/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=8954&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=cece55a55184b7bf6de67d411dc8f292, Stand: 2. Februar 2022.
- 214.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2012): SV Werder Bremen macht sich fit für die Zukunft, URL: <https://www.werder.de/aktuell/news/werder-bewegt/20112/launch-werder-bewegt/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 215.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2020): Vorreiter für Nachhaltigkeit im Profisport. Sechs Bundesligaklubs als "sustainclub" ausgezeichnet, URL: <https://www.werder.de/aktuell/news/werder-bewegt/20202021/zertifizierung-sustainclub-091020/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 216.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2021): Grün-weiße Upcycling-Produkte, URL: <https://www.werder.de/aktuell/news/werder-bewegt/20202021/upcycling-fanshop-23032021/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 217.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2021): SV Werder bietet Mitarbeitern Dienstfahrrad-Leasing an. Kooperation mit der Bike Mobility Services GmbH, URL: <https://www.werder.de/aktuell/news/business/20202021/bike-mobility-pm-19022021/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 218.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2021): Werder und St. Pauli reisen gemeinsam nach Spanien. Nachhaltigkeitsgedanke in der Trainingslagerplanung, URL: <https://www.werder.de/aktuell/news/profis/20212022/werder-und-st-pauli-reisen-gemeinsam-nach-spanien-10112021/>, Stand: 3. Februar 2022.

- 219.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2022): Photovoltaik, URL: <https://www.werder.de/werder-bewegt/umwelt/photovoltaik/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 220.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2022): Transport, URL: <https://www.werder.de/werder-bewegt/umwelt/transport/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 221.** SV Werder Bremen GmbH & Co. KGaA (2022): Unsere Umweltmaßnahmen, URL: <https://www.werder.de/werder-bewegt/umwelt/weitere-massnahmen/>, Stand: 3. Februar 2022.
- 222.** Thomas (2014): De larrosage et des toilettes écologiques au stade Bollart-Delelis, URL: <https://www.madeinlens.com/actualite-rclens-football/rc-lens-actualite/20553-de-l-arrosage-et-des-toilettes-ecologiques-au-stade-bollart-delelis.html>, Stand: 7. Februar 2022.
- 223.** Thomas, R. (2019): Quand l'Olympique de Marseille nettoie les calanques, Euractiv v. 23.12.2019, URL: <https://www.euractiv.fr/section/soci-t/news/quand-lolympique-de-marseille-nettoie-les-calanques/>, Stand: 6. Februar 2022.
- 224.** Thomas, R. (2020): Le football s'interroge sur son empreinte carbone liée aux transports, Euractiv v. 27.01.2020, URL: <https://www.euractiv.fr/section/soci-t/news/le-football-sinterroge-sur-son-empreinte-carbone-liee-aux-transports/>, Stand: 10. Februar 2022.
- 225.** Torres, M. (2021): La démarche RSE dans le paysage du football français, URL: http://www.juristes-environnement.com/article_detail.php?id=5311, Stand: 9. Februar 2022.
- 226.** Toulouse Football Club (2015): Autour du match, URL: <https://www.toulousefc.com/fr/autour-du-match-1>, Stand: 8. Februar 2022.
- 227.** Toulouse Football Club (2015): Match écocitoyen !, URL: <https://www.toulousefc.com/fr/match-ecocitoyen-0>, Stand: 8. Februar 2022.
- 228.** Toulouse Football Club (2021): Le TéFéCé s'engage avec NOLT pour recycler ses anciens équipements, URL: <https://www.toulousefc.com/fr/le-tefece-sengage-avec-nolt-pour-recycler-ses-anciens-equipements>, Stand: 8. Februar 2022.
- 229.** Triebel, J. (2017): Schanzer Nachspielzeit. Der Nachhaltigkeitsbericht des FC Ingolstadt 04, FC Ingolstadt 04 Fussball GmbH, Ingolstadt.
- 230.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2018): TSG: Teil der "Allianz für Entwicklung und Klima", URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2018/12/tsg-teil-der-allianz-fuer-entwicklung-und-klima/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 231.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2019): MVV gibt der TSG weiter Energie, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2019/06/mvv-gibt-der-tsg-weiter-energie/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 232.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2019): Neues Denken für ein sauberes Spiel, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2019/11/neues-denken-fuer-ein-sauberes-spiel/>, Stand: 31. Januar 2022.

- 233.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2019): TSG Hoffenheim launcht Lifestyle-Marke umoja, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2019/11/tsg-hoffenheim-launcht-lifestyle-marke-umoja/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 234.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2020): Mit dem Smartphone in die PreZero Arena, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2020/01/mit-dem-smartphone-in-die-prezero-arena-frankfurt/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 235.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2020): TSG stellt auf Mehrweg-System um, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2020/01/tsg-stellt-auf-mehrweg-system-um/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 236.** TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH (2021): TSG Hoffenheim präsentiert Home-Trikot für 2021/22, URL: <https://www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2021/05/tsg-hoffenheim-praesentiert-home-trikot-fuer-202122/>, Stand: 31. Januar 2022.
- 237.** Turpin, T. (2021): Le nouveau maillot 2021-2022 écologique du FC Nantes, URL: <https://www.90min.com/fr/posts/le-nouveau-maillot-2021-2022-ecologique-du-fc-nantes>, Stand: 7. Februar 2022.
- 238.** USL Dunkerque (2021): Après trois années de collaboration avec Kappa, l'USL Dunkerque est heureuse d'annoncer sa collaboration avec adidas, URL: <https://www.usldunkerque.com/adidas-nouvel-equipementier-de-lusl-dunkerque/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 239.** USL Dunkerque (2021): Cette année, l'USLD innove et s'associe avec Popsleigh pour offrir une solution de covoiturage à ses supporters en partenariat avec Toys Motors !, URL: <https://www.usldunkerque.com/optez-pour-le-covoiturage-et-repartez-avec-votre-place-pour-le-prochain-match/>, Stand: 9. Februar 2022.
- 240.** Varasson, M. (2009): L'OM adopte l'éco-attitude, Le Journal du Dimanche v. 13.05.2009, URL: <https://www.lejdd.fr/Ecologie/L-OM-adopte-l-eco-attitude-33413-3073829>, Stand: 6. Februar 2022.
- 241.** VfB Stuttgart (2019): Der VfB Stuttgart kooperiert weiter mit dem VVS, URL: <https://www.vfb.de/de/vfb/aktuell/neues/club/2019/weitere-kooperation-vfb-stuttgart-vvs/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 242.** VfB Stuttgart (2019): "Mit dem Rad zum VfB", URL: <https://www.vfb.de/de/vfb/aktuell/neues/club/2019/partnerschaft-vfb-stuttgart-und-paul-lange-ohg/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 243.** VfB Stuttgart (2020): Die VfB Einkaufstasche „Tütle“ – umweltfreundlich und CO2-neutral, URL: <https://www.vfb.de/de/1893/club/vfbfairplay/projekt/heimat/vfb----tuetle-/>, Stand: 3. Februar 2022.

- 244.** VfB Stuttgart (2020): Nachhaltiges Auswärtstrikot 2020/2021, URL: <https://www.vfb.de/de/vfb/aktuell/neues/fans/2020/vfb-stuttgart-ausweichtrikot-2020-2021-recycelt/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 245.** VfB Stuttgart (2020): Vorreiter für Nachhaltigkeit, URL: <https://www.vfb.de/de/vfb/aktuell/neues/vfbfairplay/2020/sustainclub-nachhaltigkeits-zertifizierung/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 246.** VfB Stuttgart (2022): Kollektion „VfBfairplay“, URL: <https://www.vfb.de/de/1893/club/vfbfairplay/projekt/fussball/vfbfairplay-kollektion/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 247.** VfL Bochum 1848 (2018): Fahrradständer am Vonovia Ruhrstadion, URL: <https://www.vfl-bochum.de/news/uebersicht/fans/fahrradstaender-am-vonovia-ruhrstadion/>, Stand: 1. Februar 2022.
- 248.** VfL Bochum 1848 (2021): Gemeinschaftskollektion VfL und Fiege, URL: <https://www.vfl-bochum.de/news/uebersicht/fans/gemeinschaftskollektion-vfl-und-fiege/>, Stand: 1. Februar 2022.
- 249.** VfL Bochum 1848 (2021): VfL erhält Ökoprofit-Auszeichnung, URL: <https://www.vfl-bochum.de/news/uebersicht/verein/vfl-erhaelt-oekoprofit-auszeichnung/>, Stand: 1. Februar 2022.
- 250.** VfL Bochum 1848 (2022): Stadtwerke und Breilmann elektrifizieren den VfL, URL: <https://www.vfl-bochum.de/news/uebersicht/netzwerk/stadtwerke-und-breilmann-elektrifizieren-den-vfl/>, Stand: 1. Februar 2022.
- 251.** VfL Wolfsburg (2018): „Gemeinsam bewegen“. memo AG ist offizieller Umweltpartner des VfL, URL: <https://www.vfl-wolfsburg.de/newsdetails/news-detail/detail/news/gemeinsam-bewegen/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 252.** VfL Wolfsburg (2020): Gold für die Wölfe. VfL Wolfsburg erhält als Pilotpartner des Nachhaltigkeitslabels sustainClub die höchstmögliche Auszeichnung, URL: <https://www.vfl-wolfsburg.de/newsdetails/news-detail/detail/news/gold-fuer-die-woelfe/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 253.** VfL Wolfsburg (2021): Ab Samstag tickt die Uhr! "Race to Zero": Wölfe installieren Klima-Countdown in der Volkswagen Arena, URL: <https://www.vfl-wolfsburg.de/newsdetails/news-detail/detail/news/ab-samstag-tickt-die-uhr/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 254.** VfL Wolfsburg (2022): Ressourcenschonung, URL: <https://www.vfl-wolfsburg.de/der-vfl/soziales-engagement/klimaschutz/ressourcenschonung/>, Stand: 2. Februar 2022.
- 255.** VfL Wolfsburg-Fußball GmbH (2021): Gemeinsam bewegen. Nachhaltigkeitsbericht des VfL Wolfsburg 2020, Wolfsburg.
- 256.** Weltfussball (2021): Arminia Bielefeld rettet Großteil des Sponsoringumsatzes, URL: https://www.weltfussball.com/news/_n4659629_/arminia-bielefeld-rettet-grossteil-des-sponsoringumsatzes/, Stand: 1. Februar 2022.

ANHANG

Teil A: Ökologische Maßnahmen der deutschen und französischen Vereine.....	83
Anhang 1: Merchandise, Textilien und Materialien.....	83
Anhang 2: Energieverbrauch.....	87
Anhang 3: Wasserverbrauch.....	92
Anhang 4: Mobilität.....	95
Anhang 5: Müllproduktion.....	99
Anhang 6: Technologie.....	102
Anhang 7: Ernährung.....	103
Anhang 8: Sonstiges.....	105
Anhang 9: Analyse der Maßnahmen in Deutschland.....	108
Anhang 10: Analyse der Maßnahmen in Frankreich.....	109
Anhang 11: Aufteilung der Maßnahmen nach Kategorien.....	110
Anhang 12: Anteil Fernsehgelder an den Budgets französischer Klubs.....	111
Teil B: Interviews.....	112
Anhang 13: Rückmeldestatus der Anfragen für Interviews.....	112
Anhang 14: Marieke Köhler – Borussia Dortmund.....	114
Anhang 15: Christina Mayer – 1. FSV Mainz 05.....	115
Anhang 16: Stefan Wagner – TSG 1899 Hoffenheim.....	125
Anhang 17: 1. FC Köln.....	131
Anhang 18: Laura Bertram – Hertha BSC.....	132
Anhang 19: Steffen Lindenmaier – VfB Stuttgart 1893.....	134
Anhang 20: Matthias Mühlen – VfL Bochum 1848.....	137
Anhang 21: Stefano Ridolfo – SpVgg Greuther Fürth.....	144
Anhang 22: Matthias Marcus – FC Gelsenkirchen-Schalke 04.....	151

Anhang 23: Neele Rickers – SC Paderborn 07.....	158
Anhang 24: Florian Holzbrecher – SV Darmstadt 1898.....	161
Anhang 25: Dorinja Adler – Karlsruher SC.....	167
Anhang 26: Peter Rengel – SV Werder Bremen.....	169
Anhang 27: Benjamin Kirsten – SG Dynamo Dresden.....	176
Anhang 28: Thorsten Brieger – FC Ingolstadt 04.....	179
Anhang 29: Nick Stefes – DFL.....	181
Anhang 30: Oliver Brendle – TÜV Rheinland.....	185
Anhang 31: Anton Klischewski – Special Olympics Deutschland.....	192
Anhang 32: Francois Puymartin – RC Strasbourg Alsace (übersetzt).....	198
Anhang 33: Evan Grenier-Boley – FC Girondins de Bordeaux (übersetzt)...	201
Anhang 34: Yann Duclos – DNCG (übersetzt).....	204
Anhang 35: Pierre Lalot – Football Écologie France (übersetzt).....	212
Anhang 36 : Séverin Fischer – Football Écologie France (übersetzt).....	215

Teil A: Ökologische Maßnahmen der deutschen und französischen Vereine

Anhang 1: Merchandise, Textilien und Materialien

Deutschland ²⁸⁶	Frankreich ²⁸⁷
<p>FC Bayern München: Champions-League-Trikot der Saison 2018/19 aus recyceltem Kunststoff / 25 GOTS-zertifizierte Textilien im Fanshop</p> <p>Borussia Dortmund: Upcycling-Produkte (nicht verkaufte Trikots werden zu neuen Fanartikeln wie Kissen o.ä. verarbeitet)</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: 4 nachhaltig zertifizierte Artikel im Fanshop / Herstellung sämtlicher Trikots aus recyceltem Polyester / Fanshop-Trikots der Saison 2019/20 aus europäischer Produktion</p> <p>1. FC Union Berlin: nachhaltig produzierte Fanartikelkollektion DUFTE (70% der gesamten Artikel im Bereich Textil, insgesamt über 240 Artikel)</p> <p>SC Freiburg: Trikots der Saison 2021/22 aus 100% (Heimtrikots) bzw. 75% (Auswärtstri-kots) recyceltem Polyester / nachhaltige Fanartikel-Kollektion (z.B. T-Shirts aus Naturfasern oder Lunchboxen aus 100% recyceltem Material) / Upcycling-Artikel</p> <p>RB Leipzig: Heim- und Auswärtstrikot 2021/2022 aus 95% recyceltem Polyester / keine Plastiktüten im Fanshop</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: Trikots über mehrere</p>	<p>Olympique de Marseille: lokal in Marseille hergestellte Fanshop-Kollektion aus Baumwolle</p> <p>Olympique Lyonnais: Trainingsshirt aus 100% recyceltem Material und lokal hergestellt im Fanshop angeboten</p> <p>FC Nantes: Kollektion aus fast 100% recyceltem Material ab der Saison 2021/22 im Fanshop / Heimtrikot der Saison 2021/22 aus 100% recyceltem Plastik + verkaufte Trikots im Fanshop mit 10 Euro Pfand (Ziel: Fans bringen Trikots irgendwann gegen ihren Pfand zurück >> Upcycling der alten Trikots durch den Fanshop) / nachhaltig produzierter Ball in Zusammenarbeit mit Rebond</p> <p>LOSC Lille: nachhaltig produzierter Ball in Zusammenarbeit mit Rebond</p> <p>Stade de Reims: zeitweise T-Shirts aus Bio-Baumwolle und Socken „Made in France“ im Fanshop</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: Upcycling von alten Fanartikeln / Trikot aus recycelten Materialien</p>

²⁸⁶ Quellen 5, 6, 30, 34, 39, 53, 55, 57, 59, 60, 61, 62, 65, 71, 78, 92, 95, 98, 109, 110, 117, 121, 125, 126, 128, 129, 150, 168, 169, 173, 177, 178, 192, 195, 197, 200, 212, 213, 216, 229, 233, 236, 243, 244, 246, 248, 253, 255

²⁸⁷ Quellen 32, 72, 90, 123, 127, 138, 147, 149, 155, 170, 172, 180, 228, 237, 238

<p>Spielzeiten hinweg aus recycelten Plastikflaschen / Hosen in der Saison 2021/22 aus recyceltem Plastik / Launch einer nachhaltigen Textil- und Lifestyle-Marke (<i>umoja</i>)</p> <p>1. FC Köln: ab Saison 2021/22 das Heimtrikot und Karnevalstrikot aus 100% recyceltem Polyester / Kennzeichnung nachhaltiger Merchandise-Artikel / nachhaltige Merchandise-Kollektion im Fanshop / Weitergabe aller Materialien nach Benutzung an Breitensportvereine und/oder soziale Projekte</p> <p>Eintracht Frankfurt: Wiederverwendung des Auswärtstrikots der Saison 2020/21 als Ausweichtrikot der Saison 2021/22 / Heimtrikot-Set der Saison 2021/22 aus 100% recyceltem Polyester / Versand von Fanartikeln in Mehrwegboxen / Upcycling-Kollektion (nicht verkaufte Trikots werden zu neuen Fanartikeln wie Kochschürzen, Mäppchen o.ä. verarbeitet) / Merchandising-Textilien aus Bio-Baumwolle und recyceltem Plastik</p> <p>1. FSV Mainz 05: GOTS und FAIRTRADE zertifizierte Produkte im Fanshop / Fanshop-Trikots der Saison 2019/20 aus europäischer Produktion</p> <p>VfL Bochum 1848: nachhaltige Merchandise-Kollektion</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: zahlreiche Artikel aus Bio-Baumwolle im Fanshop / Trikots aus recyceltem Polyester</p> <p>Hertha BSC: nachhaltig zertifizierte Fanartikel / einige Upcycling-Produkte im Fanshop / Herkunft der Produkte gekennzeichnet und teils die Option, Lieferketten nachzuverfolgen</p>	<p>AS Saint-Étienne: Ausverkauf der Trikots nach jeder Saison / einige Trikots 100% „Made in France“</p> <p>Toulouse FC: Recycling von alter Sportkleidung zu Trikots für die Jugendmannschaften</p> <p>Nîmes Olympique: Trikots der Saison 2020/21 « Made in France » und aus 100% recyceltem Polyester</p> <p>USL Dunkerque: nachhaltige Textilkollektion im Fanshop</p> <p>AS Nancy-Lorraine: Trikots „Made in France“</p>
--	--

DSC Arminia Bielefeld: Heimtrikot der Saison 2021/22 zu 100% aus recycelten PET-Flaschen

VfL Wolfsburg: einige nachhaltig zertifizierte Merchandise-Produkte sowie Upcycling-Textilien im Fanshop / Trikots der Saison 2020/21 aus recycelten PET-Flaschen / im Fanshop nur noch CO₂-neutral hergestellte und kompostierbare Tüten / Füllmaterial beim Versand von Fanartikeln aus 100% Recyclingpapier statt Plastik / genaue Angabe des CO₂-Abdrucks der einzelnen Merchandise-Artikel beim Kauf

VfB Stuttgart 1893: Papier- statt Plastiktüten im Fanshop (CO₂-neutral produziert, aus 100% Altpapier und kompostierbar) / Auswärtstrikot der Saison 2020/21 sowie Stadionshirt und Stadionjacke aus 100% recyceltem Polyester / nachhaltige und zertifizierte Merchandising-Kollektion aus 100% Bio-Baumwolle / Vielzahl der Fanshop-Artikel in der Region hergestellt / 75% der Textilien im Fanshop-Sortiment unter nachhaltigen Bedingungen produziert / ressourcenschonende Verpackung im Fanshop

SpVgg Greuther Fürth: einige Produkte aus Bio-Baumwolle im Fanshop

SV Darmstadt 1898: nachhaltig zertifizierte Modelinie im Fanshop / Einkaufstüten im Fanshop aus 100% recyceltem, kompostierbarem Spezialpapier

FC St. Pauli v. 1910: Trikots und gesamte nachhaltige Merchandise-Kollektion aus eigener Produktion (eigene Marke DIYY) / eigenes Nachhaltigkeits-Label für den Fanshop basiert auf eigenen Kontrollen / mindestens 80%

nachhaltig beschaffene Textilartikel im Sortiment

SV Werder Bremen: 2 Upcycling-Produkte aus T-Shirt-Stoff / Vielzahl an nachhaltig zertifizierten Merchandise-Artikeln im Fanshop / gesamte Trikot-Kollektion im Fanshop aus recycelten Materialien / Fanshop-Trikots der Saison 2019/20 aus europäischer Produktion

FC Gelsenkirchen-Schalke 04: nachhaltig zertifizierte Textilien-Kollektion im Fanshop

Hamburger SV: große Anzahl nachhaltig zertifizierter Merchandising-Produkte im Fanshop

1. FC Nürnberg: Produktion von Fanartikeln vorwiegend regional / Merchandise-Kollektion aus 100% Bio-Baumwolle / Herstellung der Trikots aus recyceltem Material

SSV Jahn Regensburg: T-Shirt-Kollektionen im Fanshop aus Bio-Baumwolle und mit Aufdrucken auf Wasserbasis

SC Paderborn 07: nachhaltig zertifizierte Kollektion seit der Saison 2021/22 / Umstellung auf recycelbares Verpackungsmaterial / Versandtaschen aus Graspapier

Karlsruher SC: Fanshop-Tüten aus 100% recyceltem und kompostierbarem Papier, CO₂-neutral hergestellt / Heimtrikot der Saison 2021/22 aus 100% Recyclingmaterialien / 8 nachhaltig zertifizierte Artikel im Fanshop

Kieler SV Holstein v. 1900: 1 GOTS-zertifizierter Artikel im Sortiment / mehrere Upcycling-Artikel im Fanshop

SG Dynamo Dresden: einige nachhaltig zertifizierte Produkte im Fanshop

<p>Hannover 96: Trikots der Saison 2021/22 aus 100% recyceltem Polyester</p> <p>F.C. Hansa Rostock: zahlreiche Textilien im Sortiment aus Bio-Baumwolle</p> <p>Fortuna Düsseldorf 1895: einige nachhaltig zertifizierte Produkte im Fanshop / Fanshop-Tüten aus 100% recyceltem und kompostierbarem Papier, CO₂-neutral hergestellt / Trikots der Saison 2021/22 sowie Großteil der dazugehörigen Trainings- und Fashionkollektion aus 100% recyceltem Polyester / kompostierbare Gutscheinkarten für den Fanshop</p> <p>FC Erzgebirge Aue: Papier- statt Plastiktüten im Fanshop</p> <p>FC Ingolstadt 04: Papier- statt Plastiktüten im Fanshop</p>	
--	--

Anhang 2: Energieverbrauch

Deutschland ²⁸⁸	Frankreich ²⁸⁹
<p>FC Bayern München: Senkung des Stromverbrauchs in der Allianz Arena um 50% (spielfreie Tage) bzw. 25% (Spieletage) durch Energiesparlampen, Bewegungsmelder, Einzelsteuerung von Logen etc. / Vernetzung des Stadions mit zwei Notstromnetzen und damit Verzicht auf ein mit Diesel betriebenes Notstromaggregat / LED-Fassadenbeleuchtung der Allianz Arena / Photovoltaikanlage auf dem Dach des Parkhauses am Stadion / Umstellung</p>	<p>Paris Saint-Germain: Photovoltaikanlage zur Energieversorgung der Stadionküchen / Optimierung der Tageslichtnutzung auf dem neuen Trainingsgelände</p> <p>Olympique de Marseille: Installation von innerstädtischen Windrädern am Stadion / LED-Beleuchtung im Stadion / Heizung der Stadioninnenräume mit geothermischer Energie</p> <p>OGC Nice: natürliches Belüftungssystem im</p>

²⁸⁸ Quellen 1, 5, 7, 8, 9, 11, 14, 23, 25, 29, 30, 31, 34, 42, 50, 52, 64, 67, 70, 74, 75, 76, 77, 83, 91, 94, 109, 110, 116, 121, 122, 124, 126, 128, 129, 150, 151, 153, 171, 174, 175, 177, 183, 187, 189, 190, 191, 192, 194, 195, 214, 219, 229, 230, 231, 249, 255

²⁸⁹ Quellen 15, 16, 27, 40, 43, 72, 73, 85, 114, 130, 132, 135, 136, 152, 156, 157, 159, 161, 164, 179, 207, 225

<p>auf 100% Grünstrom</p> <p>Borussia Dortmund: LED-Beleuchtung im Stadion / Erfassung und Analyse der Energieverbräuche / 100% Ökostrom in Stadion, Trainingsgelände, Geschäftsstelle und FanWelt / Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach und dem Dach der Geschäftsstelle / Nahwärmebezug / Kraft-Wärme-Kopplungsanlage auf dem Trainingsgelände</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: Energiemanagementsystem nach der DIN EN ISO 50001 / Dämmschicht unter der Rasenheizung zur Ressourcenminimierung / witterungsabhängige Temperatursteuerung / Strom aus erneuerbaren Quellen</p> <p>1. FC Union Berlin: LED-Beleuchtung</p> <p>SC Freiburg: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach zur Deckung des gesamten Energieverbrauchs im Stadion / Fernwärmeleitung für die Rasenheizung in Stadion und Trainingsgelände sowie die Heizung des Stadiongebäudes (Nutzung der Abwärme von Industriebetrieben) / Umstellung auf LED-Beleuchtung / Anschaffung energieeffizienter Kühlschränke / Optimierung der Flutlichtanlage / Bezug von Ökostrom / zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagementsystem</p> <p>RB Leipzig: 10% Ökostrom / Energiemanagementsystem nach der DIN EN ISO 50001 / LED-Beleuchtung</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: Versorgung mit 30-50% umweltfreundlicher Energie / Photovoltaikanlage auf dem Stadion / Gebäudemanagementtechnologie zur Optimierung des Ener-</p>	<p>Stadion (kühlt und belüftet das Stadion mithilfe von Wind bzw. natürlicher Luftzirkulation) / Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / Energieautonomie durch Geothermie (mithilfe des Grundwasserspiegels) / selbstreinigende und strahlendurchlässige Außenwand des Stadions, die für eine natürliche Beleuchtung des Rasens sorgt</p> <p>RC Strasbourg Alsace: Biogasheizung für das Trainingsgelände / energetische Renovierung des Stadions</p> <p>Olympique Lyonnais: Installation einer Photovoltaikanlage am Trainingsgelände / LED-Beleuchtung im Stadion / 100% erneuerbare Energien im Stadion (zertifiziert durch TÜV Süd)</p> <p>LOSC Lille: LED-Beleuchtung / Bewegungsmelder für die Beleuchtung in den Innenräumen</p> <p>FC Lorient: energieeffiziente Gebäude auf dem Trainingsgelände inkl. Geschäftsstelle / Photovoltaikanlage</p> <p>FC Metz: Nutzung von durch Biomasse erzeugter Fernwärme für die Rasenheizung und die Heizungen auf dem Trainingsgelände</p> <p>FC Girondins de Bordeaux : Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / Isolierungsmaßnahmen in der Geschäftsstelle und am Trainingszentrum zur Verringerung des Heizbedarfs</p> <p>AS Saint-Étienne: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach</p> <p>Valenciennes FC: optimierter Energieverbrauch des Stadions</p>
--	--

<p>gieverbrauchs</p> <p>1. FC Köln: Umstellung auf zertifizierten Ökostrom / Einsatz von LED-Leuchtmitteln / Einbau von Bewegungsmeldern, um Licht nur bei Gebrauch leuchten zu lassen / zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagementsystem</p> <p>Eintracht Frankfurt: 100% Ökostrom / optimierte Stadionbeleuchtung / Erneuerung der Heizanlage im Stadion / Energieoptimierung in Stadion und Geschäftsstelle / Geschäftsstelle: Keramikfassade zur Wärmespeicherung / Fluchtlicht im Stadion sowie sonstige Beleuchtung LED / Photovoltaikanlage auf dem Stadion und der Geschäftsstelle</p> <p>1. FSV Mainz 05: Energiezertifikat DIN EN ISO 50001 / Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / Energiemanagementsystem im Stadion / Stadionbeleuchtung komplett LED / Umstellung auf Ökostrom</p> <p>VfL Bochum 1848: Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: Umrüstung der Beleuchtung auf LED / 100% Ökostrom</p> <p>Hertha BSC: erneuerbare und umweltfreundliche Energie- und Wärmeanlagen an der Geschäftsstelle / LED-Beleuchtung und tageslichtgeführte Lichtsteuerung an der Geschäftsstelle / LED-Beleuchtung im Stadion / Optimierung des Wärmeverbrauchs im Stadion / 100% Ökostrom im Stadion / Bewegungsmelder zur Beleuchtungssteuerung / Optimierung der Beleuchtungszeiten im Stadion / Nutzung erneuerbarer Energien am Trainingsgelände /</p>	<p>Havre AC: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach zur Erzeugung des gesamten Energieverbrauchs im Stadion / optimale Isolation der Stadioninnenräume / Temperatur- und Beleuchtungsregulierung der Innenräume anhand der Nutzungszeit</p> <p>Grenoble Foot 38: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach</p>
--	---

systemisches Energiemanagementsystem

DSC Arminia Bielefeld: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach

VfL Wolfsburg: Nutzung der Gebäuderestwärme für die Rasenheizung / Strom aus 100% erneuerbarer Energie / Photovoltaik- und Solarthermieanlage auf dem Dach des Funktionsgebäudes und der Akademie / LED-Beleuchtung der Innenräume und Rasenbeleuchtung sowie LED-Flutlicht / Energiemanagement-Software

FC Augsburg 1907: Nutzung von Grundwasser zur Wärmeerzeugung / Ökostrom aus Wasserkraft und regenerativem Erdgas / Photovoltaikanlage auf dem Dach / Energiemanagementsystem

VfB Stuttgart 1893: 100% zertifizierter Ökostrom / LED-Lichter auf der Geschäftsstelle

SpVgg Greuther Fürth: 100% Ökostrom

FC St. Pauli v. 1910: Ökostrom / Photovoltaikanlage

SV Werder Bremen: Photovoltaikanlage am Stadion / 100% Ökostrom

FC Gelsenkirchen-Schalke 04: LED-Lampen in allen Küchen im Stadion / 60% der Energie aus erneuerbaren Quellen / zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagementsystem / Photovoltaikanlage

Hamburger SV: 100% Ökostrom / Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs / Photovoltaikanlage auf dem Dach der Akademie / tageslichtgesteuerte LED-Beleuchtung in

der Akademie

1. FC Heidenheim 1846: Blockheizkraftwerk zur umweltschonenden Wärmeversorgung des Stadions und der Trainingsplätze

1. FC Nürnberg: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach und dem Dach der Geschäftsstelle / teilweise Ökostrom / Rasenheizung durch separate Heizzonen / Beleuchtung im Stadion mit Energiesparlampen mit Bewegungsmeldern / Verzicht auf eine Klimaanlage in der Geschäftsstelle / LED-Rasenbeleuchtung am Trainingsgelände

SSV Jahn Regensburg: Stadion zertifiziert nach DIN EN ISO 50001 / 100% Ökostrom im Stadion / LED-Beleuchtung in den Stadion-Räumlichkeiten / Photovoltaikanlage auf dem Dach des Funktionsgebäudes

SC Paderborn 07: 100% Ökostrom / Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / sukzessive Umstellung auf LED-Lampen im Stadion

Karlsruher SC: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / LED-Beleuchtung im Stadion / 100% Ökostrom

Hannover 96: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach

Fortuna Düsseldorf 1895: schrittweise Umrüstung auf LED-Beleuchtung im Stadion (inkl. Flutlicht) / Blockheizkraftwerk am Stadion / gezielte Abschaltung bzw. Reduktion von Verbräuchen des Stadions außerhalb der Spieltage / 47-60% des Strombedarfs des Stadions mit erneuerbaren Energien gedeckt

FC Erzgebirge Aue: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach

FC Ingolstadt 04: Photovoltaikanlage auf dem Stadionsdach / Energiezertifikat DIN EN ISO 50001	
---	--

Anhang 3: Wasserverbrauch

Deutschland ²⁹⁰	Frankreich ²⁹¹
<p>FC Bayern München: Spülzeiten der Toiletten in der Allianz Arena auf 15 Sekunden reduziert</p> <p>Borussia Dortmund: Regenwasser zur Rasenbewässerung auf dem Trainingsgelände / Verbrauchs-Monitoring im Stadion zur Kontrolle des Gesamtwasserverbrauchs</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: Optimierung des Beregnungssystems für den Rasen / Brunnenwasser zur Bewässerung des Spielfelds</p> <p>1. FC Union Berlin: wasserlose Urinale in der Haupttribüne</p> <p>SC Freiburg: wasserlose Urinale / Tiefbrunnen zur Eigenbewässerung mit Grundwasser</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: Nutzung von Regenwasser zur Bewässerung des Rasens und zur Toilettenspülung</p> <p>1. FC Köln: Reduktion der Wasserdurchflussmengen in den Duschbereichen / wasserlose Urinale im Stadion und auf dem Trainingsgelände</p> <p>Eintracht Frankfurt: Nutzung von Regenwasser zur Beregnung des Rasens und zur Toilettenspülung / Einzel-Entspannungsbecken</p>	<p>Paris Saint-Germain: Nutzung von Regenwasser zur Deckung von 90% des Wasserbedarfs von Trainingsgelände und Stadion ab 2022 geplant</p> <p>Olympique de Marseille: Sammeln von Regenwasser auf dem Stadionsdach</p> <p>OGC Nice: Bewässerung des Rasens mithilfe von Regenwasser</p> <p>AS Monaco FC: Entfernung synthetischer Elemente aus dem Stadionrasen und damit Reduktion des Wasserverbrauchs / Bewässerung der Rasenplätze auf dem Trainingsgelände mit Regenwasser</p> <p>Olympique Lyonnais: Bewässerung des Rasens mithilfe von Regenwasser</p> <p>RC Lens: Nutzung von Regenwasser zur Bewässerung des Rasens und zur Toilettenspülung im Stadion</p> <p>LOSC Lille: Wiederverwendung von aufgefangenem Regenwasser</p> <p>FC Lorient: Wiederverwendung von aufgefangenem Regenwasser</p> <p>FC Metz: Bewässerung des Stadionrasens</p>

²⁹⁰ Quellen 5, 17, 25, 29, 31, 34, 49, 50, 64, 67, 75, 83, 107, 109, 110, 121, 126, 128, 153, 160, 174, 176, 182, 183, 188, 194, 199, 229, 249, 254, 255

²⁹¹ Quellen 15, 21, 22, 27, 40, 73, 88, 130, 135, 136, 137, 179, 222

<p>zur bedarfsgerechten Nutzung statt großes Becken / zeitgesteuerte Wasserhähne / digitale Datenerhebung zur Steuerung des Wasserverbrauchs der Rasenbewässerung</p> <p>1. FSV Mainz 05: wasserlose Urinale in der Haupttribüne des Stadions / Magnetsteuerung zur Spülung der übrigen Urinale</p> <p>VfL Bochum 1848: nachhaltiges Trinkwassersystem im Stadion / Maßnahmen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: Spülung der Urinale im Stadion über ein dem Besucherverhalten angepasstes Zeitprogramm / Beregnung der Rasenplätze über eigenen Tiefbrunnen</p> <p>Hertha BSC: 100% Bewässerung des Stadionrasens durch Regenwasser / wasserlose Urinale bzw. Anpassung der Spülzeiten im Stadion / Verminderung der Wasserdurchflussmengen an den Spülarmaturen im Stadion</p> <p>VfL Wolfsburg: Bewässerung des Stadionrasens mit Wasser aus dem Mittellandkanal (Schonung von Trinkwasserreserven) / über Sensoren gesteuerte Waschbecken im Stadion / 230 wasserlose Urinale im Stadion</p> <p>FC Augsburg 1907: neue Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokusthema Wasser / Beregnung der Plätze mit Brauchwasser / wasserlose Urinale im Stadion</p> <p>VfB Stuttgart 1893: wasserlose Urinale / Verwendung von Grauwasser für Toiletten im Stadion</p> <p>SpVgg Greuther Fürth: innovatives Wasser-aufbereitungskonzept (Folge: Verzicht auf</p>	<p>mithilfe von Grundwasser und Rückführung des Überschusses durch ein Drainage- und Filtersystem</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: Nutzung von Regenwasser zur Bewässerung des Rasens</p> <p>AS Saint-Étienne: Wiederverwendung von aufgefangenem Regenwasser auf dem Trainingsgelände und zur Bewässerung des Stadionrasens</p> <p>Havre AC: Nutzung von Regenwasser zur Beregnung des Rasens und zur Toilettenspülung</p> <p>Valenciennes FC: Nutzung von Regenwasser zur Bewässerung des Rasens / Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs in den Sanitäranlagen</p>
--	---

chemische Zusätze und weniger Wasserverbrauch)

FC Gelsenkirchen-Schalke 04: Spülmaschinen mit wassersparender Technik / Wassersparaufsätze an den Wasserhähnen im Stadion / Nutzung von Brunnenwasser zur Rasenbewässerung und Wiederverwertung des Wassers

Hamburger SV: Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs

1. FC Nürnberg: Bewässerung der Sportanlagen des Trainingsgeländes mit Grau- und Regenwasser / wasserlose Urinale im Stadion

SSV Jahn Regensburg: wassersparende Urinale / Platzberegnung über Brunnenwasser

Karlsruher SC: Nutzung von Regenwasser für die Bewässerung des Stadionrasens und der Grünflächen / Bewässerung der Trainingsplätze über Brunnenwasser

Fortuna Düsseldorf 1895: sensorische Anpassung der Bewässerung der Rasenfläche

FC Ingolstadt 04: Bewässerung des Stadionrasens und der Trainingsplätze mit Grundwasser / wasserlose Urinale im Stadion / berührungslose Wasserhähne

Anhang 4: Mobilität

Deutschland ²⁹²	Frankreich ²⁹³
<p>FC Bayern München: Elektrifizierung der Fahrzeugflotte / Ladepunkte für Elektroautos am Stadion und am Trainingsgelände / 400 kostenlose Fahrradstellplätze am Stadion / Umfrage zur Fanmobilität</p> <p>Borussia Dortmund: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV im gesamten Bundesland NRW / Ladesäulen für Elektroautos am Stadion / Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen (Flüge der Mannschaft) / Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Fahrradständer am Stadion</p> <p>1. FC Union Berlin: Fahrradstellplätze am Stadion</p> <p>SC Freiburg: Ladepunkte für E-Fahrzeuge am Stadion / 3700 Fahrradstellplätze / Fanumfrage zur Optimierung des Reiseverhaltens bei Heimspielen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV</p> <p>RB Leipzig: stückweise Elektrifizierung des Fuhrparks / Ladestationen für E-Autos / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: neben Kompensation</p>	<p>Paris Saint-Germain: Elektrifizierung der Fahrzeugflotte in der Entwicklung / Installation von 600 kostenlosen Fahrradstellplätzen am Stadion</p> <p>Olympique de Marseille: Kollaboration mit der App « StadiumGO » (Car-Sharing-App speziell für Sportveranstaltungen) / Kollaboration mit der SNCF, um den Fans günstigere TER-Tickets anzubieten und damit die Anreise aus den umliegenden Städten zu Heimspielen per Zug attraktiver zu machen</p> <p>OGC Nice: Kollaboration mit der App « StadiumGO » (Car-Sharing-App speziell für Sportveranstaltungen)</p> <p>RC Strasbourg Alsace: Analyse der Fanmobilität per Umfrage</p> <p>Olympique Lyonnais: 500 Fahrradstellplätze sowie Fahrradwege rund um das Stadion / Analyse der Fanmobilität im Laufe der Saison 2021/22 / Installation von Ladepunkten für E-Fahrzeuge / elektrischer, autonom fahrender Shuttle von der nächstgelegenen Straßenbahnhaltestelle zum Stadion / Beginn der Elektrifizierung der Fahrzeugflotte / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV</p> <p>FC Nantes: kostenlose Parkplätze für Autos, die Car-Sharing nutzen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV</p>

²⁹² Quellen 5, 8, 14, 29, 30, 31, 34, 42, 63, 64, 66, 67, 79, 82, 94, 106, 108, 109, 110, 111, 120, 121, 122, 126, 128, 150, 151, 153, 165, 171, 174, 177, 181, 182, 184, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 194, 196, 209, 210, 217, 218, 220, 229, 241, 242, 247, 250, 253, 255

²⁹³ Quellen 13, 18, 21, 35, 40, 41, 73, 87, 99, 101, 103, 114, 118, 138, 139, 145, 152, 156, 157, 158, 164, 172, 179, 201, 223, 224, 226, 239

<p>der eigenen Emissionen auch Kompensation der Emissionen durch Mobilität von Gastmannschaften und Schiedsrichter*innen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Analyse der Fanmobilität per Umfrage</p> <p>1. FC Köln: schrittweise Umstellung der Fahrzeugflotte auf Elektro- und Hybridwagen / Ladepunkte für E-Fahrzeuge am Clubhaus / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber / Analyse der Fanmobilität per Umfrage</p> <p>Eintracht Frankfurt: Ladepunkte für E-Fahrzeuge am Stadion / Umstellung der Dienstfahrzeuge auf E-Fahrzeuge / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Errichtung zusätzlicher Fahrradstellplätze / Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber</p> <p>1. FSV Mainz 05: Kompensation der An- und Abreise der Gastmannschaften und der eigenen Mobilität / Fahrradstellplätze am Stadion / Angebot gemeinsamer Fanreisen zu Auswärtsspielen per Reisebus oder Bahn / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Analyse der Fanmobilität per Umfrage</p> <p>VfL Bochum 1848: Fahrradstellplätze am Stadion / Ladepunkte für E-Fahrzeuge am Stadion / schrittweise Umstellung des Fuhrparks auf Hybrid- bzw. E-Autos</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Fahrradstellplätze (inkl. Anschlussmöglichkeit für E-Bikes) / Ladepunkte für E-Fahrzeuge am Stadion</p>	<p>LOSC Lille: Mobilitätsanalyse der Mannschaften mit dem Ziel, zu reduzieren und zu kompensieren / Kollaboration mit der App « StadiumGO » (Car-Sharing-App speziell für Sportveranstaltungen)</p> <p>Stade Brestois 29: Kollaboration mit der App « OuestGO » (Car-Sharing-App)</p> <p>FC Lorient: Ladestationen für E-Autos am Trainingsgelände</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: reduzierte Preise für ÖPNV-Tickets am Spieltag bei ausgewählten Spielen / kostenlose Parkplätze für Autos, die Car-Sharing nutzen / Fahrradstellplätze</p> <p>AS Saint-Étienne: eigene Car-Sharing-Plattform für Fans</p> <p>Toulouse FC: Fahrradstellplätze am Stadion</p> <p>Havre AC: Kollaboration mit der App « StadiumGO » (Car-Sharing-App speziell für Sportveranstaltungen) / kostenlose Parkplätze für Autos, die Car-Sharing nutzen / Fahrradweg, der das Stadion mit der Innenstadt verbindet / Parkplatz für Elektroroller / kostenlose Shuttleservices z.B. vom Busbahnhof zum Stadion</p> <p>Dijon FCO: Busverbindungen von umliegenden Städten zum Stadion am Spieltag</p> <p>Amiens SC: Kollaboration mit der Plattform « Mobicoop » (Car-Sharing-Plattform) / reservierte Parkplätze für Car-Sharing-Nutzer*innen am Stadion</p> <p>Valenciennes FC: reservierte Parkplätze für Car-Sharing-Nutzer*innen am Stadion / Fahrradwege und Fahrradstellplätze am Stadion</p>
---	---

<p>DSC Arminia Bielefeld: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / einige Hybridautos in der Fahrzeugflotte</p> <p>Hertha BSC: Mobilitätsanalyse der Fananreisen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Fuhrpark mit E-Autos / Ladepunkte für E-Fahrzeuge in den Stadiontiefgaragen</p> <p>VfL Wolfsburg: Kompensation der nicht reduzierbaren CO₂-Emissionen bei Dienst- und Mannschaftsreisen / Nutzung abteilungsbezogener Fahrräder für Mitarbeiter*innen auf dem VfL-Gelände / Ladepunkte für E-Fahrzeuge vor dem Funktionsgebäude und dem VfL-Center / Umstellung des Fuhrparks auf E-Fahrzeuge / Analyse der Fanmobilität per Umfrage / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV</p> <p>FC Augsburg 1907: Ladestation für E-Bikes und E-Roller am Stadion / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Organisation von Sonderzügen für Fans bei Auswärtsspielen / Analyse der Fanmobilität per Umfrage</p> <p>VfB Stuttgart 1893: 300 kostenfreie und überwachte Fahrradstellplätze im Parkhaus am Stadion bei ausgewählten Spielen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Kompensation der Mannschaftsreisen</p> <p>FC St. Pauli v. 1910: Ladepunkte für E-Fahrzeuge auf dem Stadiongelände / gemeinsame An- und Abreise mit dem SV Werder Bremen für das Trainingslager im Januar 2022, um Flüge zu reduzieren</p> <p>SV Werder Bremen: Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV /</p>	<p>Grenoble Foot 38: Verbesserung der ÖPNV-Anbindung / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / Kollaboration mit der App « StadiumGO » (Car-Sharing-App speziell für Sportveranstaltungen)</p> <p>USL Dunkerque: Kollaboration mit der App « Popsleigh » (Car-Sharing-App) / reservierte Parkplätze für Car-Sharing-Nutzer*innen am Stadion</p>
--	---

autofreie Zone am Spieltag um das Stadion herum / gemeinsame An- und Abreise mit dem FC St. Pauli v. 1910 für das Trainingslager im Januar 2022, um Flüge zu reduzieren

SV Darmstadt 1898: Mitfahrportal für die Bildung von Fahrgemeinschaften zu Spielen

FC Gelsenkirchen-Schalke 04: Optimierung des Anreiseverhaltens der Mannschaft bei Auswärtsspielen und Kompensation der nicht vermeidbaren Emissionen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / 600 Fahrradstellplätze am Stadion

Hamburger SV: Leasing von Fahrrädern für die Mitarbeiter*innen über den Arbeitgeber / ökologische Nachhaltigkeit in der Reiserichtlinie für Dienstreisen verankert / Förderung von Elektro- und Hybrid-Autos als Dienstwagen / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV

1. FC Nürnberg: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / große Anzahl an Fahrradständern am Stadion / Ladesäulen für E-Autos / Firmenfuhrpark zu 75% elektrisch

SSV Jahn Regensburg: Ladesäulen für E-Autos am Stadion

SC Paderborn 07: 2000 Fahrradstellplätze / Ladestationen für E-Autos und E-Bikes / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV

Karlsruher SC: neue elektrische Firmenwagen

SG Dynamo Dresden: Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV

Fortuna Düsseldorf 1895: Ladestationen für E-Autos am Stadion / kostenloses ÖPNV-Ticket für alle Heimspiele integriert in die

<p>vereinseigene App / Angebot von gemeinsamen Fanreisen zu Auswärtsspielen</p> <p>FC Ingolstadt 04: 800 Fahrradstellplätze am Stadion / Tickets gleichzeitig Fahrausweis für ÖPNV / am Spieltag kostenloser Shuttle-Bus vom ZOB zum Stadion / einige E-Autos im Fuhrpark der Geschäftsstelle</p>	
--	--

Anhang 5: Müllproduktion

Deutschland ²⁹⁴	Frankreich ²⁹⁵
<p>FC Bayern München: Umstellung auf digitale Tickets (Einsparung von Plastikkarten und Papiertickets und damit von rund 350.000 gedruckten und per Post verschickten Anschreiben) / Mehrwegbecher im Stadion / 90% der Abfälle recycelt</p> <p>Borussia Dortmund: Mülltrennung im Stadion / teilweise Mehrwegbecher im Stadion / Verzicht auf Plastikstrohhalm und -besteck / transparente Abfallbehälter in der Geschäftsstelle zum Sichtbarmachen der Abfallmengen</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: digitale Schließsysteme im Stadion zur Vermeidung von Batterien / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>1. FC Union Berlin: Mehrwegbecher im Stadion / Großbehälter für Senf und Ketchup im Stadion / Vermeidung von Einweggeschirr im Stadion</p> <p>SC Freiburg: Mülltrennung an allen Standorten</p>	<p>Paris Saint-Germain: kompletter Verzicht auf Einwegplastik an allen Standorten ab Ende der Saison 2021/22 / Mülltrennung an allen Standorten / Umstellung auf digitale Jahreskarten ab der Saison 2020/21 / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Olympique de Marseille: Mülltrennung im Stadion und Wiederverwertung von 70% der Abfälle / Sammeln und Recycling der Verschlüsse von Plastikflaschen / Mehrwegbecher im Stadion / recyceltes Papier und Mülltrennung in der Geschäftsstelle seit der Saison 2007/08</p> <p>OGC Nice: Möglichkeit zum Erwerb digitaler Tickets / Mülltrennung im Stadion</p> <p>RC Strasbourg Alsace: Mülltrennung im Stadion und in den Büros / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Olympique Lyonnais: Ausstattung der Mannschaften mit individuellen, wiederverwendbaren</p>

²⁹⁴ Quellen 2, 5, 6, 10, 26, 29, 31, 34, 48, 54, 64, 65, 77, 80, 81, 83, 84, 97, 109, 121, 122, 126, 150, 153, 166, 174, 176, 177, 184, 186, 187, 188, 189, 192, 195, 196, 199, 208, 211, 221, 232, 234, 235, 251, 255

²⁹⁵ Quellen 15, 35, 36, 38, 43, 68, 69, 86, 89, 100, 101, 104, 105, 112, 113, 115, 130, 131, 133, 134, 141, 143, 146, 150, 152, 155, 163, 164, 180, 198, 202, 203, 227, 240

<p>ten / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>RB Leipzig: Tageskarten nur noch digitale Tickets / Mehrwegbecher im Stadion / Verpackungen und Gegenstände im Catering aus recyceltem Material</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: Möglichkeit zum Kauf digitaler Tickets / Herstellung von Graspapier aus dem Grünschnitt des Stadionrasens und Verwendung zur Produktion von Autogrammkarten / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>1. FC Köln: Wertstofftrennung in den Büros / Entwicklung eines Wertstoffbehältersystems zur Reduktion der Restabfallmengen / Mehrwegbecher im Stadion / Ausgabe von wiederverwendbaren Brotdosen an alle Mitarbeiter*innen, um Einweg-Schaumstoffbehälter aus der Kantine zu vermeiden / Recycling von 85% der Abfälle</p> <p>Eintracht Frankfurt: Mehrwegbecher im Stadion / Entfernung aller Einwegkunststoffe an allen Standorten / Mülltrennung im Stadion & Recycling / ausschließlich digitale Belege bei Bestellungen im Onlineshop</p> <p>1. FSV Mainz 05: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: Mehrwegbecher im Stadion / Mülltrennung / Dauerkarten & Mitgliedsausweise nicht aus Plastik, sondern aus Holz</p> <p>DSC Arminia Bielefeld: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Hertha BSC: Nutzung von Recycling-Papier bei Papierhandtüchern und Toilettenpapier / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>VfL Wolfsburg: Mehrwegbecher im Stadion /</p>	<p>ren Trinkflaschen aus recyceltem Material (um Einwegwasserflaschen aus Plastik zu ersetzen) / Mülltrennung im Stadion</p> <p>RC Lens: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>FC Nantes: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>LOSC Lille: Umstellung auf digitale Jahreskarten ab der Saison 2021/22 / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Stade Brestois 29: Angebot digitaler Tickets</p> <p>Clermont Foot 63: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>FC Lorient: Mülltrennung im Stadion / Sammeln und Recycling der Verschlüsse von Plastikflaschen</p> <p>FC Metz: recycelbare Becher im Stadion / Container zur Mülltrennung neben dem Stadion / VIP-Tickets nur noch digital / Durchführung eines Audits mit dem Ziel der Reduktion von Abfällen an Spieltagen</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: Installation von Sammelstationen für Plastikflaschen im Stadion und Trainingsgelände zum späteren Recycling / recycelbare Becher im VIP-Bereich / Installation von Aschenbechern, zum späteren Recycling der Zigarettenstummel / Ausstattung der Mannschaften mit individuellen, wiederverwendbaren Trinkflaschen (zur Reduktion von Plastikflaschen) / Sammeln und Recycling von benutzten medizinischen Gesichtsmasken auf dem Trainingsgelände / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>AS Saint-Étienne: Mehrwegbecher im Stadion</p>
--	---

<p>nachhaltige Büroartikel / Politik zur Reduzierung von Mikroplastikabfällen / digitale Gehaltsabrechnungen zur Reduktion der Ausdrucke / Drucker nur noch mit Recyclingpapier</p> <p>FC Augsburg 1907: große Ketchup- und Senfspender statt kleiner Plastikverpackungen / recycelbare Becher, Teller und Tablett / Recycling von 65% der Abfälle</p> <p>VfB Stuttgart 1893: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SpVgg Greuther Fürth: Mehrwegbecher im Stadion / Mülltrennung</p> <p>SV Darmstadt 1898: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>FC St. Pauli v. 1910: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SV Werder Bremen: Mehrwegbecher im Stadion / FSC-zertifizierte Kataloge, Flyer und Geschäftspapier / Werder-Magazin als E-Paper</p> <p>FC Gelsenkirchen-Schalke 04: digitaler Inventurprozess des Caterings (Verzicht auf Papier) / Ausgabe von Softgetränken im Stadion in Flaschen statt Plastikbechern / Verzicht auf Strohhalme / Versand von Geburtstagsgrüßen an die Mitglieder nur noch per E-Mail, nicht mehr per Post / Recycling der Plastikbecher im Stadion und Herstellung von neuen Bechern aus dem Granulat</p> <p>Hamburger SV: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>1. FC Heidenheim 1846: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>1. FC Nürnberg: schrittweise Umstellung auf papierlose Unternehmensprozesse / Mülltren-</p>	<p>Toulouse FC: Installation von Sammelstationen für Plastikflaschen am Stadion</p> <p>AC Ajaccio: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>FC Sochaux-Montbéliard: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Havre AC: Mülltrennung im Stadion</p> <p>Chamois Niortais FC: Umstellung auf digitale Tickets / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Nîmes Olympique: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Quevilly Rouen Métropole: Sammeln und Recycling der Verschlüsse von Plastikflaschen</p> <p>En Avant Guingamp: Mehrwegbecher im Stadion / Mülltrennung im Stadion</p> <p>Amiens SC: Ersatz von Einweggeschirr im Stadion durch biologisch abbaubare Teller aus Maisstärke / Mehrwegbecher im Stadion / überwachte Mülltrennung im Stadion / Digitalisierung von Spieltagsflyern</p> <p>Stade Malherbe Caen: Installation von Aschenbechern zum späteren Recycling der Zigarettenstummel</p> <p>Valenciennes FC: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SC Bastia: Mülltrennung im Stadion / Sammeln und Recycling der Verschlüsse von Plastikflaschen</p> <p>Grenoble Foot 38: Sammeln und Recycling der Verschlüsse von Plastikflaschen</p> <p>USL Dunkerque: Ausstattung der Spieler mit individuellen, wiederverwendbaren Trinkflaschen</p>
--	--

<p>nung im Stadion und in der Geschäftsstelle / verpackungslose Ausgabe von Speisen / Nutzung von Altpapier / nachhaltige Büroartikel / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SSV Jahn Regensburg: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SC Paderborn 07: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Karlsruher SC: teilweise Umstellung auf digitale Tickets / Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Kieler SV Holstein v. 1900: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Hannover 96: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>SV Sandhausen 1916: Mehrwegbecher im Stadion</p> <p>Fortuna Düsseldorf 1895: Mehrwegbecher im Stadion / FSC-zertifizierte Print-Produkte / Einführung von digitalen Tickets / digitale Einladungen und Weihnachtsgrüße / Trinkbrunnen auf der gesamten Geschäftsstelle zur Vermeidung von Wasserflaschen</p> <p>FC Ingolstadt 04: Mehrwegbecher im Stadion</p>	
--	--

Anhang 6: Technologie

Deutschland ²⁹⁶	Frankreich ²⁹⁷
<p>Borussia Dortmund: Austausch von energieintensiven Servern / Ersetzen von Desktop-Geräten durch Laptops / Recycling von aufgebrauchten Tonerkartuschen / regelmäßige Spende von Altgeräten</p>	<p>OGC Nice: WLAN im Stadion</p> <p>Olympique Lyonnais: Optimierung der Verbräuche elektrischer Geräte im Stadion</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: Sensibilisierung</p>

²⁹⁶ Quellen 5, 29, 31, 33, 206, 221, 255

²⁹⁷ Quellen 37, 72, 104

<p>1. FC Köln: Reduzierung der Druckeranzahl / Umstellung auf umweltfreundlichere Tintenstrahldrucker</p> <p>1. FSV Mainz 05: klimaneutrale Drucker</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: CO₂-neutraler Druck von Printmaterialien</p> <p>VfL Wolfsburg: Effizienzgewinne bei der Digitalisierung der Verwaltung</p> <p>SV Werder Bremen: Einsatz umweltfreundlicher Wachsdrucker in der Geschäftsstelle</p>	<p>der Mitarbeiter*innen zum regelmäßigen Leeren des E-Mail-Postfachs und zum Schwarz-Weiß-Drucken</p>
--	--

Anhang 7: Ernährung

Deutschland ²⁹⁸	Frankreich ²⁹⁹
<p>FC Bayern München: vegetarische Pizzen und vegane Sandwiches an einigen Kiosken</p> <p>Borussia Dortmund: möglichst regionale Lebensmittel / Beschaffung von zertifizierten Lebensmitteln / genaue Mengenkalkulation bei der Bedarfsplanung / vegane und vegetarische Alternativen im Stadion</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: vegane Optionen im Stadion</p> <p>1. FC Union Berlin: Produkte aus ökologischem Anbau und saisonale Lebensmittel aus der Region im Stadion bevorzugt / vegane Snacks im Stadion</p> <p>SC Freiburg: lokale, klimaschonende Anbieter (kurze Anfahrtswege und vorwiegend regionale Produkte) / vegane Optionen im Stadion</p>	<p>Paris Saint-Germain: Partnerschaften mit gemeinnützigen Vereinen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen / regionales Obst und Gemüse sowie eigener Anbau von Lebensmitteln für die Verpflegung der Spieler und Mitarbeiter*innen / veganer Imbiss im neu eröffneten Fanshop</p> <p>Olympique de Marseille: umweltbewusste Lebensmittel im Stadion mithilfe eines Partners / Bestreben, die Einkaufspolitik nachhaltiger und lokaler zu gestalten / Spende nicht verbrauchter Lebensmittel</p> <p>Stade de Reims: lokale und saisonale Lebensmittel im Stadion</p> <p>FC Lorient: hauptsächlich regionale Lebensmittel von lokalen Caterern im VIP-Bereich</p>

²⁹⁸ Quellen 3, 17, 28, 29, 31, 50, 56, 64, 83, 96, 109, 110, 148, 167, 174, 182, 183, 185, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 196, 208, 253, 255

²⁹⁹ Quellen 20, 35, 36, 40, 43, 51, 105, 144, 152, 159, 162, 164, 223

<p>RB Leipzig: vegane Produkte im Stadion / Überarbeitung des Ernährungskonzepts der Spieler / lokale Hersteller und Lieferanten</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: vegane und vegetarische Produkte im Stadion und in den Kantinen / Speisen im Stadion möglichst regional und saisonal</p> <p>1. FC Köln: vegane Angebote im Stadion und der Mitarbeiter*innen-Kantine / 80% regionale Speisen und Getränke</p> <p>Eintracht Frankfurt: vegetarische und vegane Gerichte im Stadion und in der Mitarbeiter*innen-Kantine / lokaler Caterer mit saisonalen und regionalen Produkten / alle Verpackungen künftig biologisch abbaubar</p> <p>1. FSV Mainz 05: vegane Angebote im Stadion</p> <p>Borussia VfL 1900 Mönchengladbach: hauptsächlich lokale Lebensmittel in der Stadiongastronomie / Spende nicht verwendeter Lebensmittel / vegane Optionen im Stadion</p> <p>VfL Wolfsburg: Nachhaltigkeitskriterien für Caterer / mehr Fokus auf biologische und regionale Produkte / vegane und vegetarische Optionen an allen Standorten erhältlich</p> <p>FC Augsburg 1907: hauptsächlich regionale Produkte im Business-Bereich / vegane Angebote für Mitarbeiter*innen</p> <p>VfB Stuttgart 1893: vegane Optionen im Stadion / neues Catering-Konzept mit Fokus auf Regionalität ab 2021/22</p>	<p>AS Monaco FC: eigener Anbau von Lebensmitteln am Trainingsgelände zur Verpflegung der Spieler</p> <p>RC Strasbourg Alsace: Ausgabe nicht verbrauchter Lebensmittel an die am Spieltag aktiven Volunteers</p> <p>Olympique Lyonnais: Kompostierung der Lebensmittelabfälle des Stadions direkt am Trainingsgelände / Spende nicht verbrauchter Lebensmittel</p> <p>FC Metz: Frühstück der Spieler mit unverpackten und Bio-Produkten</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: 15% der im VIP-Bereich angebotenen Lebensmittel aus lokaler Herkunft / Spende nicht verbrauchter Lebensmittel</p> <p>Amiens SC: Spende nicht verbrauchter Lebensmittel und Verkauf über die App „Too Good To Go“</p>
--	--

<p>SpVgg Greuther Fürth: Speiseangebote zu 100% aus der Region / Verwertung der Speiseabfälle</p> <p>FC St. Pauli v. 1910: kontinuierliche Erweiterung des Stadioncaterings um vegetarische und vegane Bio-Gerichte</p> <p>FC Gelsenkirchen-Schalke 04: Stadion-Catering nach ZNU-Standard zertifiziert / vegane Speisen im Stadion angeboten</p> <p>1. FC Heidenheim 1846: internes Mitarbeiter*innen-Resteessen nach jedem Heimspiel zur Verwertung der übrig gebliebenen Speisen, die nicht gespendet werden dürfen</p> <p>Hamburger SV: vegane Produkte im Stadion</p> <p>1. FC Nürnberg: Bio- und vegetarische bzw. vegane Produkte im Stadion / viele regionale Anbieter</p> <p>SSV Jahn Regensburg: regional bezogene Lebensmittel / verpackungsfrei bzw. mit Papierverpackung ausgegeben</p> <p>Fortuna Düsseldorf 1895: Resteessen für bedürftige Menschen nach jedem Heimspiel zur Verwertung der übrig gebliebenen Speisen / vegane Produkte im Stadion</p>	
--	--

Anhang 8: Sonstiges

Deutschland ³⁰⁰	Frankreich ³⁰¹
FC Bayern München: EMAS-Zertifizierung für die Allianz Arena (für Umweltschutzmaß-	Paris Saint-Germain: Unterzeichner des „Sports for Climate Action Framework“ ³⁰⁵ /

³⁰⁰ Quellen 4, 5, 9, 24, 29, 30, 58, 75, 94, 108, 119, 121, 128, 150, 166, 177, 209, 215, 230, 245, 252, 253, 255, 256

³⁰¹ Quellen 12, 15, 19, 21, 88, 100, 102, 131, 145, 154, 155, 156, 159, 164, 204, 240

<p>nahmen im Stadion)</p> <p>Borussia Dortmund: Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen drei Scopes / Unterzeichnung des UN Global Compacts³⁰²</p> <p>Bayer 04 Leverkusen: kompostierbarer Hybridrasen im Stadion / Zertifizierung „sustainable Club Silber“³⁰³ / Erstellung einer CO₂-Bilanz</p> <p>RB Leipzig: nachhaltiger Austausch der Stadionsitze (100% Recycling der alten Sitze zu neuen Kunststoffartikeln, neue Sitze zu ca. 80% aus recyceltem Plastik) / Erstellung einer CO₂-Bilanz</p> <p>TSG 1899 Hoffenheim: Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen drei Scopes / klimaneutral seit der Saison 2019/20 / Teil der „Allianz für Entwicklung und Klima“³⁰⁴</p> <p>1. FC Köln: Teil der „Allianz für Entwicklung und Klima“ / wirtschaftet seit 2021 klimaneutral / zertifiziert nach dem ZNU-Standard nachhaltiger Wirtschaften (TÜV Rheinland) / Unterzeichner des „Sports for Climate Action</p>	<p>Unterzeichner der « Charte des 15 engagements éco-responsables »³⁰⁶</p> <p>Olympique de Marseille: ISO 20121 - Zertifizierung (Norm für nachhaltiges Eventmanagement) / Erstellung einer CO₂-Bilanz bereits 2009 / Unterzeichner der « Charte des 15 engagements éco-responsables »</p> <p>OGC Nice: Bau des Stadions mit einem Maximum an natürlichen und erneuerbaren Ressourcen (Holz-Metall-Konstruktion) / Unterzeichner der « Charte des 15 engagements éco-responsables »</p> <p>RC Strasbourg Alsace: “Fair Play For Planet“-Zertifizierung³⁰⁷</p> <p>Stade Rennais F.C.: Bau des neuen Trainingsgeländes inkl. Geschäftsstelle mit natürlichen und erneuerbaren Ressourcen (Holzkonstruktionen)</p> <p>AS Monaco FC: Unterstützung von WWF France</p> <p>Olympique Lyonnais: Unterzeichner der</p>
--	---

³⁰⁵ „‘Sports for Climate Action‘ folgt gemäß des Pariser Abkommens der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen mit dem Ziel des Klimaschutzes. Dabei sollen Sportler bei der Erreichung der globalen Klimaziele unterstützt und Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden.“ (Quelle 58)

³⁰² „Der UN Global Compact ist die freiwillige Wirtschaftsinitiative der Vereinten Nationen für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung“ (Quelle 30, S. 38)

³⁰³ „Das Nachhaltigkeits- und CSR-Managementsystem, das im Dialog mit den Klubs entwickelt wurde und unabhängig von der DEKRA überprüft wird, ist speziell auf den Profisport zugeschnitten. Es orientiert sich an international anerkannten Standards und umfasst rund 180 Bewertungskriterien der Felder Ökologie, Ökonomie und Soziales. Die besondere Rolle von Sportorganisationen, Vereinen und Verbänden wird dabei berücksichtigt.“ (Quelle 252)

³⁰⁴ „Ansatz des Bündnisses ist es, Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung zu verbinden. Die Mitglieder streben an, klimaneutral zu werden, indem sie Emissionen vermeiden, reduzieren und kompensieren.“ (Quelle 230)

³⁰⁶ „Diese Charta [...] zielt auf ehrgeizige und quantifizierte Ziele sowohl im Bereich des Umweltschutzes als auch der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung ab - Verpflichtungen, die von den Hauptakteuren der französischen Sportveranstaltungen gemeinsam unterzeichnet wurden.“ (Quelle 154, übersetzt aus dem Französischen)

³⁰⁷ „Fair Play For Planet ist das erste Umweltzeichen für Sportvereine und -veranstaltungen. [...] FFPF-Auditoren und -Experten führen das Audit anhand eines umfassenden Fragebogens mit über 300 Fragen durch.“ (Quelle 164, übersetzt aus dem Französischen)

<p>Framework“ / Erstellung einer CO₂-Bilanz</p> <p>1. FSV Mainz 05: seit 2010 der erste klimaneutrale Verein der Bundesliga / Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen drei Scopes</p> <p>Hertha BSC: Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen drei Scopes</p> <p>DSC Arminia Bielefeld: Analyse des CO₂-Fußabdrucks</p> <p>VfL Wolfsburg: Unterzeichner des „Sports for Climate Action Framework“ / Ziel der Klimaneutralität („Netto-Null“) 2025 durch Reduktion plus Kompensation in Anlehnung an die „Race To Zero“-Initiative der UN / Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen 3 Scopes / Teil der „Allianz für Entwicklung und Klima“ / Zertifizierung „sustainClub Gold“</p> <p>VfB Stuttgart 1893: Zertifizierung „sustainClub Silber“</p> <p>FC St. Pauli v. 1910: Zertifizierung „sustainClub Bronze“</p> <p>SV Werder Bremen: Zertifizierung „sustainClub Silber“ / Erstellung einer CO₂-Bilanz</p> <p>Hamburger SV: Umweltmanagementsystem nach ISO 14001</p> <p>SC Paderborn 07: Zertifizierung „sustainClub Bronze“ / Erstellung einer CO₂-Bilanz in allen drei Scopes</p> <p>Fortuna Düsseldorf 1895: Unterzeichner des „Sports for Climate Action Framework“</p>	<p>« Charte des 15 engagements écoresponsables » / “Fair Play For Planet“-Zertifizierung / Verzicht auf Pflanzenschutzmittel bei der Rasenpflege / Erstellung einer CO₂-Bilanz und Entwicklung einer Strategie zur Reduzierung von CO₂-Emissionen</p> <p>LOSC Lille: Mitglied der UN-Initiative „Climate Neutral Now“³⁰⁸ / Unterzeichner der « Charte des 15 engagements écoresponsables »</p> <p>FC Lorient: Reduktion von Pflanzenschutzmitteln bei der Rasenpflege im Stadion</p> <p>FC Metz: Reduktion von Pflanzenschutzmitteln bei der Rasenpflege im Stadion und auf dem Trainingsgelände</p> <p>FC Girondins de Bordeaux: Unterzeichner der « Charte des 15 engagements écoresponsables »</p> <p>AS Saint-Étienne : Unterzeichner des „Sports for Climate Action Framework“ / Ziel der Klimaneutralität („Netto-Null“) 2040 in Anlehnung an die „Race To Zero“-Initiative der UN / Erstellung einer CO₂-Bilanz</p> <p>Havre AC: Engagement mit „Fair Play For Planet“, zugehöriger Zertifizierungsprozess laufend (bis voraussichtlich April 2022)</p>
--	--

³⁰⁸ „Die Initiative Climate Neutral Now ermutigt Organisationen und andere gesellschaftliche Akteure, ihre Treibhausgasemissionen freiwillig zu messen, zu reduzieren und zu kompensieren. Das Ziel [...] besteht somit darin, [...] CO₂-neutral zu werden.“ (Quelle 145, übersetzt aus dem Französischen)

Anhang 9: Analyse der Maßnahmen in Deutschland³⁰⁹

Deutschland (Tabellenstand 31.01.2022)							
Liga	Verein	Platz	Rohergebnis 18/19	Rohergebnis 19/20	Überschuss 18/19	Überschuss 19/20	Anzahl Maßnahmen
1	FC Bayern München	1	713.811	664.774	52.645	9.804	17
1	Borussia Dortmund	2	475.997	473.687	17.391	-43.953	27
1	Bayer 04 Leverkusen	3	259.187	271.321	0	0	17
1	1. FC Union Berlin	4	60.057	71.632	270	-7.769	9
1	SC Freiburg	5	91.820	85.239	6.934	95	20
1	RB Leipzig	6	274.612	325.057	4.454	8.858	17
1	TSG 1899 Hoffenheim	7	161.760	227.916	252	594	18
1	1. FC Köln	8	106.636	114.748	1.031	-24.669	29
1	Eintracht Frankfurt	9	301.430	146.006	36.890	-37.173	28
1	1. FSV Mainz 05	10	144.474	115.127	15.811	-2.149	19
1	VfL Bochum 1848	11	33.775	32.837	819	-2.976	7
1	Borussia VfL 1900 Mönchengladbach	12	200.449	154.748	12.167	-16.765	16
1	Hertha BSC	13	140.782	111.935	-26.032	-53.461	22
1	DSC Arminia Bielefeld	14	45.116	30.468	5.402	-1.991	6
1	VfL Wolfsburg	15	193.619	210.923	0	0	33
1	FC Augsburg 1907	16	95.522	99.541	9.607	1.239	16
1	VfB Stuttgart 1893	17	165.971	92.287	9.354	-28.363	17
1	SpVgg Greuther Fürth	18	26.626	22.368	-527	-3.956	7
SUMME			3.491.644	3.250.614	146.468	-202.635	325
2	SV Darmstadt 1898	1	30.598	31.047	1.165	903	4
2	FC St. Pauli v. 1910	2	49.684	47.453	1.522	-557	10
2	SV Werder Bremen	3	151.547	118.517	3.513	-23.775	16
2	FC Gelsenkirchen-Schalke 04	4	263.167	169.503	-27.123	-53.073	18
2	Hamburger SV	5	126.205	94.921	-7.963	-6.697	13
2	1. FC Heidenheim 1846	6	39.891	34.055	465	-1.302	3
2	1. FC Nürnberg	7	71.034	53.795	8.750	1.752	23
2	SSV Jahn Regensburg	8	19.613	24.292	2.654	5.394	11
2	SC Paderborn 07	9	26.685	32.241	-2.780	5.067	12
2	Karlsruher SC	10	5.050	21.929	-5.512	-18.660	11
2	Kieler SV Holstein v. 1900	11	30.813	27.151	3.432	-1.314	3
2	SG Dynamo Dresden	12	k.A.	32.326	k.A.	1.252	2
2	Hannover 96	13	103.019	55.255	-3.246	-11.141	3
2	SV Sandhausen 1916	14	21.057	16.968	140	-1.737	1
2	F.C. Hansa Rostock	15	k.A.	17.391	k.A.	-1.307	1
2	Fortuna Düsseldorf 1895	16	70.152	80.375	2.133	4	21
2	FC Erzgebirge Aue	17	20.460	19.516	535	13	2
2	FC Ingolstadt 04	18	k.A.	18.770	k.A.	-7.723	11
SUMME			1.028.975	895.505	-22.315	-112.901	165
GESAMT			4.520.619	4.146.119	124.153	-315.536	490

Prozentverteilung

77 % zu 23%

78% zu 22%

66% zu 34%

Finanzdaten in k Euro

oberstes Drittel unterstes Drittel

³⁰⁹ Quellen 44, 45, 46, 47

Anhang 10: Analyse der Maßnahmen in Frankreich³¹⁰

Frankreich (Tabellenstand 14.02.2022)							
Liga	Verein	Platz	Einnahmen 18/19	Einnahmen 19/20	Überschuss 18/19	Überschuss 19/20	Anzahl Maßnahmen
1	Paris Saint-Germain	1	658.677	559.846	27.627	-124.204	13
1	Olympique de Marseille	2	129.574	118.882	-91.418	-97.843	17
1	OGC Nice	3	54.396	42.932	6.724	-14.550	11
1	RC Strasbourg Alsace	4	48.667	37.826	4.927	2.327	7
1	Stade Rennais F.C.	5	79.643	61.203	-1.025	-1.935	1
1	AS Monaco FC	6	111.647	62.332	3	-2	4
1	Olympique Lyonnais	7	309.024	180.693	6.404	-36.606	20
1	RC Lens	8	18.002	14.740	-11.084	-12.139	2
1	FC Nantes	9	51.096	36.717	516	-1.157	6
1	LOSC Lille	10	64.235	95.465	-66.587	22.250	10
1	Montpellier Hérault SC	11	51.078	35.836	3.472	2.764	0
1	Stade Brestois 29	12	16.839	28.528	8	2.927	2
1	Angers SCO	13	34.653	27.412	-11.333	7.998	0
1	Stade de Reims	14	41.443	34.175	103	1.964	3
1	Clermont Foot 63	15	8.075	7.565	1.451	1.335	1
1	ESTAC Troyes	16	13.876	11.059	2.046	1.517	0
1	FC Lorient	17	12.412	10.453	1.572	780	8
1	AS Saint-Étienne	18	74.374	113.191	536	406	9
1	FC Metz	19	19.514	27.710	-3.667	-10.275	8
1	FC Girondins de Bordeaux	20	71.293	54.035	-25.702	-34.933	18
SUMME			1.868.518	1.560.600	-155.427	-289.376	140
2	Toulouse FC	1	36.648	36.124	10.274	-4.871	3
2	Paris FC	2	7.761	9.882	324	-4.027	0
2	FC Sochaux-Montbéliard	3	9.396	8.434	-5.064	5.078	1
2	AC Ajaccio	4	7.778	8.369	-4.325	3.579	1
2	AJ Auxerre	5	9.678	7.713	-6.449	1.078	0
2	Havre AC	6	12.350	10.983	-3.700	2.171	11
2	Chamois Niortais FC	7	8.581	7.996	974	-338	2
2	Nîmes Olympique	8	32.264	20.900	3.206	8.462	2
2	Pau FC	9	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	0
2	En Avant Guingamp	10	39.124	14.683	423	405	2
2	Amiens SC	11	32.432	25.680	3.323	4.011	7
2	Stade Malherbe Caen	12	36.205	15.347	698	-85	1
2	Dijon FCO	13	34.129	27.563	1.389	3.541	1
2	Rodez Aveyron Football	14	k.A.	6.881	k.A.	1.022	0
2	SC Bastia	15	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	2
2	Quevilly Rouen Métropole	16	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	1
2	Valenciennes FC	17	8.468	8.908	-2.526	369	6
2	USL Dunkerque	18	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	4
2	Grenoble Foot 38	19	8.376	7.680	272	556	5
2	AS Nancy-Lorraine	20	12.491	10.555	-2.907	-3.394	1
SUMME			295.681	227.698	-4.088	17.557	50
GESAMT			2.164.199	1.788.298	-159.515	-271.819	190
Prozentverteilung			86% zu 14%	87% zu 13%			74% zu 26%

³¹⁰ Quellen 140, 142

Anhang 11: Aufteilung der Maßnahmen nach Kategorien

Kategorie	Maßnahme	Deutschland	Frankreich
Merchandise, Textilien und Materialien	nachhaltige Kollektion	21	3
	recycelte Textilien	18	4
	Textilien aus Biobaumwolle	7	1
	Upcycling	7	3
	lokale Herstellung	6	6
	Vermeidung Plastiktüten	8	0
GESAMT		67	17
Energie- verbrauch	Senkung Energieverbrauch	14	8
	LED-Beleuchtung	20	3
	Photovoltaikanlage	20	8
	Ökostrom/erneuerbare Energien	25	2
	Energiemanagementsystem	12	0
	optimierte Heizung	13	7
GESAMT		104	28
Wasser- verbrauch	Senkung Wasserverbrauch	18	2
	Regen-, Grund- und Grauwasser	16	13
	wasserlose Toiletten	10	0
GESAMT		44	15
Mobilität	Elektrifizierung Fahrzeugflotte	12	2
	Ladepunkte für E-Autos	16	2
	Fahrradstellplätze	13	5
	Umfrage Fanmobilität	8	2
	Tickets = Fahrausweis ÖPNV	22	5
	Kompensation Auswärtsfahrten	6	1
	Leasing von Fahrrädern (Mitarbeiter*innen)	7	0
	Car-Sharing-Portale (Fans)	1	10
	reservierte Parkplätze für Car-Sharing-Nutzer*innen	0	5
GESAMT		85	32
Müllproduktion	Umstellung auf digitale Tickets	5	6
	Mehrwegbecher im Stadion	30	16
	Recycling von Abfällen	5	12
	Mülltrennung	7	11
	Gegenstände aus recyceltem Material	10	6
	papierlose Unternehmensprozesse	7	1
GESAMT		64	52
Technologie	Optimierung Drucker	5	1
	Geräte- und Serveroptimierung	3	2
GESAMT		8	3
Ernährung	vegane und vegetarische Speisen	19	1
	lokale/regionale Lebensmittel	13	6
	saisonale Lebensmittel	3	1
	Verwertung nicht verwendeter Lebensmittel	4	7
GESAMT		39	15
Sonstiges	Zertifizierung	8	4
	Unterzeichnungen	7	9
	Erstellung CO ₂ -Bilanz	11	3
	Klimaneutralität	4	2
GESAMT		30	18

Anhang 12: Anteil Fernsehgelder an den Budgets französischer Klubs³¹¹

Ligue 1			Ligue 2		
Verein	Saison 18/19	Saison 19/20	Verein	Saison 18/19	Saison 19/20
Amiens SC	67%	61%	AC Ajaccio	65%	67%
Angers SCO	68%	66%	Gazélec FC Ajaccio	73%	/
FC Girondins de Bordeaux	61%	39%	AJ Auxerre	56%	60%
Stade Malherbe Caen	65%	/	AS Béziers	61%	/
Dijon FCO	62%	58%	Stade Brestois 29	35%	/
En Avant Guingamp	67%	/	Berrichonne de Châteauroux	63%	70%
LOSC Lille	62%	65%	Clermont Foot 63	67%	64%
Olympique Lyonnais	k.A.	k.A.	Grenoble Foot 38	57%	55%
Olympique de Marseille	46%	46%	Havre AC	51%	46%
AS Monaco FC	68%	40%	RC Lens	35%	40%
Montpellier Hérault SC	62%	58%	FC Lorient	56%	54%
FC Nantes	54%	50%	FC Metz	50%	/
OGC Nice	63%	60%	AS Nancy-Lorraine	50%	46%
Nîmes Olympique	76%	61%	Chamois Niortais FC	59%	55%
Paris Saint-Germain	24%	23%	US Orléans	57%	51%
Stade de Reims	64%	64%	Paris FC	70%	45%
Stade Rennais F.C.	64%	64%	Red Star FC	64%	/
AS Saint-Étienne	57%	33%	FC Sochaux-Montbéliard	57%	55%
RC Strasbourg Alsace	53%	51%	ESTAC Troyes	63%	54%
Toulouse FC	63%	67%	Valenciennes FC	60%	52%
Stade Brestois 29	/	51%	Stade Malherbe Caen	/	60%
FC Metz	/	53%	FC Chambly Oise	/	67%
			En Avant Guingamp	/	61%
			Le Mans FC	/	40%
			Rodez Aveyron Football	/	69%
DURCHSCHNITT	60%	53%	DURCHSCHNITT	57%	54%

³¹¹ Quellen 140, 142

Teil B: Interviews

Anhang 13: Rückmeldestatus der Anfragen für Interviews

Verein	Status Interviewanfrage
FC Bayern München	Absage aus Kapazitätsgründen
Borussia Dortmund	Interview geführt
SC Freiburg	Absage aus Kapazitätsgründen
Bayer 04 Leverkusen	Keine Rückmeldung
1. FSV Mainz 05	Interview geführt
1. FC Union Berlin	Absage, da die Informationen über Nachhaltigkeit zu sehr im Verein verteilt sind und kein*e alleinige*r Ansprechpartner*in zur Verfügung steht
VfL Wolfsburg	Absage aus Kapazitätsgründen
RB Leipzig	Absage aufgrund der Vertraulichkeit der Informationen
TSG 1899 Hoffenheim	Interview geführt
Borussia VfL 1900 Mönchengladbach	Absage aus Kapazitätsgründen
1. FC Köln	Interview geführt
Hertha BSC	Interview geführt
VfB Stuttgart 1893	Interview geführt
VfL Bochum 1848	Interview geführt
Eintracht Frankfurt	Absage aus Kapazitätsgründen
FC Augsburg 1907	Absage aus Kapazitätsgründen
DSC Arminia Bielefeld	Interview geführt (Antworten allerdings erst am 18.02.2022 erhalten und damit nicht Teil der Arbeit)
SpVgg Greuther Fürth	Interview geführt
FC St. Pauli v. 1910	Absage aus Kapazitätsgründen
SSV Jahn Regensburg	Absage aus Kapazitätsgründen
FC Gelsenkirchen-Schalke 04	Interview geführt
SC Paderborn 07	Interview geführt
1. FC Nürnberg	Keine Rückmeldung
SV Darmstadt 1898	Interview geführt
Hamburger SV	Interview nur mit Sperrvermerk möglich, daher Absage
1. FC Heidenheim 1846	Absage aus Kapazitätsgründen
Karlsruher SC	Interview geführt
SV Werder Bremen	Interview geführt
Fortuna Düsseldorf 1895	Keine Rückmeldung
F.C. Hansa Rostock	Keine Rückmeldung
SG Dynamo Dresden	Interview geführt
Hannover 96	Absage, da an einer Nachhaltigkeitsstrategie gearbeitet wird und die Informationen noch nicht veröffentlicht werden dürfen
SV Sandhausen 1916	Keine Rückmeldung
Kieler SV Holstein v. 1900	Keine Rückmeldung
FC Erzgebirge Aue	Absage aus Kapazitätsgründen
FC Ingolstadt 04	Interview geführt
Paris Saint-Germain	Keine Rückmeldung
OGC Nice	Keine Rückmeldung
RC Lens	Keine Rückmeldung
Olympique de Marseille	Absage aus Kapazitätsgründen
Stade Rennais F.C.	Keine Rückmeldung
Olympique Lyonnais	Absage aus Kapazitätsgründen
RC Strasbourg Alsace	Interview geführt
Angers SCO	Keine Rückmeldung
AS Monaco FC	Keine Rückmeldung

FC Nantes	Keine Rückmeldung
Montpellier Hérault SC	Absage, da die Informationen über Nachhaltigkeit zu sehr im Verein verteilt sind und kein*e alleinige*r Ansprechpartner*in zur Verfügung steht
LOSC Lille	Keine Rückmeldung
FC Lorient	Keine Rückmeldung
ESTAC Troyes	Keine Rückmeldung
Clermont Foot 63	Keine Rückmeldung
FC Girondins de Bordeaux	Interview geführt
Stade de Reims	Keine Rückmeldung
FC Metz	Keine Rückmeldung
Stade Brestois 29	Keine Rückmeldung
AS Saint-Étienne	Keine Rückmeldung
Toulouse FC	Absage, da keine Strategie zur ökologischen Nachhaltigkeit vorhanden ist
FC Sochaux-Montbéliard	Keine Rückmeldung
AC Ajaccio	Keine Rückmeldung
Havre AC	Keine Rückmeldung
AJ Auxerre	Keine Rückmeldung
Paris FC	Absage aus Kapazitätsgründen
Chamois Niortais FC	Keine Rückmeldung
Pau FC	Keine Rückmeldung
Rodez Aveyron Football	Keine Rückmeldung
En Avant Guingamp	Keine Rückmeldung
Grenoble Foot 38	Keine Rückmeldung
Stade Malherbe Caen	Keine Rückmeldung
USL Dunkerque	Keine Rückmeldung
Dijon FCO	Keine Rückmeldung
Quevilly Rouen Métropole	Keine Rückmeldung
Valenciennes FC	Keine Rückmeldung
Nîmes Olympique	Keine Rückmeldung
Amiens SC	Keine Rückmeldung
SC Bastia	Keine Rückmeldung
AS Nancy-Lorraine	Keine Rückmeldung

Stand 18.02.2022

Anhang 14: Marieke Köhler – Borussia Dortmund

Schriftliches Interview mit Marieke Köhler (Teamleiterin Corporate Responsibility bei Borussia Dortmund) – 15.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Die Auswirkungen des eigenen Handelns auf die Umwelt zu kennen und zu steuern. Die negativen Auswirkungen so gering wie nur möglich zu halten, positive Auswirkungen oder Möglichkeiten zu (ver)stärken.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Auf jeden Fall. Vor den gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen stehen alle gleichermaßen.

3) Borussia Dortmund setzt sich aktiv für das Thema Nachhaltigkeit/Umweltschutz ein, und das in sehr vielen Bereichen. Welche Maßnahmen sind für die Zukunft noch geplant?

Die Ausweitung ökologischer Bildungsprojekte über die BVB-Stiftung *leuchte auf*, die Erstellung eines energetischen Sanierungskonzeptes für den Signal Iduna Park und weitere Immobilien, die Entwicklung eines Mobilitätskonzeptes (interne sowie externe Mobilität), die Erarbeitung eines Konzeptes klimaneutraler Veranstaltungen und nachhaltige Merchandising-Artikel.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Schwierig zu beantworten, denn jeder Standort hat seine eigenen Herausforderungen (manche Clubs sind Stadioneigentümer, andere nicht, alte/neue Immobilien etc.). Gesellschaftlich übernimmt der Fußball auf Clubseite generell sehr viel Verantwortung.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Jeder Club für sich und gemeinsam, im Schulterschluss mit den Verbänden und letztlich auch über das Engagement der Fans und Anhänger der Clubs.

6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ja, das ist ein richtiger und wichtiger Schritt für die Zukunft des Fußballs. Der Druck auf die Clubs wird erhöht, dem Thema wird eine noch stärkere Gewichtung gegeben.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Die Schwierigkeit wird darin bestehen, Mindestanforderungen zu erstellen, die alle Clubs erfüllen können, die nicht zu ambitioniert, aber auch nicht zu niedrigschwellig sind. Die Voraussetzungen der Clubs sind sehr unterschiedlich.

8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Es muss ein gemeinsames Verständnis dafür geschaffen werden, dass wir alle vor denselben Herausforderungen stehen.

9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Ja.

Vielen Dank!

Anhang 15: Christina Mayer – 1. FSV Mainz 05

Mündliches Interview mit Christina Mayer (Teamleiterin CSR beim 1. FSV Mainz 05) – 21.12.2021

1) Was bedeutet für dich der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist die gesamtheitliche Betrachtung und ökologische Nachhaltigkeit eigentlich die Betrachtung der Dimension. Deshalb würde ich das für mich so definieren, dass es um das ökologisch nachhaltige Wirtschaften geht. Das heißt, man sollte so wirtschaften, dass die verwendeten Ressourcen nicht so beeinträchtigt werden, dass sie für zukünftige Generationen nicht mehr nutzbar sind. Ich glaube, dass die Grundlage des Wirtschaftens letztendlich die ökologische Nachhaltigkeit ist, denn wenn wir nicht sinnvoll mit unseren Ressourcen umgehen, dann werden wir langfristig nicht wirtschaften können. Beim Thema Definition vom Nachhaltigkeit es ist ja so, man gewichtet die drei Faktoren eigentlich gleich und sagt, es muss eine gleichwertige Betrachtung stattfinden. Aber wenn man mal ehrlich ist und das genau analysiert, dann ist es logisch, dass eigentlich ein Schwerpunkt auf der ökologischen Nachhaltigkeit liegen muss, weil diese im Kern eigentlich all das Wirtschaften, was wir tun, auch ermöglicht. Das würde ich so definieren und würde auch sagen, dass das die Grundlage all dessen ist, was wir eben tun, weswegen wir das auch so berücksichtigen sollten. Es geht letztendlich um das ökologisch nachhaltige Wirtschaften und den sinnvollen Umgang mit Ressourcen.

- 2) Mainz 05 ist ja bekannt dafür, sehr viel für ökologische Nachhaltigkeit zu machen, als erster klimaneutraler Verein und mit den ganzen Maßnahmen, die ihr jetzt schon durchführt. Kannst du vielleicht etwas dazu sagen, was in Zukunft noch geplant ist? Über das, was ihr jetzt schon macht, hinaus?**

Ich glaube, tatsächlich wirkt es so, dass wir viel tun, und wir machen das auch schon ganz lange. Das trägt auch so ein bisschen mit zu dieser Wirkung bei. Aber ich persönlich und als Leiterin des Bereichs Nachhaltigkeit - ich glaube, das geht vielen Nachhaltigkeitsmanagerinnen und -managern so - habe immer den Ansporn, mich in dem Bereich zu verbessern und weiterzuentwickeln. Und ich möchte den Verein dahin bringen, da auch mehr zu machen. Deswegen ist es tatsächlich geplant, dass wir dieses Engagement, was wir bisher schon betreiben, auch langfristig auf eine andere Ebene heben. Das heißt, wir berechnen zwar schon sehr lange unseren CO₂-Fußabdruck und machen das auch sehr intensiv: wir betrachten uns diesen Fußabdruck, schauen wo es Ansatzpunkte gibt, und versuchen das auch mehr oder weniger zeitnah umzusetzen (manche Dinge können schneller umgesetzt werden als andere Dinge). Aber langfristig ist es sicherlich so, dass wir uns auch überlegen müssen, was ist unser Ziel, wo wollen wir hin, wie können wir diese Ziele erreichen? Was sind überhaupt unsere Potenziale, wenn man sich den Fußabdruck betrachtet? Es gibt beispielsweise verschiedene Organisationen, die schon für eine Mitgliedschaft oder einen Unterzeichnen fordern, dass 50% der Emissionen bis 2030 reduziert werden müssen. Und dann muss man sich ganz klar auch überlegen und ganz klar auch analysieren: ist das überhaupt machbar? Wenn wir unseren CO₂-Fußabdruck betrachten, dann entfallen die meisten Emissionen auf Scope 3, also auf den Bereich, wo wir die geringsten Einflüsse haben. Das ist dann vor allem der Bereich Fanmobilität. Dieser Bereich liegt einfach nicht zu hundert Prozent in unseren Einflüssen. Wir können da bestmögliche Rahmenbedingungen schaffen, aber wir können es nicht schaffen, da einen direkten Einfluss zu haben. Das sind Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. Und deswegen ist es wichtig, sich den Fußabdruck und das, was wir tun, einfach nochmal zu nehmen, zu analysieren und genau zu schauen: was können wir erreichen, und wo müssen wir ansetzen, um etwas zu erreichen. Und das ist etwas, womit wir uns die nächsten Jahre auf jeden Fall beschäftigen müssen. In der Außenwirkung sind wir glaube ich ganz gut dargestellt, aber – und diese Herausforderung bietet sich jedem Unternehmen - es hat natürlich auch etwas mit Werten zu tun, die man verfolgt. Diese Werte im gesamten Unternehmen so zu kommunizieren, dass sie allen Personen klar sind, und auch genau diejenigen abzuholen, die neu im Unternehmen einsteigen, damit sie diese Werte im selben Sinne dann auch verfolgen. Das ist auch eine große Herausforderung, der wir uns stellen müssen. Und daneben ist es so, dass wir uns im Bereich Nachhaltigkeit auch mit anderen Themen wie Vielfalt, aber auch Bewegungsförderung, beschäftigen wollen, das ist jetzt hier eher ausgeklammert. Aber das sind so die Herausforderungen in der ökologischen Nachhaltigkeit, und letztendlich glaube ich, die größte Herausforderung für uns alle ist das Thema Klimaneutralität. Klar, wir sind klimaneutral und das auch schon eine ganze Weile, aber klimaneut-

ral ist nicht gleich klimaneutral. Das heißt, es sollte der Fokus auf dem Reduzieren der Emissionen liegen.

- 3) Du hast angesprochen, dass ihr schon sehr lange engagiert seid und auch schon sehr lange euren CO₂-Fußabdruck berechnet. Man sieht von vielen Vereinen Initiativen, aber es hat sich langsam entwickelt und erst seit ein paar Jahren ist es wirklich groß. Wie kommt es, dass ihr schon vor über 10 Jahren damit angefangen habt?**

Ich glaube, es sind glückliche Umstände. Ein Fußballverein wird prinzipiell als Verein gegründet und hat eine gewisse Gemeinwohlorientierung, die wir schon ganz lange mit uns tragen. Das heißt, vor allem soziales Engagement ist etwas, was wir schon sehr lange verfolgen. Was unseren Verantwortlichen dann in den 80er/90er und besonders 2000er Jahren bewusst wurde, war, dass soziales Engagement auch mit ökologischem Engagement einhergeht und wir die Umwelt als Faktor mit berücksichtigen müssen. Letztendlich war es dann so, dass diese positive Grundeinstellung, die wir haben, auf eine positive Einstellung von Partnern getroffen ist, und wir dadurch natürlich dann auch etwas verwirklichen konnten. Das heißt, wir haben früh mit Juwi hier aus der Region zusammengearbeitet, die Windparks betrieben haben. Wir haben aber auch ganz früh mit Entega zusammenarbeiten können, und Entega ist in dem Fall ja eben ein Ökostromanbieter, der per se auch einfach sehr gut in dem Bereich aufgestellt war. Und die sind ja dann 2010 aufs Trikot gekommen, wurden Hauptsponsor, und haben uns da so ein bisschen mitgezogen muss man sagen, weil sie wie gesagt auf eine positive Einstellung bei uns getroffen sind und gesagt haben, wenn der Verein wirklich da so gut eingestellt ist und so eine Vorreiterrolle annehmen möchte, dann können wir mit dem Verein auch Großes bewirken. Und dann kam eben die Klimaneutralität, dann kam die Mission Klimaverteidiger, die dazu galt, die Fans so ein bisschen bei dem Thema mitzunehmen, und so konnten wir viele Aktionen umsetzen. Mittlerweile ist Entega nicht mehr Hauptsponsor, schon seit 2013/2014 meine ich, und so ist es letztendlich in eine Entwicklung gegangen, wo wir uns als Verein so ein bisschen von unseren Partnern emanzipiert haben und dann auch eigenständiges Engagement voranbringen konnten. Es ist aber dennoch so, und das kann ich nur jedem Verein raten, gerade auch die Partner mit ins Boot zu nehmen. Weil diese inhaltlichen Partnerschaften, die wir verfolgen - also nicht dieses klassische Sponsoring, klar das haben wir auch, wir haben eine Bandenpräsenz, das möchte ich gar nicht verschweigen - aber es ist so, dass diese inhaltlichen Partnerschaften doch unser Engagement auf eine Art und Weise vorangebracht haben, die wir alleine nicht so hätten stemmen können.

- 4) Also würdest du sagen, es waren motivierte Einzelpersonen, aber auch ein Kollektiv, und es hat alles zusammen gespielt, was das dann ermöglicht hat?**

Auf jeden Fall, ja. Also es waren glückliche Umstände und vor allem Personen sowie Unternehmen, die auch ganz toll agiert haben zu dieser Zeit. Man muss sagen, das waren andere Zeiten, da hat noch keiner über Klimaneutralität gesprochen, wie man es heute eben tut. Da war auch nieman-

dem bewusst, was das eigentlich letztendlich bedeutet, und so haben wir uns dann früh eben schon in die Richtung bewegt und sind da Entega auch sehr dankbar.

5) Du hast vorhin schon angesprochen, wie bedeutsam ökologische Nachhaltigkeit jetzt ist und dass jetzt auch das Bewusstsein da ist. Wie würdest du aber trotzdem den Stand ökologischer Nachhaltigkeit in der ersten und zweiten Bundesliga im Allgemeinen einschätzen?

Ich glaube, das ist sehr durchwachsen. Wir haben Klubs, die da total weit vorne sind. Da sind wir sicherlich dabei, aber es sind auch andere Klubs, die sicherlich nochmal einen Schritt weiter sind als wir. Da ist auf jeden Fall der VfL Wolfsburg zu nennen, da ist die TSG Hoffenheim zu nennen, Klubs die wirklich sehr engagiert sind, und so zieht sich das aber auch über die gesamte Liga. Das heißt, man hat wirklich engagierte Klubs, aber man hat auch diejenigen, die noch etwas Aufholbedarf haben. Es ist aber letztendlich so, dass diese Entwicklung eigentlich ein bisschen dafür gesorgt hat, dass man auf anderer Ebene auf dieses Thema aufmerksam wurde. Es gab wie gesagt viele Einzelklubs, die sich engagiert haben, und damit wiederum Druck erzeugen. Die erzeugen Druck nach oben hin, und da nenne ich jetzt mal die DFL, die erzeugen aber auch Druck gegenüber den anderen Vereinen. Das beste Beispiel ist, wir haben es jetzt seit der Saison 2020/2021 so gestaltet, dass wir die An- und Abreise der Gastmannschaften, also der Mannschaft und des Staffs, kompensieren. Das heißt, wir berechnen das auch wirklich individuell und gehen dann im Nachgang in die Kompensation, wenn der Verein das nicht schon selbst macht. Wenn der Verein das bereits selbst macht, so wie wir es eben tun, dann ist es so, dass wir trotzdem eine Klimaspende entrichten. Mit so einem Projekt haben wir es geschafft, Aufmerksamkeit bei Klubs zu erzeugen, die sich einfach noch nicht so stark mit dem Thema beschäftigt haben. So war es tatsächlich so, dass sich namhafte Klubs bei uns gemeldet haben und gesagt haben: Hey, wie macht ihr das? Wir wollen das auch machen. Und das ist so ein Druck, den wir als Klubs, die eben schon weiter sind, dann zu anderen Klubs erzeugen, und das hat sehr gut funktioniert. Deshalb bin ich der Meinung, wir sind auf einem guten Weg, aber wir haben noch viel vor uns. Das heißt, das Thema Taskforce, das Thema Lizenzierung ermöglicht es uns, auch die anderen Klubs mitzunehmen. Und ich glaube, das ist jetzt gerade genau der richtige Zeitpunkt, denn es kann nicht nur an einzelnen Klubs hängen, sondern man muss eben als gesamte Liga positiv auftreten. Und da ist die DFL jetzt in der Situation, wo sie auch diese Relevanz des Themas entdeckt hat. Ich weiß nicht, ob du vielleicht die Pressekonferenz damals gesehen hast, wo auch die Taskforce-Ergebnisse präsentiert wurden. Da wurde ja auch wirklich deutlich gesagt: wir haben dieses Thema ein bisschen unterschätzt, und wir haben uns jetzt eben nach vielen Monaten, in denen wir uns damit beschäftigt haben, darauf verständigt, dass das ein relevantes Thema ist und dass wir uns da in diese Richtung bewegen müssen. Und ich glaube, da sind wir auf einem sehr guten Weg.

6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfindest du diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Auf jeden Fall. Ich hatte gerade vor kurzem nochmal die Diskussion, in einer Studentinnen- und Studentenrunde tatsächlich, wo wir einen Vortrag gehalten haben. Da ging es darum, wie man den CO₂-Fußabdruck, den wir jetzt beispielsweise berechnen, mit einem anderen Klub vergleichen kann. Das ist einfach faktisch nicht möglich, weil wir teilweise nach unterschiedlichen Standards vorgehen. Und selbst wenn wir nach denselben Standards vorgehen, weiß man nicht, hat der eine Klub die Servietten mit drin, hat der andere die Servietten nicht mit drin? Das ist natürlich schwierig. Wenn man da schon sieht, wie herausfordernd die Vergleichbarkeit ist, braucht es einfach Kriterien, die unser Engagement so ein bisschen vereinheitlichen können. Das heißt nicht, dass wir alle dann irgendwie auf demselben Level agieren. Sondern es ist eine Grundlage, die für alle geschaffen wird, so dass wir alle in eine selbe Richtung unterwegs sind und uns zum einen besser vergleichen können, aber zum anderen vielleicht auch besser zusammenarbeiten können, weil eben die Kriterien für uns da sind. Und ich glaube, es ist einer der größten Vorteile, die wir haben, gerade für diejenigen Klubs, die schon aktiv sind in dem Bereich. Für die Klubs, die noch nicht so aktiv sind, ergibt sich dadurch natürlich eine große Herausforderung. Der Herausforderung muss man sich auch bewusst sein, weil von außen viel Druck erzeugt wird, dass das passieren soll, und dass das schnell passieren soll. Allerdings muss man auch bedenken, dass wir kleine Klubs mit einem relativ kleinen Budget dabei haben, die dann eben unter diesen Umständen agieren müssen. Das ist sehr herausfordernd, und das muss man auch mitdenken. Nichtsdestotrotz bin ich der Meinung, dass die Lizenzierung und die Kriterien, die definiert werden, eine Grundlage für diese Klubs bieten können, in das Thema einzusteigen. Im Prinzip haben sie es ja sogar ein bisschen leichter als diejenigen Klubs, die das ganz unabhängig von der Lizenzierung gemacht haben. Wir mussten das sozusagen eigenständig machen, uns eigene Kriterien setzen, nach eigenem Wissen dann auch vorgehen, und hatten nicht diese Unterstützung. Und diese Klubs erhalten jetzt zum einen Unterstützung, erhalten aber zum anderen eben auch so eine Grundlage, mit der sie arbeiten können und in welche Richtung sie sich dann auch bewegen können. Und das, finde ich, sind die zwei größten Vorteile, die wir dadurch haben, dass das dort auch integriert werden soll. Deswegen bin ich eine große Befürworterin und bin schon sehr gespannt, wie die Kriterien letztendlich aussehen werden.

7) Wir haben über personelle und finanzielle Ressourcen gesprochen, was ein sehr wichtiger Aspekt ist. Aber wie du angesprochen hast, gibt es auch noch viele andere Sachen, in denen Vergleichbarkeit hergestellt werden muss. Wie schafft man einen Kriterienkatalog, der diese Vergleichbarkeit, die so schwierig ist, ansatzweise herstellen kann?

Das sind Dinge, die die DFL dann auch als Herausforderung mitgenommen hat. Und es ist so, dass dieser Prozess, der zurzeit stattfindet – auch sehr transparent gegenüber den Klubs und gegenüber der Öffentlichkeit – auch eine Betrachtung einer Gruppe von Klubs inkludiert, die dann aber repräsentativ für alle Klubs stehen sollen. Man hat Klubs betrachtet, die ein bisschen den Durchschnitt abdecken sollen. Das heißt, wir haben Klubs, die schon sehr weit sind, die aber auch ein großes Budget haben. Wir haben Klubs, die klein sind, noch nicht viel gemacht haben und ein kleines Budget haben. Und all diese Klubs haben ihre Erfahrungen eingebracht. Diese Erfahrungen fließen jetzt in eine Kriteriendefinition ein. Und, das ist ein wichtiger Punkt, es wäre glaube ich sehr herausfordernd, für alle geltende und verpflichtende Kriterien zu definieren, die alle Klubs abholen. Das heißt, wenn man so vorgehen würde, müsste man den kleinsten gemeinsamen Nenner finden. Dieser kleinste gemeinsame Nenner, der wird uns langfristig aber nicht voranbringen. Der würde eher so ein bisschen eine Stagnation für viele Klubs, die schon weiter sind bei dem Thema, mit sich bringen. Daher müssen die Kriterien so definiert sein, dass zum einen der kleinste gemeinsame Nenner verpflichtend abgedeckt wird, aber zum anderen andere Kriterien definiert werden, die auch den Klubs, die schon ein bisschen weiter sind, Anreize bieten. Das wird letztendlich sicherlich der Weg sein. Dass man sagt, man hat Pflichtkriterien, aber man hat an anderer Stelle auch Kriterien, die nicht verpflichtend sind, aber sicherlich Anreiz bieten. Das können verschiedene Anreize sein. Das können monetäre Anreize sein, das können aber auch andere Anreize sein, die dann eben da einfließen, so dass die Klubs, die schon ein bisschen weiter sind, nicht sagen: „ach ja, einmal abgehakt in der Lizenzierung“, sondern sagen: „Ah ja, wir haben da noch Möglichkeiten, wenn wir uns da weiterentwickeln, passiert das und das“. Und das sind eigentlich die Punkte, die da mit einfließen sollten, und ich finde persönlich, dass die DFL da eine besonders gute Arbeit leistet. Der Zeitrahmen von der Präsentation der Taskforce-Ergebnisse bis heute, wenn man sich überlegt, wie schnell das letztendlich jetzt ging, da muss man schon sagen, das ist eine tolle Arbeit, die die da leisten. Auch unter Corona-Umständen, die es nochmal erschweren, finde ich das klasse.

8) Du hast eben von Soll- und Kannkriterien gesprochen. Siehst du eine Gefahr, dass es dann Vereine gibt, die diese Soll-Kriterien erfüllen, weil sie es müssen, aber dann irgendwie diesen Antrieb, noch mehr zu machen, verlieren? Oder denkst du, dass Klubs jetzt sowieso schon viel machen, sich dann nicht von der Lizenzierung einschränken lassen, sondern sowieso ihre Ambitionen weiter verfolgen werden?

Ich glaube, die Klubs, die schon viel machen, die haben es vermeintlich ein bisschen leichter im ersten Moment. Aber tatsächlich ist es ja so, dass auch verpflichtende Kriterien so dargestellt sein können, dass die Klubs, die schon viel machen, sich dann doch irgendwie anpassen müssen. Und ich glaube, das ist im ersten Moment auch etwas, was die Klubs, die schon viel machen, ein bisschen abschrecken könnte. Klar, man hat im ersten Moment den Gedanken, ach ja, das nehmen wir

einfach mit, das passt schon alles so. Aber es kann natürlich auch passieren, dass die Kriterien so definiert sind, dass sie strengere Anforderungen an das Engagement stellen, und wir uns da auch nochmal ein bisschen überarbeiten müssen. Ich glaube, das ist erstmal so ein bisschen abschreckend. Dann kommt man sicherlich an den Punkt, wo man sagt, ich decke diese Mindestanforderung ab, passt alles, und dann möchte man sich aber auch weiterentwickeln. Und wenn man jetzt schon auf dem Weg ist, glaube ich nicht, dass man sich nur auf Grundlage einer Lizenzierungsordnung entscheidet, da jetzt weniger zu machen, weil man eben diese Kriterien schon abdeckt. Man war ja schon auf einem Weg und wird ihn auch weitergehen. Wir sind letztendlich alle in gewisser Weise auch wirtschaftliche Akteure, und dieses Thema ist einfach so relevant, auch mit Blick auf das Thema Sponsoren, dass man gar nicht mehr von davon wegkommt. Das heißt, man ist eher auf einem guten Weg, wenn man sich noch über die Lizenzierung hinaus bewegt.

9) Werden die Klubs in die Entscheidung über die Kriterien auch mit einbezogen? Du meinst, eine Auswahl wird betrachtet, aber wird auch die persönliche Meinung mit einbezogen?

Ja, das wird auf jeden Fall berücksichtigt. Und es ist so, dass - ich hatte es eben schon mal kurz angesprochen - dieser Prozess auch sehr transparent verläuft. Das heißt, man wird als Klub auch wirklich regelmäßig mitgenommen. Wir sind im regelmäßigen Austausch mit der DFL, wir bekommen auch immer Statusberichte zu dem Projekt zugeschickt. Das ist wirklich ein sehr transparenter Prozess, der es aber auch ermöglicht, seine Meinung zu äußern, und das an verschiedenen Stellen. Von daher, man wird da auch mit einbezogen und das wird jetzt Anfang nächsten Jahres noch sehr viel intensiver.

10) Was könnte man einem kleinen Klub, der eben wirklich sehr wenig finanzielle Ressourcen hat, gerade jetzt auch durch die lange Corona-Zeit, sagen? Es sind ja finanzielle und personelle Ressourcen, die dahinterstehen müssen, das ist leider immer so. Was sagt man dann einem Klub, der sozusagen versucht, zu überleben, und dann jetzt auch noch mehr machen soll mit seinen begrenzten Ressourcen?

Es ist absolut nachvollziehbar, wenn man da im ersten Moment sagt, das ist herausfordernd. Das ist es auch auf jeden Fall. Aber man muss auch sagen, dass sich durch das Thema ökologische Nachhaltigkeit auch Chancen ergeben. Zum einen hat man das Thema Sponsoring. Wie gesagt, ich glaube nicht, dass man da dran vorbeikommen wird, weil die meisten Unternehmen teilweise auch berichten müssen. Die sind teilweise jetzt auch dazu angehalten, nur noch mit Akteuren zusammenzuarbeiten, die eben einen bestimmten Wertekanon vertreten. Das eine Chance, man bewegt sich auch so ein bisschen im Bereich Risikomanagement. Das heißt, man sollte sich lieber jetzt damit beschäftigen, bevor es irgendwann nicht mehr nur von der Lizenzierung her, sondern auch gesetzlich verpflichtend ist, sich mit gewissen Dingen zu beschäftigen. Das heißt, man antizipiert dann

auch so ein bisschen zukünftige Entwicklungen, was auf jeden Fall eine große Chance ist. Und zum anderen sind das auch so banale Dinge wie einen CO₂-Fußabdruck zu berechnen und ihn zu betrachten. Wenn man sich dann, wie in unserem Fall, klimaneutral stellen will, ist es ja auch eine Kostenersparnis, wenn man Emissionen reduziert. Wenn man mal mit Blick auf eine Arena zum Beispiel schaut, und da beispielsweise ein Energiemanagementsystem einführt, was klar zeigt, hier sind meine Verbräuche, hier muss ich noch dran arbeiten, da muss ich mich verbessern. Das ist letztendlich bares Geld. Also das ist auch ein großer Vorteil, den man hat. Der geht natürlich zu Beginn erst mal mit Arbeit einher, aber langfristig gesehen lohnt sich das auf jeden Fall. Kurzfristig gesehen kann ich aber absolut nachvollziehen, wenn man sagt, das ist aktuell wirklich herausfordernd. Von daher sind das zwei Seiten eigentlich, aber das ist im Bereich Nachhaltigkeit ja ohnehin so. Man hat in den wenigsten Fällen ein direktes Ergebnis. Man beschäftigt sich mit dem Thema Nachhaltigkeit, man setzt Aktionen um, man versucht, Dinge zu verändern, aber die werden in der Regel nie direkt ein Ergebnis liefern. Und das ist ja auch etwas, was im wirtschaftlichen Kontext so ein bisschen ein Grund ist, warum man vom Thema Nachhaltigkeit die letzten Jahre eher Abstand genommen hat, weil der schnelle Profit dann so ein bisschen im Fokus gestanden hat. Aber davon müssen wir uns langfristig einfach wegbewegen.

11) Denken und planen die Klubs aus deiner Sicht eher kurzfristig oder eher langfristig?

Ich glaube tatsächlich, das ist ein Problem, was sich nicht ausschließlich auf die Klubs begrenzt, sondern was generell im Wirtschaftskontext problematisch ist, dass man viel zu kurzfristig denkt. Wir sind 2010 klimaneutral geworden, wir sind erster klimaneutraler Verein der Bundesliga, haben diesen USP sozusagen die letzten zehn, elf Jahre mit uns getragen. Aber tatsächlich merken wir erst seit drei bis vier Jahren, dass unsere Sponsoren das Thema auch aufnehmen. Also das heißt, das Engagement hat sich mit einem großen Effekt erst in den letzten Jahren gezeigt. Das ist etwas, wo man noch viel Geduld mitbringen muss. Und als kleiner Klub kann ich dann aber wirklich verstehen, wenn man sagt, wir müssen den Fokus erstmal auch im Blick auf Corona auf etwas anderes legen. Aber ich glaube generell, dass dieser kurzfristige Blick ein allgemeines Problem ist, und dass wir davon wegkommen müssen. Ich finde, wenn man jetzt zum Beispiel im Klubkontext agiert, wo wir ja auch wirklich viel miteinander sprechen (es gibt gute Austausche auch unter den Klubs), dass man solche Best-Practice-Beispiele auch einfach mal präsentieren muss. Man muss sagen, wir als Mainz 05 haben auch nicht das größte Budget, wir haben uns aber dem Thema angenommen, mit den Ressourcen, die wir hatten. Dass man solche Best-Practice-Beispiele einfach mal kommuniziert und untereinander spricht, in den Austausch geht und dann sagt, das kriegen wir schon hin. Also es gibt Möglichkeiten, man muss einfach nur schauen. Und ich glaube das ist wichtig, um da auch alle mitzunehmen. Aber wie gesagt, wir haben auch einfach ein großes allgemeines Problem, das hängt gar nicht so mit den Klubs im Speziellen zusammen.

12) Hast du das Gefühl, dass diese Austausche, von denen du sprichst, auch von den Klubs jeweils getragen werden? Oder sind es Einzelpersonen, die sich eben über ihre Arbeit austauschen?

Ich glaube auch, dass es von den Klubs getragen wird, aber es ist tatsächlich so, dass natürlich vor allem die CSR-Abteilungen in sehr engem Austausch stehen. Ich habe vor kurzem erst mit einem anderen Klub über den CO₂-Fußabdruck gesprochen, wir haben das nebeneinander gelegt und ein bisschen analysiert. Das findet auf jeden Fall sehr regelmäßig statt. Aber auch die DFL schafft da ja Möglichkeiten, dass diese Klubs dann auch in einer größeren Runde mal in den Austausch gehen. Es ist aber auch so, dass es verschiedene Pläne gibt, beispielsweise eine Kommission zum Thema Nachhaltigkeit zu gründen, so dass natürlich dann auch die übergeordnete Ebene, also sagen wir mal die Vorstandsebene, ein Interesse zeigt und sich auch untereinander austauscht. Klar, wir sind aktuell noch stark operativ, aber mit den Entwicklungen wird es auch in eine strategische Richtung gehen, wo sich dann auch die Klubchefs dem Thema annehmen müssen.

13) Also hast du das Gefühl, dass auch außerhalb der Lizenzierung noch weitere Initiativen kommen, von den Vereinen, von der DFL, und so weiter?

Ja, auf jeden Fall. Man muss ja auch bedenken, wenn man mal auf die DFL als Organisation schaut, die sich jetzt damit beschäftigt, Kriterien zu definieren für eine Lizenzierungsordnung, die Vereine betrifft: Das bedeutet gleichzeitig auch, dass eine DFL nachhaltig werden muss. Wenn eine DFL diese Maßnahmen definiert, dann muss sie auch in diesem Kontext agieren. Und diese Entwicklungen, alleine schon die bringen uns voran. Das ist zwar durch eine Lizenzierung getrieben, aber auch eine allgemeine Entwicklung. Wenn diese Lizenzierung jetzt zu diesem Zeitpunkt nicht stattfinden würde, glaube ich trotzdem, dass auch eine DFL und andere Klubs sich mit dem Thema beschäftigen müssten.

14) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologischer nachhaltiger wird?

Also ich glaube, da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Ich habe das ja schon angesprochen, dieses Thema Zusammenarbeiten, in den Austausch gehen. Ich glaube, dieser Austausch ist wichtig, um sich gegenseitig einfach mitzunehmen, um auch Wissen zu teilen. Es ist so, dass wir als Mainz 05 sicherlich schon weit sind, es gibt aber auch Vereine, die in verschiedenen Bereichen noch weiter sind. Warum das Rad neu erfinden? Wir arbeiten alle im selben Kontext, wir arbeiten alle mit denselben Rahmenbedingungen. Warum sollten wir uns nicht gegenseitig unterstützen, um da auch voranzukommen? Ich glaube, das ist ein Thema. Diese enge Zusammenarbeit, die auch weiter vertieft werden sollte, gerade mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit, weil das da in diesem Kontext eben besonders wichtig ist. Dann haben wir aber auch dieses konkrete Zusammenarbeiten und Maßnahmen umsetzen. Man sieht das ja jetzt mit Werder Bremen und St. Pauli, die gemeinsam ins

Trainingslager fahren. Why not. Das sind so Dinge, da muss man auch enger zusammenarbeiten, weil wir da schon verschiedene Möglichkeiten haben. Klar, es gibt Klubs, die am anderen Ende von Deutschland liegen, mit denen wir nicht zusammenarbeiten können, weil es schwierig ist. Aber es gibt eben Klubs wie die Eintracht, die um die Ecke ist, aber auch andere, mit denen man durchaus mal über solche Dinge nachdenken kann. Ich glaube, zum einen auf dieser strategischeren Ebene, aber dann auch vielleicht direkt auf der operativen Ebene. Warum muss man auf die Lizenzierung warten? Warum muss man andere Dinge abwarten? Man kann doch einfach mal aktiv werden und das gemeinsam umsetzen. Ich glaube, das ist ein Thema. Das andere Thema ist, dass es uns gewisse Rahmenbedingungen teilweise auch schwer machen, nachhaltig zu agieren. Eine Frage bekommen wir immer wieder hergestellt: Wir sind ja klimaneutral, aber wir fliegen trotzdem zu unseren Auswärtsspielen. Das tun wir, weil die Rahmenbedingungen des Fußballs ein anderes Agieren teilweise gar nicht zulassen. Das heißt, wenn man eine ordentliche Regeneration eines Profis (die nun mal eben notwendig ist, um erfolgreich zu agieren) möglich machen will, dann sind verschiedene Dinge einfach auch notwendig. Da spreche ich auch intern häufig davon. Wenn wir nachhaltige Entscheidungen treffen, dann sind das nachhaltige Entscheidungen, die sicherlich auf einer ökologischen und sozialen Betrachtungsweise beruhen, aber auch auf einer wirtschaftlichen und sportlichen Betrachtungsweise. Und so kommt es natürlich zum Schluss dazu, dass wir doch zum Spiel fliegen, auch wenn das nicht die ökologisch beste Lösung wäre. Aber es ist dann eben auch dieser Rahmenkalender, der es uns erschwert. Und wenn man dann einfach irgendwann mal dahin kommen würde, auch Rahmenbedingungen zu schaffen, die nachhaltiges Agieren ermöglichen, wäre es natürlich für uns Klubs eine viel einfachere Sache. Letztendlich sitzt man als Klub da, kriegt diese Frage ständig gestellt und muss einfach immer dieselbe Antwort geben, weil es nun mal diese Rahmenbedingungen sind. Und da müssen aber auch die Klubs Druck nach oben erzeugen, dass dann letztendlich auch Veränderungen stattfinden.

15) Müsste sich der Fußball an sich verändern, um es den Klubs zu ermöglichen, wirklich noch nachhaltiger zu werden?

Ja, das sehe ich im Prinzip so. Wenn man jetzt mal unseren Fußabdruck beispielsweise betrachtet. Wir haben teilweise Saisons da drin, wo wir glücklicherweise Europa League gespielt haben. Diese Saisons sind aber mit einem höheren Fußabdruck gekennzeichnet, klar, weil wir ins Ausland fliegen mussten. Und so ist es ja bei anderen Klubs noch sehr viel intensiver. Es gibt ja Klubs, die jährlich europäisch spielen und natürlich eine gewisse Reise hinter sich bringen müssen. Da muss man sich letztendlich langfristig die Frage stellen, braucht es dann noch zusätzliche Wettbewerbe? Klar, wenn jetzt ein Klub vor der Entscheidung steht, mache ich jetzt bei diesem Wettbewerb mit oder nicht, dann fällt natürlich manchmal auch die Entscheidung auf die Millionenbeträge und auf das Prestige, was da auch mit einhergeht. Aber das ist auch wieder so eine Sache, die Rahmen-

bedingungen haben es dann auch in diese Richtung gelenkt. Und da bin ich schon der Meinung, der Fußball muss sich auf großer Ebene verändern, um sich eine positive Richtung zu entwickeln.

16) Möchtest du noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Ja, einen Punkt noch. Und zwar haben wir jetzt viel über ökologische Nachhaltigkeit gesprochen, aber die Taskforce legt auch wirklich starken Fokus auf die Betrachtung aller Säulen. Das heißt, wir sprechen in der Regel immer von ökologischer Nachhaltigkeit, auch im öffentlichen Kontext, aber wir haben natürlich auch soziale Themen, die besonders wichtig sind und auch damit einhergehen. Da haben wir das Thema Menschenrechte in verschiedenster Hinsicht, auch zum Beispiel mit Blick auf Sponsoren. Aber wir haben auch das Thema Gleichberechtigung, Vielfalt. Wir haben jetzt gerade auch wieder einen skandalösen rassistischen Auftritt am Wochenende gesehen im Fußballkontext. Also da gibt es auf jeden Fall auch andere Themen, die manchmal so ein bisschen vom ökologischen Thema überschattet werden, aber auch wichtige Themen sind, die damit einhergehen.

Vielen Dank!

Anhang 16: Stefan Wagner – TSG 1899 Hoffenheim

Mündliches Interview mit Stefan Wagner (CSR-Beauftragter bei der TSG 1899 Hoffenheim) – 10.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Der Begriff Nachhaltigkeit an sich ist aus meiner Sicht das Sicherstellen der eigenen Zukunftsfähigkeit im Einklang mit gesellschaftlichen Interessen, und in diesem Fall eben mit ökologischen Interessen, die wir als Gesellschaft haben.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen? Warum bzw. warum nicht?

Ganz klar, natürlich.

3) Die TSG Hoffenheim gilt als einer der Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit und ist in mehreren Richtungen sehr aktiv. Welche Maßnahmen sind für die Zukunft noch geplant?

Wir messen gerade unseren Fußabdruck komplett in allen Scopes, inklusive Scope 3, also die Lieferkette und alles, was dazu gehört. Dann wären die nächsten Schritte wahrscheinlich erkennbare

Reduktionsziele, also entlang Science Based Targets wahrscheinlich oder entlang der Richtlinie, die vom UN Sports for Climate Action Framework vorgegeben wird, das sind eben -50% bis 2030 auf Basis von 2019 und bis 2040 netto Null. Davon gehe ich aus, dass wir das machen werden. Das ist noch nicht beschlossen, aber es ist gerade quasi in der Vorlage für die Geschäftsführung. Und außerdem erarbeiten wir mit unserem Partner PreZero ein Zero Waste Konzept, also ein sehr ambitioniertes Projekt zur Müllvermeidung, beziehungsweise dort wo es nicht geht zu einer möglichst hohen Recyclingquote.

4) Der Ansatz, sich für ökologische Nachhaltigkeit einsetzen zu wollen, kam das im Verein von Einzelpersonen, oder kam es von der Vereinsführung, die gesagt hat, wir möchten das jetzt durchsetzen?

Eine hohe Affinität zu ökologischen Themen gab es schon zu Beginn. Der Stadionbau hat ja auch eine relativ große Photovoltaikanlage von 10.000 Quadratmetern. Die Geschäftsstelle der TSG hat zweieinhalbtausend Quadratmeter Photovoltaikanlage, und das ist schon nach relativ guten Standards gebaut worden. Also hat es sowieso eine faktische Bedeutung. Die Nachhaltigkeitsstrategie „TSG ist Bewegung“ war dann in einem Top Down-Prozess, ich habe den Prozess bei der TSG geführt. Und dann haben wir diese Handlungsfelder definiert und über das Themenfeld Ökologie schon auch diskutiert. Also nicht, weil das jemand nicht wollte, sondern weil man dann die Frage gestellt hat, welchen Risiken setzen wir uns aus, wenn wir natürlich eben auch noch nicht alles erfüllen, was man erfüllen könnte. Der Profifußball ist an sich ja ohnehin auch allein aufgrund von Kurzstreckenflügen bei Auswärtsspielen, großen Autos auf den Parkplätzen und hoher Fanmobilität sehr angreifbar. Dann aber war relativ schnell klar, dass man heutzutage sowieso keine ernstzunehmende Nachhaltigkeitsstrategie aufsetzen und dabei das Thema Ökologie aussparen kann.

5) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Um es freundlich zu sagen, da gibt es noch eine Menge Luft nach oben. Es gibt schon eine relativ ordentliche Dynamik gerade, also dass dann Ökostrom Standard ist und dass sich einige Vereine mit Klimaneutralität beschäftigen und auch weiterführende Schritte gehen. Aber es ist auch noch nicht so, dass jeder seinen Fußabdruck misst. Es ist nicht so, dass jeder Klub da Reduktionsziele benannt hat, also eigentlich fast keiner auf einem wirklich fundierten Niveau. Wir sind da ja jetzt dran. Der einzige, von dem ich weiß, dass er das gemacht hat, ist der VfL Wolfsburg, die ja auch dem Race to Zero, also der Sports for Climate Action Initiative beigetreten sind. Also da ist noch eine Menge zu tun, und das ist ja auch der Grund, warum die Nachhaltigkeitskriterien innerhalb der Lizenzierung so wichtig sind.

6) Die Taskforce „Zukunft Profifußball“ der DFL hat kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen.

Nein, das wurde tatsächlich noch nicht beschlossen. Es ist beschlossen worden, dass es diesen Prozess gibt. Und am 14., nächste Woche also, gibt es eine Mitgliederversammlung. Da wird darüber abgestimmt, ob es diese Kriterien überhaupt geben wird innerhalb der Lizenzierung. Dazu ist eine Satzungsänderung nötig, dann kommt also auch das Thema Nachhaltigkeit in die Präambel und es werden die Kriterien allgemein benannt. Welche Kriterien, wann und mit welcher Bedeutung dort verankert werden, das wird dann erarbeitet.

7) Ich hatte die Berichterstattung so verstanden, dass nur darüber abgestimmt wird, wie die Kriterien aussehen sollen.

Das haben die auch überraschend offensiv kommuniziert, das konnte man so auch verstehen, finde ich auch. Aber faktisch muss die Mitgliederversammlung da jetzt nächste Woche darüber abstimmen.

8) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Also wir reden hier über mehrere hundert Kriterien, über die aktuell gesprochen wird. Insofern ist es dann schwierig, darauf einzeln einzugehen. Es geht erstmal meines Erachtens ganz klar um Transparenz, also überhaupt darüber zu berichten und bestimmte Dinge zu messen. Erst wenn ich sie messe, kann ich sie verändern. Also da müssen natürlich auch Müllaufkommen, Reisetätigkeiten und der CO₂-Fußabdruck gemessen werden, und zwar nach einem gleichen Konzept für alle verpflichtend. Dann werden die Vereine meines Erachtens dazu verpflichtet werden müssen, auch Reduktionsziele festzulegen. Ich bin mir nicht sicher, ob man da bestimmte Vorgaben machen wird in Richtung „klimaneutral bis“ oder sowas. Das wäre natürlich wünschenswert, aber ich vermute, dass sich aus alledem dann eine so große Dynamik entwickelt, dass das dann auch nicht mehr unbedingt nötig ist, das so im Detail festzulegen. Zumindest ist das zu hoffen. Das wäre sicherlich ein entscheidender Punkt. Wir werden über Lieferketten, über Merchandising, über die Art und Weise von Trikotbeschaffenheiten und Materialbeschaffenheiten mit Sicherheit sprechen, aber ob das dann alles verpflichtende Kriterien sind oder freiwillige Kriterien, das sei dann dahingestellt.

9) Sehen Sie eine Gefahr darin, wenn man eben Kriterien festlegt, die eventuell nicht allumfassend sind, dass es dann Vereine gibt, die sich genau an die Kriterien halten, und das aber die Ambition, mehr zu machen, blockiert, weil man ja das Minimum oder das Soll erfüllt hat?

Das glaube ich nicht ehrlich gesagt. Man sieht jetzt gerade schon, wie stark die Dynamik innerhalb der Klubs ist. Das ist fast zum Wettrennen geworden, wer jetzt das nächste coole Thema in Bezug auf Nachhaltigkeit raus gibt. Und genau das ist ja dann auch gut. Dann wird sich eine Erwartungshaltung manifestieren, dann werden sich die Vorgaben der Sponsoren in diese Richtung manifestieren. Also es wird sehr schnell auch das Eigeninteresse da sein, dass man sich das gar nicht mehr

erlauben kann. Wir sprechen natürlich auch mit größeren Unternehmen, oder auch mit Vermarktern wie Sport Five. Das ist eigentlich ziemlich klar, dass große Konzerne keine Rechte mehr kaufen werden in kürzester Zeit, bei denen der Rechthehalter nicht ein Nachhaltigkeitskonzept vorweisen kann, was ernstzunehmend ist. Also es gibt schon noch so diese Beharrungskräfte, die sagen, wir machen doch schon so viel und jetzt sollen wir noch mehr machen. Aber wenn es erstmal losgeht, wenn man berichten muss, wenn man dann sagt, du stehst jetzt da, warum stehst du denn nicht da, dann hat da keiner Lust, so wie ich die Bundesliga kennengelernt habe, in einem schlechten Licht zu stehen. Und dann wird es auch einfach sein, das umzusetzen. Es sind ja in den Klubs Leute da, die das wollen, und die haben dann eine offene Tür dafür. Aber es ist schon wichtig, dass das Ambitionsniveau der Kriterien an sich schon so hoch ist, dass das eben nicht belanglos bleibt.

10) Sehen Sie im Fußball oder in den Vereinen die Gefahr, dass es dort auch passieren könnte, dass Greenwashing betrieben wird?

Diese Gefahr ist jetzt glaube ich größer, als sie dann sein wird. Es ist jetzt ja viel einfacher, mit irgendwelchen Vorzeigeprojekt aufzutumpfen und andere einfach außenvor zu lassen, weil man sie gar nicht veröffentlicht, weil man sie nicht veröffentlichen muss. Wenn ich jetzt irgendwie eine coole Merchandise-Kollektion gemacht habe, die nachhaltig ist, dann kann ich die sehr schön nach vorne hängen. Oder ich habe irgendwie beim Stadion was gut Sichtbares gemacht, da irgendwie eine Photovoltaikanlage hingebastelt, oder eine Veggie-Wurst, um es mal ganz platt zu sagen. Und dann kann ich die drei Sachen hochhalten und mich darüber profilieren. Und nach dem anderen fragt ja oft auch keiner. Das wird ja dann anders sein. In der Sekunde, in der ich berichten muss, und wenn man dann den Rest misst, dann wird eben Greenwashing auch viel schwerer. Und ich glaube, dass die Bundesligisten ohnehin so öffentlich sind, dass es nicht besonders ratsam und auch nicht gut möglich ist auf längere Zeit, sich über Greenwashing durchzuschummeln, ohne dass das auffällt.

11) Denken Sie, es muss innerhalb der Kriterien einen Unterschied geben zwischen der ersten und der zweiten Bundesliga, gerade auch was finanzielle Aspekte betrifft?

Also ich würde eher dahin gehen, zu sagen, ich würde die Kriterien gleich lassen für alle. Vielleicht könnte man nach Ligazugehörigkeit unterscheiden. Also dass jemand, der jetzt gerade aus der dritten Liga hochkommt, vielleicht nicht die Ressourcen so schnell aufbauen kann, das kann man verstehen. Ich würde es dann aber eher so machen, dass Vereine, die finanziell schwächer aufgestellt sind, eine Unterstützung bekommen, um solche Ressourcen aufzubauen. Das finde ich viel sinnvoller. Selbst ein, was die Ressourcen betrifft, kleinerer Klub der zweiten Liga ist aus der Perspektive eines Volleyballbundesligisten immer noch drei Klassen höher, was die Möglichkeiten angeht. Insofern finde ich dieses Argument nicht immer nachvollziehbar. Die machen zig Millionen Umsätze, und ein Mittelständler, der 20 Millionen Umsatz macht, der schafft es auch, seine Energiedaten zu messen. Das muss er nämlich tun.

12) Was könnte sonst noch getan werden, um Vereine zu motivieren, ökologisch nachhaltiger zu werden?

Also zunächst mal hat es sicher auch mit einem Mindset, mit dem Verstehen zu tun, dass das eben unsere eigene Zukunftssicherheit oder Zukunftsfähigkeit betrifft. Ich versuche, nicht immer darüber zu sprechen, wie viele Kosten und wie viele Ressourcen nötig sind, um bestimmte Kriterien zu erfüllen, das ist reaktiv und passiv. Wir haben aber tatsächlich in den letzten zwei Jahrzehnten alle im Profifußball so viele Ressourcen aufgebaut, die abseits des Sports liegen, da gibt es eine Eventabteilung und die ganzen Digitalisierungs- und E-Sport-Themen. Da sind einfach wahnsinnig viele Ressourcen und Personen noch hinzugekommen, weil man sich etwas davon verspricht, weil man dann sagt, okay, so kann ich künftig wachsen. Dasselbe gilt für das Thema Nachhaltigkeit. Wenn ich das nämlich nicht erfülle, dann unterhöhle ich meine eigene Zukunftsfähigkeit. Das ist deswegen als Chance zu verstehen, jemand zu sein, der das proaktiv, positiv besetzt, und daraus auch Zugänge schafft für Partner beispielsweise. Da kann man auch sofort davon profitieren. Die Akzeptanz beim Zuschauer ist wichtig, die nachfolgende Generation achtet da natürlich zu Recht darauf, wie sich Akteure wie ein Fußballbundesligist in der Frage verhalten. Insofern ist das eine ganz klare eigennützige Logik, das zu machen. Aber das ist glaube ich noch nicht überall so hundertprozentig in der Wahrnehmung.

13) Denken Sie, in manchen Vereinen gibt zwar die Menschen, die eben genau diese Notwendigkeit sehen und diese Motivation haben, dass die aber einfach nicht zur Vereinsführung durchdringen können?

Ganz bestimmt. Ich kenne relativ viele Kolleginnen und Kollegen, die super kompetent sind im Bereich Nachhaltigkeitsthemen, aber dann einfach an der Geschäftsführungstür gnadenlos abblitzen. Spätestens an der Vermarktungstür sind bisher viele gescheitert. Das ändert sich aber gerade. Vor wenigen Tagen haben ja S20, also die 20 größten deutschen Sportsponsoren und der VSA, also die Vereinigung Sponsoring-Anbieter gemeinsame Statements rausgebracht. Es ist völlig eindeutig, dass das Thema Nachhaltigkeit in ein modernes Sponsoring reingehört. Und deswegen ist es auch vermarktungsseitig relevant, und damit wird es auch auf Geschäftsführungsebene relevant, und dann sind wir mitten im Kerngeschäft. Und wenn man das verstanden hat, dann öffnen sich auch diese Türen. Aber wir sind anders sozialisiert in der Bundesliga. Wenn man Borussia Dortmund heißt, stellt man sich mit einem Toaster auf den Bahnsteig und kann den dann verkaufen, weil diese Emotionalität so enorm hoch ist. Das ist natürlich irgendwie ein Luxusproblem gewesen, das auch dazu geführt hat, dass man sich nicht so verantwortlich gefühlt hatte, nach dem Motto es läuft doch, was willst du denn? Und das ändert sich aber auch gerade ein Stück weit, denke ich.

14) Also ist das eine Dynamik, in die sich die Idee der Kriterien in der Lizenzierungsordnung einreicht? Es ist also ein Teil einer Dynamik, die aber auch von vielen anderen Ebenen getragen wird?

Ja, also sicherlich hat Fridays for Future damit eine große Menge zu tun. Dann gab es Corona, und die Fußballbundesliga ist in die Kritik geraten, dadurch dass sie relativ viel früher wieder spielen musste und durfte. Es war wirklich eine Selbstentblößung, kann man eigentlich sagen. Das hat ein Stück des Nimbus genommen, den der Profifußball genossen hat. Und es ist eben nicht so, wenn wir die Stadien wieder aufsperrten, dass die Leute genauso schnell und zahlreich wiederkommen, wie wir das vorher gewohnt waren. Und diese ganzen Dynamiken haben das mit Sicherheit befeuert. Auch in der Taskforce Zukunft Profifußball war ja innerhalb der Fanthemen und auch innerhalb der Themen, die die anderen Stakeholder eingebracht haben, das Thema Nachhaltigkeit eindeutig ganz oben. Dann kann man sich dem Thema einfach irgendwann nicht mehr entziehen.

15) Was würden Sie sich von der DFL, dem DFB oder anderen Vereinen wünschen?

Die Frage nicht so zu beantworten, „was muss ich tun, um irgendwelche Erwartungen zu erfüllen“, sondern „was kann ich dazu beitragen, dass wir ein ziemlich großes Problem, was wir zusammen haben, lösen“? Die Rolle zu verstehen, die der Sport in der Gesellschaft hat. Das verstehen die natürlich, aber das auch in der Richtung auszuschöpfen. Da muss sich der Sport einfach bekennen, und er kann es tun, und allein daraus ist die Verantwortung ja ziemlich große. Diesen Blickwinkel zu bekommen, das nicht als etwas Verpflichtendes zu führen, sondern zu verstehen, welchen großartigen Hebel wir da in der Hand halten. Und zu überlegen, was können wir damit anstellen? Und dann ist es eben das günstige, dass das dann auch noch uns selber am Ende des Tages nutzt. Also ist es eigentlich klar, dass man zu dieser Überzeugung kommen muss, aber es ist halt oft dann immer noch ein bisschen dieses „Wir sind ein Fußballverein, was haben wir mit der Klimakrise zu tun?“.

16) Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Was vielleicht interessant sein könnte ist, dass wir die unterschiedlichen Wirkweisen von klassischen Sponsorings mit einem mit Nachhaltigkeitsthemen verknüpften Sponsoring verglichen haben, in einer bundesweit repräsentativen Studie unter Fußballinteressierten mit der Uni Mannheim. Dort kam raus, dass eigentlich über alle relevanten Wirkungsebenen eines Sponsoring, nämlich die Wahrnehmung dieser bestimmten Aktivität, die Wahrnehmung des Sponsors als nachhaltiges Unternehmen und die Bereitschaft, positiv über ihn zu sprechen, dass überall eine statistisch signifikante positive Verbesserung zu sehen ist. Und darauf basiert unser Sponsoring-Ansatz, den kann man Value-Ansatz nennen, weil wir eben sagen, in der Sekunde, in der wir gesellschaftliche Themen in einem Sponsoring nicht am Ende, sondern von Beginn an reindenken, verändert sich auch die Qualität eines Sponsorings. Also versuchen wir darüber auch, zukünftige Sponsoring-Perspektiven sofort greifbar zu machen. Das steht in dieser Studie.

Vielen Dank!

Anhang 17: 1. FC Köln

Schriftliches Interview mit Vertretern der Nachhaltigkeitsabteilung des 1. FC Köln (unbekannt) – 28.10.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ein rücksichtsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen und Verantwortungsübernahme für Mensch und Natur.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja.

3) Der 1. FC Köln ist sehr aktiv im Bereich Nachhaltigkeit, und wurde als erster deutscher Profiverein mit dem ZNU-Nachhaltigkeitsstandard durch die TÜV Rheinland zertifiziert. Welche Maßnahmen führen Sie bereits durch, welche sind geplant?

Bei uns erfolgte zum Beispiel die Umstellung auf zertifizierten Grünstrom. In Zukunft wollen wir die Eigenstromerzeugung aus erneuerbaren Quellen am Geißbockheim und Neubau NLZ ausbauen, z.B. mit einer Solaranlage oder Kraft-Wärme-Kopplung. Alle unsere Materialien werden nach Benutzung an Breitensportvereine und/oder soziale Projekte weitergegeben und nicht weggeworfen. In Bezug auf die Fanmobilität gibt es eine Reiserichtlinie für Auswärtsspiele und im Ticketpreis ist die VRS-Anreise inkludiert. Es werden auch bereits viele Maßnahmen zur Müllreduktion umgesetzt. Weitere in unserer Macht stehende Nachhaltigkeitsprojekte werden zeitnah kommuniziert.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball im Allgemeinen ein?

Im Vergleich zu anderen mittelständischen Unternehmen gut.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Die Bundesligisten, die DFL und der DFB.

6) Die Taskforce „Zukunft Profifußball“ der DFL hat kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Was ist Ihre Meinung dazu?

Das ist sehr gut.

7) Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ja.

Vielen Dank!

Anhang 18: Laura Bertram – Hertha BSC

Schriftliches Interview mit Laura Bertram (Mitarbeiterin CSR und Nachhaltigkeit bei Hertha BSC) – 17.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologische Nachhaltigkeit ist einer der Bestandteile von Nachhaltigkeit, welche auch über ihren sozialen und ökonomischen Aspekt definiert wird. Auf ökologischer Ebene bedeutet dies für uns das verantwortungs- und rücksichtsvolle Handeln mit den Ressourcen, das zum Schutz der Umwelt und zum Klimaschutz beiträgt. Wir nutzen diesen Planeten und sind damit verantwortlich, uns um ihn zu kümmern und nicht zu zerstören.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Auf jeden Fall ist er das. Wir sind Teil der Gesellschaft und Klimaschutz geht uns alle an, gerade die Politik und (große) Unternehmen, wie auch wir es sind. Außerdem haben wir als Profifußball eine große Bühne und bekommen von allen Seiten viel Aufmerksamkeit. Mit Aufmerksamkeit kommt auch Verantwortung einher: Diese sollten wir wahrnehmen, uns für mehr Nachhaltigkeit einsetzen und unsere Vorbildfunktion wahrnehmen.

3) Es gibt sehr viele verschiedene Bereiche, in denen ökologische Nachhaltigkeit wichtig ist. Beispiele sind die Bewässerung der Rasenplätze, die Müllproduktion, die Fortbewegungsmittel von Fans und Spielern, Textilien und Materialien wie Bälle (sowohl im Spielbetrieb als auch im Merchandising), der Lebensmittelverbrauch, und selbst elektronische Geräte wie Computer etc. Inwiefern ist Hertha BSC der Umwelteinfluss in diesen Bereichen bewusst und haben Sie bereits Maßnahmen geplant, um diesen Einfluss zu verringern?

Ja, das ist uns bewusst. Wir haben im vergangenen Jahr erstmals unseren ökologischen Fußabdruck bestimmt, um unsere Treibhausgasemissionen zu erfassen und transparent zu machen. Damit haben wir eine handfeste und seriöse Grundlage und wissen genau, in welchen Bereichen wir wie sehr die Umwelt belasten. Hieraus können wir erkennen, welche Bereiche des Vereins von zentraler Bedeutung sind, konkrete Maßnahmen entwickeln, und diese gezielt angehen. Das tun wir an allen Ecken und Enden: Von der Umstellung der Merchandising-Kollektionen über die unseres Fuhrparks hin zu mehr Elektromobilität oder einer Mobilitätsanalyse zur An- und Abreise unserer Fans. Diese macht nämlich den größten Teil unserer Emissionen aus.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Das Bewusstsein für Klimaschutz und dass dieser notwendig ist scheint da zu sein, und in meiner Ansicht wird es in den Clubs immer wichtiger. Einige Vereine beschäftigen sich schon sehr lange mit ökologischer Nachhaltigkeit und haben ausgeklügelte Konzepte, so ist etwa Mainz 05 bereits seit über 10 Jahren klimaneutral. Allgemein finde ich, dass dennoch noch sehr viel Luft nach oben ist und wir alle das Thema noch ernster nehmen und auch wirklich umweltfreundlicher handeln müssen. Generell muss man sagen, dass das Konzept Profifußball, also Großveranstaltungen, zu denen viele Menschen durch das ganze Land (oder ganz Europa/die Welt) reisen, alles andere als klimafreundlich ist – zumindest so, wie es aktuell gelebt wird.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Wir alle sind dafür zuständig. Wir als Vereine, aber auch die Verbände, DFB und DFL. Wichtig ist meiner Meinung nach, dass alle mitziehen und wir so gemeinsam etwas verändern können.

6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich finde diese Entscheidung sehr sinnvoll. Es macht die Wichtigkeit des Themas Klimaschutz und die Dringlichkeit der Klimakrise klar. Somit ist ökologische Nachhaltigkeit nicht mehr ein ‚Nice to have‘, sondern wird zum ‚Must have‘. Damit wird auch mehr Geschwindigkeit in die Entwicklung hin zum nachhaltigeren Fußball gebracht, was dringend notwendig ist.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Das ist schwierig zu sagen. Ich finde, wenn man es ernst meint mit Klimaschutz, müssten die Kriterien an den wissenschaftlichen Zielen und Erkenntnissen ausgerichtet sein. Das heißt, durch die Erfüllung der Kriterien sollte theoretisch mindestens das Pariser Klimaabkommen eingehalten werden.

8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Etwa wenn alle Vereine die An- und Abreise zu den Heimspielen per ÖPNV in den Tickets inkludieren, die Teams zu den Liga-Auswärtsspielen nicht mehr fliegen. Das wäre konsequent.

9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Ich denke ja. Allerdings darf der Fußball hier nicht vor unerfüllbare Kriterien gestellt werden und die Vereine mit der Erfüllung allein gelassen werden. Für einige Vereine ist es schwieriger als für andere, Kapazitäten aufzubringen, sei es monetärer oder personeller Art.

**10) Was würden Sie sich von der DFL, dem DFB oder anderen Vereinen wünschen?
Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?**

Genau diese angesprochene Unterstützung zwischen Verband, Liga und Vereinen. Ich würde mir wünschen, dass hier Expertise und Erfahrung geteilt wird und Hilfestellungen gegeben werden. Anders als auf dem Platz ist ökologische Nachhaltigkeit kein Wettbewerb, wir sitzen alle im selben Boot und müssen uns alle verändern, die Klimakrise betrifft jede*n einzelne*n.

Vielen Dank!

Anhang 19: Steffen Lindenmaier – VfB Stuttgart 1893

Mündliches Interview mit Steffen Lindenmaier (Mitarbeiter Media Relations und CSR beim VfB Stuttgart 1893) – 16.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Das ist gar nicht so einfach zu beantworten. Letztlich ist ökologische Nachhaltigkeit eine Dimension des ganzen Nachhaltigkeitskonstrukts, neben der ökonomischen und der sozialen Nachhaltigkeit. Außerdem steckt die Bedeutung dort in verschiedenen Details und Bereichen, egal ob man dann von Energie, Mobilität, Wasser, Abfall oder ähnlichen Themen spricht. Im Endeffekt ist die Bedeutung schon groß, weil das ökologische Thema einfach auch ein sehr breites Spektrum umfasst.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja. Durch den Beschluss, es in die Lizenzierung aufzunehmen, hat man ja jetzt die Wichtigkeit des Themas gesehen. Vor allem, wenn wir zum Beispiel das große Thema Mobilität und Spieltag etc. herausheben, sind wir dort in der Pflicht, Optimierungen vorzunehmen.

3) Der VfB Stuttgart macht schon relativ viel in diesen Bereich. Könnten Sie kurz umreißen, welche Maßnahmen bereits durchgeführt werden?

Es ist sehr schwer, das auf ein paar Sätze zu beschränken, ich versuche es trotzdem mal. Wir haben natürlich Themen, die uns schon seit längerer Zeit beschäftigen, da wir ja auch schon lange im Spielbetrieb sind. Wenn wir jetzt beispielsweise unser Stadion nehmen, dann gibt es dort natürlich Themen wie Strom, Wasser und Abfall, die dort schon länger eine Rolle spielen. Beim Thema Strom sind wir beispielsweise auf 100% Ökostrom aufgestellt. Wenn wir das Thema Wasserreduktion nehmen, haben wir zum Beispiel wasserlose Urinale und arbeiten mit Regenwasserrückgewinnung.

nung. Ein großer Komplex, der mit dem Stadion verbunden ist, ist natürlich das Thema Mobilität und Emissionen. Dort gibt es beispielsweise bei unseren Heimspieltagen schon ein ÖPNV-Ticket, das heißt man kann mit einem Heimspiel-Ticket dann den öffentlichen Nahverkehr nutzen, womit wir natürlich das Anreiseverhalten unserer Fans durch CO₂-Reduzierungen optimieren wollen. Es gibt dort also schon Dinge, die wir haben und die wir machen, und die wir entsprechend auch fördern. Aber es gibt natürlich auch noch Luft nach oben.

4) Um genau darauf zu sprechen zu kommen: Haben Sie bereits konkrete Maßnahmen für die Zukunft geplant?

Eine Maßnahme ist jetzt beispielsweise, dass wir unseren ersten Unternehmens-CO₂-Fußabdruck ermitteln, und auf Basis dieser Daten werden wir dann erstmal detaillierter sehen, wie wir in den verschiedenen Feldern aufgestellt sind. Auf Basis dieser Ergebnisse werden wir dann die nächsten Schritte einleiten und entsprechend dann auch Maßnahmen festlegen.

5) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Der aktuelle Stand ist, dass es meiner Meinung nach natürlich Unterschiede in der Ausprägung des Themas Nachhaltigkeit in den Vereinen gibt, weil es einfach einige Vereine gibt, die sich durch die Historie bedingt (wenn wir jetzt Wolfsburg oder Bremen als Benchmark nehmen) schon seit vielen Jahren in einem ganzheitlichen Ansatz mit dem Thema beschäftigen. Das ist natürlich dann ein Unterschied zu beispielsweise einem Zweitligisten, der vielleicht erstmalig aus der dritten in die zweite Liga aufgestiegen ist und sich dann erst jetzt, durch den Beschluss der Profiklubs, innerhalb von doch recht sportlicher Zeit darauf vorbereiten muss. Das dürfte sehr spannend werden.

6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ja, das ist wichtig und richtig.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Grundsätzlich ist ja schon festgelegt, dass alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden. Es gibt ja jetzt Vereine wie uns und andere, die sich schon in der Vergangenheit haben zertifizieren lassen (mit dem Nachhaltigkeitsstandard von sustainClub wie wir, oder mit dem von der ZNU wie der 1. FC Köln), und dann gibt es natürlich noch viele andere Kennzahlen und Kennzahlensysteme. Letztlich wird es das Spannende sein, wie dieser Mix dann im Endeffekt aussieht. Ich hatte es gerade schon gesagt, dass auch wichtig sein wird, dass jeder der Klubs irgendwo die

Möglichkeit hat, diesen Basisstandard zu erreichen, um die Lizenz zu erhalten. Am Ende hängt es davon ab, und ich glaube es wird eher spannend werden, wie dann die Stufe zwei und drei, also die Bonusstufen, aussehen könnten. Das wird dann schon ein sehr ambitioniertes Niveau sein, wo dann wahrscheinlich Vereine, die schon länger bei dem Thema unterwegs sind, größere Chancen haben, das sofort zu erreichen, während die anderen dann entsprechend auch die Strecke machen müssen.

8) Denken Sie, dass das Thema „finanzielle Mittel“ mit einbezogen werden sollte, also dass Vereine, die tendenziell schon mehr finanzielle Ressourcen zur Verfügung haben, vielleicht auch andere Mindestkriterien haben sollten als Vereine, die zum Beispiel in der zweiten Liga spielen und viel geringere Budgets haben?

Meine persönliche Meinung wäre schon, dass man das so machen könnte. Andererseits ist es nun einmal so, dass Vereine, die vielleicht bessere finanzielle Ressourcen haben, in der Vergangenheit auch besser performt haben können und deshalb diese Möglichkeiten haben. Und wenn sie dann irgendwo benachteiligt werden würden, indem sie mehr erreichen müssen, wäre es vielleicht auch nicht ganz gerecht. Deshalb ist das schwer zu sagen.

9) Sehen Sie eine Gefahr, dass, wenn es Mindestkriterien gibt, Vereine genau diese Kriterien erfüllen, aber dann nicht über diese Kriterien hinausdenken?

Das kann schon passieren. Ich finde das auch total schwer, in Klubs reinzuschauen. Zum Beispiel einfach diese Basis zu erreichen, weil sie die personellen oder finanziellen Ressourcen einfach nicht haben, selbst wenn sie das Thema irgendwie gut finden. Wir leben aktuell ja in einer sehr spannenden Zeit, wo natürlich bedingt durch Corona und Geisterspiele vor allem auch viele finanzielle Mittel fehlen. Dann ist es natürlich schon spannend, wenn einerseits der Klub am Leben gehalten werden muss, und andererseits Dinge getan werden müssen, um den Klub „nachhaltiger zu machen“. Wer weiß, wie es in zwei Jahren aussieht, aber am Ende muss man sich ja auch jetzt auf diesen Weg machen. Das ist schon eine spannende Zeit.

10) Aus der Sicht des VfB Stuttgart, ist da der Wille da, viel zu machen, und man muss schauen, wie das von den Ressourcen her möglich ist? Oder ist es eher so, dass es ein bis zwei Personen gibt, die immer wieder Impulse geben, aber es wird vielleicht nicht alles sofort als wichtig eingeschätzt?

Das Thema Verantwortung oder Nachhaltigkeit oder wie Sie es nennen wollen ist letztlich Teil unseres Leitbildes und unserer Gesamtstrategie, von daher ist das Thema in der Strategie integriert. Entsprechend hat es auch eine Wichtigkeit. Wir haben uns da schon ambitionierte Ziele gesetzt, aber es wird glaube ich immer mit davon abhängen, wie die Gesamtsituation ist. Man bekennt sich natürlich zu gewissen Themen, aber es ist dann schon so, wenn man ein gewisses Level erreicht hat – wir haben jetzt beispielsweise einen silbernen Nachhaltigkeitsstandard – ist es schon sportlich, dort dann noch höher zu kommen. Irgendwann muss man auch in Dinge investieren, und wenn die

Gesamtlage so ist, dass man nicht investieren kann, oder die Prioritäten irgendwo anders gesetzt werden... Das ist dann letztlich die Vereinsphilosophie, also kann es schon sein, dass das dann mal auf der Strecke bleibt. Grundsätzlich würde ich sagen, dass wir uns auf einen guten Weg gemacht haben.

11) Was könnte unabhängig von der Lizenzierungsordnung noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Wenn im Rahmen der Lizenzierung alle 36 Klubs dran arbeiten, dann hilft es dem Gesamtstruktur. Es ist wahrscheinlich schon so, dass wir als Liga in Europa führend dazugehören, das Thema umzusetzen und unseren Teil zur Nachhaltigkeit beizutragen. Mein Gedanke ist immer, wenn jeder ein Stück weit seinen Teil dazu beiträgt, auch außerhalb des Fußballs, dann schaffen wir es alle, besser zu werden. Deshalb sind wir in der Pflicht, und ich glaube, der Profifußball wird das auch annehmen.

Vielen Dank!

Anhang 20: Matthias Mühlen – VfL Bochum 1848

Mündliches Interview mit Matthias Mühlen (Leiter Nachhaltigkeit/CSR beim VfL Bochum 1848) – 21.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologische Nachhaltigkeit ist für mich eine der klassischen Säulen des Nachhaltigkeitsmanagements oder der Nachhaltigkeitsstrategie, neben der sozialen und ökonomischen, erstmal als allgemeine Einordnung. Ich verbinde damit ganz konkret alle Themen, die eine nachhaltige Auswirkung haben, wie Energie, Wasser, Abfall, Ressourcenverbrauch, Mobilität - also alles, was irgendwie Umwelt und Klima in irgendeiner Form beeinflusst.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja, auf jeden Fall. Ich glaube, das geht ja auch weit über den Profifußball hinaus, also das betrifft ja die klassischen Wirtschaftsunternehmen, das betrifft die Politik, das betrifft die Gesellschaft. Letztendlich ist das ein globales Thema und da stehen wir als Profifußballklubs genauso in der Verantwortung wie alle anderen. Ich finde, dass es wichtig ist, es auch einzuordnen als eines der vielen Themen, für die wir Verantwortung übernehmen müssen und die Bestandteil einer Nachhaltigkeitsstrategie sind. Aber es ist sicherlich aufgrund der globalen Herausforderung,

gerade Richtung Klimawandel gedacht, natürlich ein besonders wichtiges Thema. Und ich glaube auch, dass wir da alle noch viel Potential haben, was wir dann auch nutzen können.

3) Für den VfL Bochum scheint Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle zu spielen. So arbeiten Sie daran, Ihren Energie- und Wasserverbrauch zu reduzieren, und haben auch eine nachhaltige Kollektion in Ihr Merchandising-Angebot aufgenommen. Welche Maßnahmen haben Sie in diesen Bereichen in Zukunft noch geplant?

Also erstmal ist auch über die Bereiche hinaus noch weiteres geplant, wir werden sicherlich auch im Themengebiet Mobilität nochmal das ein oder andere bewegen, das ist ja auch ein großes Thema. Wir analysieren das gerade auch eingehend. Aber auch im Merchandising wird es auf jeden Fall eine Weiterentwicklung geben, das bringen die Produkte und die Lieferketten ja auch schon mit sich. Selbst wenn wir da jetzt gar nicht zu aktiv werden würden, glaube ich, wird sich da einfach viel in den nächsten Jahren tun. Aber wir haben natürlich auch den inneren Antrieb, uns da weiter zu verbessern. Wir haben zuletzt auch bei einer Studie von cum ratione ganz gut abgeschnitten, sind da im oberen Drittel gelandet und auch positiv bewertet worden, was uns natürlich sehr gefreut hat. Und wir wollen im kommenden Jahr natürlich nicht schlechter abschneiden, insofern ist der Anreiz schon gegeben, dass wir uns da auch weiter verbessern wollen und einfach immer noch mehr nachhaltige Produkte einführen wollen. Wir möchten natürlich auch immer untersuchen, was sich die Fans wünschen. Aber ich glaube, gerade im Bereich Merchandising sind wir da auch gefordert, eher selbst aktiv zu werden. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten ist einfach nicht so riesig, wie man sich das vielleicht immer vorstellt. Insofern müssen wir da glaube ich erstmal eher proaktiv rangehen, aber das wird sich sicherlich in den nächsten Jahren auch nochmal wandeln. Also die Nachfrage wird da glaube ich schon höher sein. Das wird natürlich auch in der Tiefe nochmal stärker betrachtet werden. Und auch in den anderen Bereichen, um da jetzt kurz drauf einzugehen, sind auch einige Maßnahmen geplant. Wir haben uns ja schonmal im Rahmen Öko-Profit beispielsweise einen Überblick über die Themen und Projekte verschafft, wie man das Managementsystem im Hintergrund weiter professionalisiert und optimiert, und haben dann natürlich auch einige Projekte, Themen und Maßnahmen, die da besonders herausstechen. Zum Beispiel eine Photovoltaikanlage auf dem Dach, das können wir auf dem Stadionsdach aus statischen Gründen leider nicht machen, aber wir haben hier an der Geschäftsstelle auch noch einiges an Fläche, die wir nutzen können. Jetzt haben wir neuerdings auch Ladesäulen auf einem der Parkplätze. Also es tut sich einiges.

4) Woher kommt der Antrieb? Sind das Einzelpersonen bei Ihnen im Verein, wie eben Sie, die dann sagen, wir müssen jetzt was tun und wir haben die und die Idee, oder kam es wirklich von der Vereinsführung, die gesagt hat, wir müssen uns darum kümmern und wir beauftragen jetzt jemanden damit, sich damit zu beschäftigen.

Ehrlicherweise glaube ich, das ist so ein bisschen ein Zusammenspiel. Das Thema Nachhaltigkeit und der CSR-Begriff war ja vor ein paar Jahren tendenziell sehr stark auf das Soziale fokussiert, dass man dann eben gesagt hat, wir sind als Klub auch verantwortlich in der Gesellschaft und der Gemeinschaft, in der wir uns bewegen. Häufig sind wir dann in die soziale Richtung gegangen oder in Richtung Charity, was auch weiterhin natürlich extrem wichtig ist, aber da ging es nicht so sehr um die Geschäftsmodelle, die da dahinter stehen. Heutzutage sprechen wir viel stärker von nachhaltigen Geschäftsmodellen, was natürlich auch auf der gesellschaftlichen Entwicklung, die es momentan gibt, basiert. Es geht jetzt einfach sehr stark auch darum, uns als Klub, als Unternehmen nachhaltig weiterzuentwickeln. Und der Antrieb kommt, glaube ich, von verschiedenen Seiten. Bei mir oder bei allen anderen Kolleginnen und Kollegen in der Bundesliga und zweiten Bundesliga ist da natürlich eine ganz besondere Motivation, weil es unser Kernthema ist. Aber man merkt eben, auch auf der Geschäftsführungsebene tut sich sehr viel. Es ist auch eine neue Generation von Geschäftsführern im Vergleich zu vor 30-40 Jahren beispielsweise, die diese Themen auch erkennen und für besonders relevant erachten. Und gerade in unserem Fall ganz konkret ist es auch so, dass unser Geschäftsführer in der AG Nachhaltigkeit ist, und da eben sehr nah dran ist und auch sieht, was sich da bewegt. Ich glaube, das Thema Nachhaltigkeit ist auf allen Ebenen im Klub angekommen, und das ist gut. Das ist die wichtigste Grundvoraussetzung. Dann geht es natürlich immer darum, das Ganze auch fortlaufend zu bespielen und immer gemeinsam mit den Fachabteilungen zu schauen, wo können wir noch besser werden?

5) Also es gibt Austausche innerhalb des Klubs. Aber gibt es auch Austausche mit den anderen Klubs? Spricht man da auch konkret darüber und teilt Best Practices?

Ja, das ist tatsächlich gerade im CSR-Bereich sehr intensiv. Auch schon seit Jahren, nicht erst seit jetzt die Taskforce getagt hat, sondern es gibt seit einigen Jahren auch eine Vollversammlung im CSR-Bereich beispielsweise, und im Rahmen der Vollversammlung treffen sich dann Vertreter und Vertreterinnen aller 36 Klubs der Bundesliga und der zweiten Bundesliga. Aus dieser Vollversammlung wurde beispielsweise auch der Arbeitskreis Verantwortung, ehemaliger CSR-Arbeitskreis, gewählt. Das heißt, allein über diese Formate ist schon ein sehr enger Austausch da, weil der Arbeitskreis natürlich auch das Bindeglied zwischen den Klubs und der DFL beziehungsweise der DFL-Stiftung wiederum ist. Und auch unterjährig ist da ein sehr reger, regelmäßiger Austausch zu bestimmten Fokusthemen, weil man da natürlich voneinander lernen kann. Wir stehen sportlich natürlich alle irgendwie im Wettbewerb, aber auf anderen Ebenen ist es einfach eine Win-Win-Situation, wenn man sich zu den Themen austauscht, voneinander lernt, und das in angepasster Form nutzt, was andere schon sehr gut machen.

6) Auf jeden Fall, der Fußball ist ja zwar ein Wettbewerbssport, aber auch ein gesellschaftlicher Akteur und da ziehen dann im Idealfall alle an einem Strang.

Genauso ist es. Und letztendlich ist auch das Thema Nachhaltigkeit inzwischen Gott sei Dank aus meiner Sicht auch kein Thema mehr, bei dem man sagt, man will nur was Gutes tun, und man zwackt mal was ab aus einer Abteilung, um mal was Nettes zu machen, sondern es geht wirklich darum, sich nachhaltig zu reformieren würde ich schon fast sagen. Das ist ja eine kleine Revolution, die da auch gerade passiert, also alles mal auf links zu drehen. Und dann ist das auch eine wirtschaftliche Chance, weil ich glaube, zukünftig wird es noch stärker so sein, dass Banken, Partner, Sponsoren und Klubs sich gegenseitig nach anderen Kriterien bewerten. Das rein Ökonomische, also wie ist ein Klub finanziell aufgestellt, das wird nicht mehr das alleinige ausschlaggebende Kriterium sein, sondern es geht auch darum, wie sozial ist er, wie ist er im Bereich Umwelt aufgestellt, um allein auch zu bewerten, gibt es diesen Klub (oder dieses Unternehmen - geht über den Fußball hinaus) auch in 10 oder 20 Jahren noch. Diese nachhaltigen Geschäftsmodelle sind auch bei der Bewertung jetzt immer wichtiger.

7) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Das ist ehrlich gesagt sehr schwer zu bewerten, weil, das ist ja gerade im Fußball ganz extrem, die Klubgröße so extrem variiert. Wenn man die Topklubs der Bundesliga sieht und die mit den kleinsten Klubs der zweiten Bundesliga vergleicht, die vielleicht zum ersten Mal überhaupt in die zweite Bundesliga aufgestiegen sind, sind das halt massive Unterschiede. Und es ist auch klar, wenn man unternehmerische Strukturen hat, dann kann man Dinge schneller und besser umsetzen. Wenn man mit 20 Personen in der Geschäftsstelle sitzt und quasi für jede Abteilung nur eine Person hat, wenn überhaupt, oder Abteilungen zusammengefasst werden, dann ist das natürlich komplizierter. Insofern wäre es auch unfair zu sagen, dass die, die dann ganz groß in Erscheinung treten und die schon sehr weit sind, besser sind. In gewisser Hinsicht machen sie es dann besser, weil das aber auch können. Und ich glaube aber, dass jeder Klub auch die Motivation hat, sich weiterzuentwickeln, auch über den ökologischen Bereich hinaus, und selbst bei dem kleinsten Klub tut sich was. Jeder leistet mit seiner Ausrichtung eine wertvolle Arbeit. Also das kann man glaube ich schon so festhalten.

8) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Auf jeden Fall. Ich finde das erstmal sehr gut, das ist ja auch etwas, was wir aus unserem Arbeitskreis heraus schon immer sehr forciert und befürwortet haben. Es war natürlich toll, dass sich das dann auch mit den Ergebnissen der Taskforce gedeckt hat. Auch die Tatsache, dass es jetzt die AG Nachhaltigkeit auf höchster Ebene gibt, die sich detailliert mit der nachhaltigen Entwicklung auseinandersetzt, ist ein beachtliches Signal. Das ist ein ganz wichtiger Schritt, den die DFL da

gerade geht, und ich finde es sehr mutig und sehr gut, dass sie das machen. Ich glaube, das wird den Fußball definitiv nachhaltiger machen, vor allem weil das eben ganzheitlich betrachtet wird. Es geht ja nicht nur um die ökologische Nachhaltigkeit. Die steht natürlich, gerade unter der Entwicklung, die wir ringsherum haben, sehr im Fokus, aber es geht auch um ökonomische Nachhaltigkeit. Da gibt es die ganzen unternehmensstrukturellen Dinge, die sehr wichtig sind. Dann geht es um soziale Nachhaltigkeit, also interne soziale Nachhaltigkeit im betrieblichen Gesundheitsmanagement plus die sozialen Projekte, die es ohnehin gibt. Das ist ja eine enorme Bandbreite an Themen, und ich glaube, dadurch dass man es in die Lizenzierung aufnimmt und bestimmte Kriterien entwickelt, gibt man den Klubs auch einen sehr wertvollen Rahmen, der als Orientierung dienen kann. Trotzdem ist es wichtig, dass jeder Klub für sich seine individuelle Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Dieses Zusammenspiel ist, glaube ich, sehr wertvoll und bringt den Fußball enorm weiter.

9) Wenn ich Sie richtig verstehe, haben auch kleinere Klubs die Intention, mehr zu machen, und die Lizenzierung wird das Ganze einfach eher unterstützen, indem da ein offizieller Rahmen gegeben wird?

Ja, wobei ich mich da auch ein bisschen korrigieren muss, das war jetzt etwas zu soft. Also es wird schon tatsächlich stark in Richtung Verpflichtung gehen. Die Herausforderung ist sicherlich, die verschiedenen Klubgrößen zu berücksichtigen. Also es zum einen zu schaffen, dass diejenigen, die schon sehr weit sind, nicht sagen, wir machen einen Haken dahinter, und dann keine Motivation haben, sich weiterzuentwickeln. Und andererseits, dass nicht die überfordert sind, die mehr am Anfang stehen oder noch nicht so viele Möglichkeiten hatten. Ich glaube, das ist eine Herausforderung, die aber jetzt bei der Entwicklung der Kriterien stark berücksichtigt wird. Insgesamt ist aber auch die Aufnahme in die Lizenzierung natürlich ein enorm wichtiger Schritt, aber auch ein sehr herausfordernder Schritt. Wenn es in der Lizenzierung steht, dann muss und möchte man es auch erfüllen. Man wird sicherlich nicht zwangsabsteigen, wenn man es nicht erfüllt, aber es geht auch um monetäre Belohnung oder Bestrafung auf der anderen Seite. Und ich glaube, so wie es bisher aussieht, wird es einen mehrstufigen Prozess geben, also verschiedene Abstufungen von Kriterien. Das heißt, es gibt eine gewisse Grundlage, die muss jeder erfüllen, und was darüber hinaus geht, das führt dann eher zu Belohnung oder Anreizsystemen. Ich glaube, das ist eine sehr sinnvolle Lösung, weil man dann natürlich die Ernsthaftigkeit untermauert und schon auch die Klubs herausfordert. Das zu erfüllen, das wird jetzt auch nicht nebenbei gelingen für die allermeisten Klubs. Es gibt aber auch dann noch die Möglichkeit, sich darüber hinaus zu engagieren, und das wird dann auch in die Bewertung reinfließen. Das ist gut so.

10) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen? Wie schafft man eine Vergleichbarkeit, die auch wirklich für alle Vereine gerecht ist?

Das ist noch spekulativ. Erstmal was die Themen an sich angeht, glaube ich, man kann sich da natürlich stark an diesen Standards orientieren, die es schon gibt. Also wenn man von einem klassischen CSR-Verständnis oder auch ESG-Verständnis ausgeht, welche Säulen es da gibt, und dann auch mal recherchiert, was zum Beispiel der GRI vorgibt bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung, oder was die SDGs vorgeben. All diese Dinge sind glaube ich schon mal eine gute Orientierung für das, was da kommen wird, in welche Richtung es gehen wird, und wie möglicherweise Kriterien dann irgendwann aussehen könnten. Das kann ich mir zumindest gut vorstellen. Wie genau das aussieht, das werden wir dann sehen. Ich glaube, wichtig ist, dass man es kennzahlenmäßig abbilden kann, dass man es eben auch wirklich messen kann, aber in einer relativen Form. Das heißt, auch zu schauen, wie ist der Verbrauch pro Zuschauer, um auch die unterschiedlichen Stadiongrößen beispielsweise zu berücksichtigen, oder auch Effekte sonstiger Form zu bereinigen. Es gibt einfach gewisse Stadien, die haben Standortvorteile. Bei uns ist das so, wir sind mitten in der Stadt. Das ist ja erstmal nicht zwingend ein Standortvorteil, weil wir ja auch die Fläche belegen, aber was die Anreise angeht, kommen bei uns viele Fans mit öffentlichem Nahverkehr. Einfach, weil es sich anbietet und es nicht viele Parkmöglichkeiten in der Stadt gibt. Das ist halt schon ein riesiger Vorteil, den andere vielleicht nicht haben, die aber dafür ein besseres E-Mobilitäts-Konzept haben, oder ein sehr nachhaltiges Stadion an sich. Und ich glaube, das alles irgendwie in Balance zu bringen, das wird wichtig sein. Es darf dann auch nicht nur auf eine Kennzahl ankommen, sondern es wird dann sicherlich verschiedene Kategorien und Unterkategorien geben, die in der Gesamtbeurteilung gesehen werden. Ganz stark wird wahrscheinlich auch berücksichtigt werden, wie man sich auch weiter verbessern möchte. Also dass man nicht sagt, man macht das jetzt einmal, hat dann etwas Gutes, und dann legt man diese Zahl jedes Jahr vor. Sondern auch zu schauen, wie kommen wir da Schritt für Schritt weiter voran.

11) Gibt es eine Gefahr, wenn man dann Kriterien einführt, dass es vielleicht Klubs gibt, die dann die Kriterien erfüllen, die man erfüllen muss, aber aufhören, weiter nachzudenken, was man darüber hinaus machen kann?

In der Theorie ja. Ich halte es aber ehrlich gesagt für relativ unwahrscheinlich, weil ich zum einen glaube, dass die Anreizkriterien so gestaltet werden, dass man die auch erreichen möchte. Zum anderen glaube ich auch, dass sich jeder verbessern möchte. Wenn man jetzt anfangen würde, wirklich nur das Notwendigste machen, und es dabei zu belassen, dafür stehen wir als Klubs zu sehr in der Öffentlichkeit. Selbst wenn man sagt, man hat jetzt nicht diese Motivation, sich nachhaltig weiterzuentwickeln, sondern erfüllt nur seine Pflicht, will man sicherlich auch nicht bei 36 Klubs auf dem letzten Platz bezüglich der ganzheitlichen Nachhaltigkeit stehen. Hinzu kommt, dass ich einfach glaube, es ist alternativlos. In ein paar Jahren wird es gar nicht mehr möglich sein, sich diesem Thema komplett zu entziehen, durch diese Bewertung von Externen, und auch die Möglichkeit, die Chance für Klubs, auch umgekehrt Partner zu bewerten und zu sagen, wir gewinnen

vielleicht auch nachhaltige Partner für uns, die sonst nicht in den Fußball gegangen wären. Allein aus diesen ökonomischen Aspekten heraus ergibt es glaube ich schon sehr viel Sinn, sich damit intensiver auseinanderzusetzen.

12) Besteht das Risiko, dass es auch zu Greenwashing kommt, also dass es vielleicht Klubs gibt, die dann irgendeine Maßnahme machen, die man gut kommunizieren kann, aber es steckt nicht so viel dahinter? Wie kann man das vermeiden?

Eine Gefahr ist auch da theoretisch natürlich immer gegeben, weil auch da der Fußball in der Öffentlichkeit steht, eine gewisse Reichweite hat, und man natürlich gerne auch Themen kommuniziert, bei denen man weiß, dass sie gut ankommen. Ich glaube aber, dass inzwischen die Denkweise auch so weit ist, dass man verstanden hat, dass es gefährlich ist, Dinge zu kommunizieren, die eher nur oberflächlich betrachtet attraktiv erscheinen und vielleicht im Hintergrund gar nicht so viel dahintersteckt. Also ich glaube, es ist schon allgemein so, dass sich da viel getan hat und dass der innere Antrieb größer ist. Ich glaube, dass die Perspektive in den kommenden Jahren einfach sehr starken Einfluss darauf haben wird, dass man sich da weiterentwickeln möchte. Und ich glaube auch, dass die Lizenzierung da einen Rahmen vorgibt, der auch so herausfordernd ist, dass man wirklich ernsthaft Prozesse anstößt und es nicht ausreicht, eine kleine Kampagne zu machen. Also ich denke schon, dass vieles dafür spricht, dass der Greenwashing-Aspekt zumindest nochmal erheblich reduziert wird.

13) Wenn jetzt ein Vertreter von einem sehr kleinen Klub, sagen wir aus der zweiten Liga, sagen würde, wir haben aber nicht die finanziellen und personellen Ressourcen, wie sollen wir das jetzt umsetzen? Was würden Sie dann sagen?

Ich glaube, da gibt es tatsächlich ein paar Antworten, die man geben kann. Allein durch diese Entwicklung, dass es jetzt Lizenzierungsthema ist (was ja übrigens auch beschlossen wurde, also das steht jetzt ja auch, und damit hat sich auch die Geschäftsführung der Klubs zu dem Thema bekannt). Und ich glaube, dass man natürlich die Größe der Klubs auch berücksichtigen muss. Es ergibt sicherlich keinen Sinn, zu sagen, ein Klub mit 20 Leuten, um jetzt bei dem Beispiel zu bleiben, muss 10 Leute für Nachhaltigkeit einstellen. Ich glaube eher, es geht darum, mit denjenigen zusammenzuarbeiten, die auch die fachliche Expertise in den jeweiligen Bereichen haben. Das ist etwas Entscheidendes, und dafür braucht es keine riesige Abteilung, sondern einfach ein gutes Zusammenspiel. Es geht dann eher darum, das irgendwo aufzuhängen. Man muss dann überlegen, wie steuern wir das, wie verschaffen wir uns einen Überblick in einem Managementsystem, wie auch immer das dann aussieht, Tabellen oder ähnliches, um die ganzen Themen im Blick zu haben und entsprechend auch weiterzuentwickeln. Das Lizenzierungsthema ist wirklich auch mit Anreizen, möglicherweise auch mit monetären Dingen verbunden, und da refinanziert sich dann sogar eine Stelle. Also wenn man es wirklich auf dem niedrigsten Niveau jetzt erstmal ansetzen würde, dann würde sich allein dadurch schon das Potential ganz klar zeigen. Plus immer wieder dieser Aspekt,

wie laufen Partnerschaften in den kommenden Jahren ab. Auch da kann man ganz klar sagen, das refinanziert sich auch.

14) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Da könnte man jetzt viel zu sagen. Ich glaube, man muss erstmal standortspezifisch gucken, auch wenn Klubs ein ähnliches Kerngeschäft haben (da gibt es ja keinen großen Unterschied, das sportliche Kerngeschäft steht im Fokus). Ich glaube, man muss sich erstmal Orientierung verschaffen. Man muss schauen, was sind denn die anderen Fokusthemen, beispielsweise im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse, um zu gucken, wo haben wir denn die großen Hebel? Es bringt jetzt sicherlich nichts, damit anzufangen, zu sagen wir haben zwei Kaffeemaschinen und da gucken wir jetzt erstmal, dass wir die energieeffizienter machen. Sondern man muss eher gucken, was sind unsere großen Themen, die analysieren, zu gucken, was macht man in den Bereichen schon, und sich dann auch realistische, aber ambitionierte Ziele zu setzen und sich entsprechend weiterzuentwickeln. Das ist ganz wichtig, und dann wird es auch vereinsübergreifend. Da geht es nicht nur um ökologische Nachhaltigkeit, sondern um alle Bereiche.

Vielen Dank!

Anhang 21: Stefano Ridolfo – SpVgg Greuther Fürth

Mündliches Interview mit Stefano Ridolfo (Mitarbeiter Spieltagsorganisation und CSR bei der SpVgg Greuther Fürth) – 14.12.2021

1) Was bedeutet für dich der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologische Nachhaltigkeit bedeutet für mich in erster Linie, dass wir darauf gucken, wie wir unsere Ressourcen, die wir in jedem Bereich haben, ordentlich und langfristig nutzen. Wir sind gerade dabei, das alles umzustrukturieren. Und wir sind uns auch dessen bewusst, dass wir einige Themen haben, die jetzt nicht unbedingt ökologisch nachhaltig sind, die wir aber aktuell noch nicht ändern können. Zum Beispiel haben wir den Dieselmotor, der sich darum kümmert, dass wir unser Flutlicht auf eine gewisse Lux-Zahl bekommen, was auch für die Übertragung in bestimmte HD-Bereiche notwendig ist. Das können wir gerade anders nicht abbilden. Weil wir zudem auch ein kleiner Verein sind und einfach nicht die finanziellen Möglichkeiten haben. Für mich heißt das gleichbedeutend, dass wir gucken, dass wir damit transparent umgehen und auf der anderen Seite gucken, wie wir dafür in anderen Bereichen etwas machen können. Auch vielleicht mit nachhaltigen Bauten, wenn wir unser Stadion umbauen, mit Geschichten wie Solaranlagen. Das sind für

mich Themen, mit denen wir versuchen, möglichst transparent umzugehen, und unsere Ressourcen möglichst gut zu bündeln und zu behandeln.

2) Ist der deutsche Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Definitiv. Ich meine, dadurch dass es auch Thema in der Lizenzierung wird, wurde es ja auch von Verbandsseite schon übernommen. Aber ich glaube, jeder Verein, der sich irgendwie mit dem Thema CSR auseinandergesetzt hat und das Verständnis hat, in diesen drei Nachhaltigkeitssäulen zu denken, der hat auch die ökologische Nachhaltigkeit für sich ganz klar auf der Kette. Ich sehe da auch im sozialen Bereich eine große Verantwortung, weil wir da vielleicht auch eine ganz andere Reichweite haben als andere Unternehmen, da voranzugehen, als Vorbild zu agieren und Verantwortung zu übernehmen. Also ganz klar.

3) Welche konkreten Maßnahmen sind in diesem Zusammenhang bei SpVgg Greuther Fürth in Zukunft geplant?

Da muss ich ein bisschen ausholen. Es gibt bei uns gerade eine Person, das bin ich, die sich dem Thema angenommen hat. Ich hatte bis jetzt auch (das wird sich demnächst ändern) eine Schnittstellenposition, das heißt ich war noch viel im Spielbetrieb aktiv. Das wird sich jetzt ändern, jetzt habe ich nur noch den CSR-Bereich. Wir haben auch eine Stiftung gegründet. Das heißt, wir haben jetzt zum ersten Mal eine Vollzeitstelle, die sich um alles kümmert, also natürlich deutlich mehr Ressourcen, sich auch Gedanken zu machen. Ich glaube, damit wir dieses Thema auch extern transportieren können, müssen wir intern erstmal ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen, auch bei den Mitarbeitern. Und dann gibt es natürlich ganz viele Ideen und Projekte, ich habe es eben angesprochen, mit nachhaltigen Bauten zum Beispiel. Das Stadion soll umgebaut werden. Dadurch, dass wir in die erste Liga aufgestiegen sind, ist auch jetzt deutlich mehr finanzielle Kraft da, um das umzusetzen. Wir sprechen von einem komplett nachhaltigen Bau. Wir haben schon alles komplett umgestellt, waren in unserem letzten Bau schon sehr nachhaltig. Mülltrennung ist ein Thema, Abfallreduzierung, Resteessen. Also wenn beim Spieltag irgendwie Essen übrig bleibt, dass wir das wiederverwerten, damit sich auch da die Abfallmenge reduziert. Mehrwegbecher ist ein Thema, haben wir mittlerweile auch, wobei es da auch immer mal wieder Schwierigkeiten gibt. Beim Thema Transportmöglichkeiten haben wir auch an das Thema Mehrwegbecher gedacht, und da wäre bei uns die nächste Waschstraße über 200km entfernt gewesen. Also man muss da auch differenzieren, ergibt es am Ende Sinn, diese ganzen schmutzigen Becher dann insgesamt 400km hin und her zu schicken, weil man da dann nachhaltiger sein möchte? De facto ist man es dann einfach nicht mehr. Das sind alles Themen, die wir auf dem Schirm haben und die wir angehen wollen. Das ist ein relativ buntes Portfolio, und ich hoffe, dass wir davon im nächsten Jahr auch einiges umsetzen können.

4) Kam der Impuls, mehr in die Richtung zu machen, von Einzelpersonen, also zum Beispiel von dir, oder war das die Vereinsführung, die gesagt hat, wir müssen uns dem Thema annehmen, wir schaffen jetzt eine Stelle dazu?

Ich glaube, so ein bisschen beides. Bei uns war es so, 2015 waren wir einer der ersten Vereine, der eine Abteilung für CSR-Engagement hatte. Die wurde inzwischen wieder aufgelöst, weil sich da auch Verantwortlichkeiten geändert haben und Leute gegangen sind. Dann wurde das Thema auf verschiedene Schultern aufgeteilt. Als wir die Stiftung gegründet haben, war dann quasi der gesellschaftliche Bereich abgedeckt. Und dann war es so, dass wir gesagt haben, wir müssten in dem Bereich Nachhaltigkeit schon stärker werden. Aber da kamen dann auch über unsere Geschäftsführung immer mehr Partner und Sponsoren, die gefragt haben, was macht ihr überhaupt, die wollten Jahresberichte und so weiter. Also ich würde sagen, einerseits kam von interner Seite der Druck, von Einzelpersonen. Wir haben da schon ein paar Leute im Unternehmen, die bei dem Thema fit sind und auch persönlich viel in dem Bereich machen. Aber ich glaube, auch extern ist es so, dass der Druck immer größer wird und man sich dem Thema annehmen muss. Zumal ja die Lizenzierung jetzt auch kommt und du glaube ich cleverer bist, wenn du jetzt schon schaust, dass du dich gut aufstellen kannst, damit du dann nicht allzu viel nachholen musst.

5) Wie schätzt du den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Ich würde grundsätzlich sagen, in der ersten Liga relativ gut. Da nehme ich uns jetzt mal raus, ich sehe uns eher als Zweitligist, da wir jetzt gerade frisch aufgestiegen sind. Meine Meinung ist aber auch ganz ehrlich, dass es viel mit den finanziellen Mitteln zusammenhängt. Das spielt ja da mit rein, je mehr Geld du hast, desto mehr personelle Ressourcen hast du auch, die sich dem Thema annehmen können. Das ist in der zweiten Liga nicht mehr so gegeben, weil die Schere auch einfach ganz weit auseinander geht. Du schaust in der zweiten Liga, dass du möglichst im Profifußball bleiben kannst, dass du nicht in die dritte Liga absteigst. Da ist diese finanzielle Schere deutlich größer. Die erste Liga ist also sehr gut aufgestellt, und in der zweiten Liga würde ich auch sagen, dass sich jetzt vielleicht 50% der Vereine dem Thema annehmen und sich im Zuge der Lizenzierung auch annehmen werden. Wenn ich es jetzt in Noten ausdrücke, die erste Liga hat wahrscheinlich so eine 2- und die zweite Liga so eine 3-.

6) Die Taskforce „Zukunft Profifußball“ der DFL hat kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen, wober jetzt auch abgestimmt wird. Empfindest du diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich empfinde es als sinnvoll, ich sage aber nicht, dass nur die Satzungsänderung den Fußball nachhaltiger machen wird. Da wird es darauf ankommen, wie die Kriterien gestrickt sind, die dann am

Ende des Tages für jeden Verein umsetzbar sein müssen. Es wird dann also nicht auf die Satzungsänderung an sich, sondern auf die genauen Kriterien und das Belohnungs- oder Bestrafungssystem, oder was sich die DFL da dann auch immer überlegt, ankommen.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien deiner Meinung nach aussehen, so dass es auch wirklich für alle Vereine umsetzbar ist? Was sollten sie vor allem einschließen?

Was den Einsatz von Jugendspielern angeht, da gibt es ja auch schon feste Richtlinien, wie man dann belohnt wird, wenn man so und so viele Spieler in dem und dem Alter eingesetzt hat, auch vielleicht deutsche Jugendspieler. Ich glaube, es könnte so aussehen, dass es ein Belohnungssystem ist, also ein Anreizsystem. Sprich 3-4 Projekte in der Saison oder im Kalenderjahr zu bestimmten Themen. Da ist aber natürlich die Frage, ob man dann eben auch Erfolgsfaktoren hernehmen kann. Das ist ja auch immer ein großes Thema im CSR-Bereich, wie man das Ganze messen kann. Wie kann ich soziale Projekte messbar machen? Klar kann ich es anhand der erreichten Personen messbar machen, aber das sagt nichts über die Qualität der Maßnahme aus. Deswegen ist das relativ schwierig. Ich persönlich wäre wahrscheinlich sogar eher bei einem Bestrafungssystem. Die Auflagen müssen dann eben Mindestauflagen sein, die von jedem erfüllt werden können. Das heißt, die Hürde wird wahrscheinlich relativ niedrig sein. Und wenn das dann nicht eingehalten wird, ich weiß nicht, ob du dann mit Strafzahlungen arbeiten kannst. Aber ich wäre glaube ich eher dabei, mal einen anderen Weg zu gehen als sonst und es wirklich zum Standard zu machen. Weil dann hast du natürlich bei vielen kleineren Vereinen auch den Druck. Das kann auch ein Kriterium sein, dass jetzt zum Beispiel zwei Vollzeitstellen für diese Themen da sein müssen.

8) Wenn es also nach dem Belohnungssystem laufen würde, würde das, wenn ich das richtig verstanden habe, bedeuten, dass es auch Vereine gibt, die im Endeffekt nichts machen und dann einfach auf die Belohnung verzichten? Dass es also zur Folge haben könnte, dass Vereine, die eh schon etwas machen, dann eben noch ein bisschen mehr machen, aber Vereine, die noch nichts machen oder denken, sie können es nicht, dann trotzdem nichts machen?

Ganz genau. Das wäre auch genau meine Denkweise gewesen, deshalb hätte ich eher mit einem Bestrafungssystem gearbeitet, weil ansonsten kannst du die Standards in den Vereinen nicht steigern oder das Niveau nicht erhöhen. Es gibt viele Vereine, die sind mit dem zufrieden, was sie gerade machen, oder wollen noch gar nichts machen. Die sagen sich vielleicht, der finanzielle Anreiz oder die Belohnung ist bestimmt gut, aber der Aufwand ist dafür viel zu hoch. Wenn man dann direkt Stellen schaffen muss, ist das vielleicht aufwendiger, als man das für die Belohnung machen möchte. Deshalb bin ich voll deiner Meinung. Das ist glaube ich die Problematik an dem Belohnungssystem. Außer, es gibt natürlich dann, was ich mir auch gut vorstellen kann, Mindestkriterien, die von allen erfüllt werden müssen. Also quasi einen Unterbau, der muss erfüllt werden, und was

du dann darüber on top machst, das spielt dann in dieses Belohnungssystem mit rein. Und wenn du die und die Kriterien erfüllst, wirst du entlohnt, finanziell oder in welcher Form auch immer.

- 9) Angenommen, man hat nur Mindestkriterien. Denkst du, dass dann die Gefahr besteht, dass Vereine das Minimum erfüllen, aber dann nicht weiter darüber hinausdenken, was sie eventuell mit ihren Ressourcen noch machen könnten?**

Definitiv. Das hast du ja in anderen Bereichen genauso, da wird das Mindeste gemacht. Und da will ich uns gar nicht rausnehmen. Das ist dann vielleicht auch wieder eine finanzielle oder personelle Geschichte. Da kommt dann wieder ein neues Thema dazu, das sollen wir jetzt auch noch abdecken in unserem Betrieb, wir sind doch nur so und so viele Leute. Das ist also auf jeden Fall möglich.

- 10) Könnte man Kriterien auch an Budgets oder finanzielle Ressourcen knüpfen, um eben abzubilden, dass es Vereine gibt, die wesentlich mehr Spielraum haben, etwas zu machen, und eben andere Vereine, die ihre Ressourcen erstmal auf den Spielbetrieb richten müssen? Dass man das quasi abstuft, um genau das abzubilden und die Vereine, die mehr machen können, allein schon aus finanziellen Gründen, auch noch mehr pusht, etwas zu machen?**

Definitiv, ich denke das ist auch ein guter Ansatz. Wie gesagt, ich weiß nicht genau, wie der Plan ist, vielleicht hat sich das die DFL genauso überlegt. Aber ja, das ist genau das, was ich gemeint habe. Du brauchst eine Schablone, die für alle Vereine irgendwie anpassbar ist und die quasi jeden Verein mitnimmt und ihn nicht komplett ausschließt. Die jeden Verein aber auch pusht, vielleicht auch etwas on top zu machen. Du hast mit Hoffenheim gesprochen, die sind einfach in dem Bereich echt stark, haben auch starke Partner dabei, ähnlich wie bei Wolfsburg, Mainz, Freiburg. Da wird es einfach bisschen auseinander gehen. Aber wie gesagt, das ist eben die Anforderung. Aber wir wollen das transparent machen. Wir wollen, dass es mehr eine Außenwahrnehmung hat, deswegen müssen wir jetzt auch ein bisschen mehr machen, und dem wollte sich die DFL annehmen. Jetzt gucken wir mal, was am Ende dann dabei rauskommt.

- 11) Hast du das Gefühl, dass es Vereine gibt, die sich mehr in Richtung Greenwashing bewegen? Die also wissen, von außen ist die Nachfrage beziehungsweise der Druck da, ökologisch nachhaltiger zu werden, und dass dann Maßnahmen durchgeführt werden, die sich gut kommunizieren lassen, aber dass nicht weiter gedacht wird?**

Definitiv. Ich weiß jetzt kein Beispiel, aber ich glaube, das wird der Fall sein oder kann passieren. Und du wirst dich diesen Vorwürfen auch nie ganz entziehen können. Ich musste mir auch schon teilweise Reaktionen anhören, wo ich dann gesagt habe, du kennst den Ansatz dahinter halt nicht. Natürlich ist es schön, die Sachen so nachhaltig wie möglich zu gestalten, aber manchmal ist es auch einfach nicht möglich. Deswegen würde ich gar keine Absicht vorwerfen. Aber klar gibt es

Themen, die sich öffentlich gut kommunizieren lassen, die schickt man dann auch vor, obwohl sie vielleicht nicht den großen Impact haben, wie man sich das am Ende des Tages erhofft.

12) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit deiner Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Ja, definitiv sollte es in die Lizenzierung mit aufgenommen werden. Mit dem Beisatz, dass am Ende des Tages nicht nur die strukturelle Verankerung in der Lizenzierung den Ausschlag geben wird, sondern wie diese Kriterien dann am Ende ausgestaltet sind.

13) Was könnte sonst noch getan werden, um den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich würde sagen, der Druck auf die Vereine ist noch relativ verhalten. Klar, es gibt die Deutsche Umwelthilfe, die regelmäßig auf den Tisch haut. Aber ansonsten sollte von außen noch mehr Druck kommen, ich glaube da ist der Fußball auch groß genug. Das sollte auch von den Fans kommen. Man nimmt da als Verein zwar schon etwas wahr, aber es könnte meiner Meinung nach noch deutlich mehr und stärker sein. Am Ende des Tages sehe ich die Verantwortung aber bei Leuten wie mir, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit befassen, die sich dazu fortgebildet haben, Dinge im Verein zu verankern und dann durch interne Maßnahmen und Schulungen erstmal bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein zu schaffen. Das muss dann in alle Abteilungen irgendwie aufgenommen werden. Und dadurch werden die Vereine dann glaube ich auch per se nachhaltiger. Vielleicht ein Beispiel bei uns: Wir haben so viele Vorgänge bei uns, die nie durchdacht wurden, und man sagt eben, das wurde schon immer so gemacht, da fragt dann keiner. Und dann ist es immer ganz gut, wenn mal jemand von einer anderen Abteilung mit einem anderen Blick draufschaut und dann sagt, du könntest das so oder so lösen. Deswegen ist auch der erste Schritt, damit wir Vereine nachhaltiger werden, erstmal intern dieses Nachhaltigkeitsthema bei allen Mitarbeitern zu schärfen, mit den einzelnen Abteilungen in Kommunikation und in den Austausch zu kommen und dieses Bewusstsein einfach intern zu schärfen. Das ist bei vielen auch noch nicht da. Und darüber wirst du auch alle deine Partner, deine Anspruchsgruppen, deine Stakeholder automatisch nachhaltiger machen. Bei uns vielleicht auch nochmal, wir sind jetzt gerade dabei, mit der Stadt zusammen ein Nachhaltigkeitsnetzwerk aufzubauen, sprich (das wird es bestimmt bei anderen Vereinen und an anderen Standorten schon geben), dass da möglichst viele Ansprechpartner von Unternehmen in der Region zusammenkommen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen. Da einfach mal ein Netzwerk zu schaffen, in den Austausch zu kommen und vielleicht auch zu hinterfragen, wie macht ihr das und das. Denn ich muss sagen, was ich so mitbekommen habe, der CSR-Manager im Fußball unterscheidet sich auch von dem CSR-Manager, der irgendwo in einem Unternehmen tätig ist. Deswegen können wir auch sehr viel voneinander lernen. Und ich glaube das ist der Weg, damit wir auch nachhaltiger werden.

14) Gibt es auch Austausche mit anderen Vereinen? Es ist ja kein Wettbewerbsthema, es ist eigentlich eine Sache, an der alle zusammen an einem Strang ziehen müssten. Habt ihr Austausche, um euch gegenseitig Impulse zu geben, Best Practices und so weiter?

Wir haben zum einen von der DFL-Stiftung den Arbeitskreis Verantwortung, da sitzen verschiedene Vertreter der Vereine. Dann haben wir auch eine Vollversammlung, sprich alle 36 Bundesligisten haben die Möglichkeit, daran teilzunehmen. Das war in letzter Zeit immer digital, vorher war es auch in Präsenz. Und da werden eben über zwei, drei Tage genau diese Best Practice Beispiele angesprochen, es wird sich zu einem Themenschwerpunkt ausgetauscht, und du hast natürlich die Möglichkeit, dich dann auch im Einzelnen mit deinen Pendants auseinanderzusetzen. Und natürlich hast du auch Sympathien zu den ein oder anderen Vereinen. Ich bin mit Arminia Bielefeld sehr viel im Austausch, weil ich aber auch ein sehr freundschaftliches Verhältnis mit dem Kollegen habe, weil der quasi dieselbe Position bekleidet wie ich, also auch mit Spielthemen zu tun hat. Und so kriegst du eben mit, was andere Vereine so machen und rufst dann eben auch mal an, und redest einfach mal drüber. Und wie du gesagt hast, es ist kein Wettbewerbsthema, man nimmt sich da nichts weg und jeder kann vom anderen irgendwie lernen. Bei uns ist es vielleicht nochmal speziell, Fürth und Nürnberg sind ja ganz nah, wir haben nur 11 Kilometer zwischen den beiden Städten. Aber auch da ist ein freundschaftliches Verhältnis. Der 1. FC Nürnberg ist da mittlerweile auch echt gut aufgestellt, die haben glaube ich 8 Personen im Bereich CSR und machen auch echt coole Sachen. Da gibt es auch einen kollegialen Austausch, auch wenn wir uns im sportlichen nicht unbedingt grün sind.

15) Also wird das dann ganz klar getrennt?

Ja definitiv. Es gibt auch Themen, da wird immer wieder zusammengearbeitet. Ökologisch gab es jetzt nichts, aber in sozialen Bereichen haben wir zusammen schon Typisierung-Aktionen für DKMS gemacht. Die Region hier ist sehr eng, wir haben so ein Städtedreieck, Erlangen, Fürth und Nürnberg, und wenn dann da ein Fall irgendwo in der Ecke ist, dann wird da auch zusammengearbeitet. Man sagt ja immer so schön, in den Farben getrennt, in der Sache vereint, das trifft es in dem Punkt ganz gut.

16) Möchtest du noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Ja, ein Thema. Ich hab es am Anfang ein paarmal gesagt, das mit den finanziellen Ressourcen. Wir sind jetzt nicht der finanzstärkste Verein, aber deswegen soll das Thema Nachhaltigkeit jetzt nicht irgendwo hinten runterfallen. Fußballvereine sind Unternehmen, wo dann doch relativ viel Geld fließt, und es ist dann wahrscheinlich auch immer nur eine strategische Schwerpunktlegung. Ich habe es zum Beispiel bei den Kollegen in Nürnberg erlebt, da kam vor zwei Jahren ein neuer Vorstandsvorsitzender, der gesagt hat, wir wollen in das Thema mehr investieren. Und dann wurde

einfach mehr Geld hineingesteckt, und jetzt haben sie ja auch einen großen Schritt in die Richtung gemacht. Also ich glaube, grundsätzlich ist es für alle Vereine möglich, wenn sie auch die Chance darin sehen, etwas zu bewegen. Deswegen spielt dieses Thema Finanzen zwar natürlich mit rein, denn am Ende geht es um einen Fußballverein, der seinen sportlichen Erfolg im Auge haben muss, aber ich möchte nicht, dass das eine das andere irgendwie schmälert. Das wollte ich nochmal sagen.

Vielen Dank!

Anhang 22: Matthias Marcus – FC Gelsenkirchen-Schalke 04

Mündliches Interview mit Matthias Marcus (Leiter der Abteilung Nachhaltigkeit beim FC Gelsenkirchen-Schalke 04) – 23.12.2021

1) Was bedeutet für dich der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologische Nachhaltigkeit ist für mich eigentlich alles, was den Begriff Nachhaltigkeit umfasst, aber natürlich im konkreten Bezug auf die Umwelt.

2) Ist der deutsche Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ich würde das Pferd mal von hinten aufzäumen. Der Fußball hat grundsätzlich einfach eine hohe gesellschaftliche Verantwortung als Volkssport Nummer 1, der einfach wie keine andere Sportart in Deutschland oder auch in ganz Europa so viele Massen an Menschen bewegen und erreichen kann. Und natürlich aufgrund der Emotionalität, die dieses Produkt Fußball hat, auch Leute viel schneller erreichen kann. Und für mich ist ökologische Nachhaltigkeit oder ökologische Verantwortung ein Teil der gesellschaftlichen Verantwortung, die der Fußball übernehmen muss, übernimmt und auch zukünftig noch intensiver übernehmen sollte.

3) Für Schalke 04 scheint Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle zu spielen. So wurde zum Beispiel das Catering der Veltins Arena auf Nachhaltigkeit zertifiziert, und für die kommende Saison 2021/2022 ist eine umweltneutrale Anreise zu allen Auswärtsspielen geplant. Welche konkreten Maßnahmen sind für die Zukunft vorgesehen?

Das ist ein ganzer Maßnahmenkatalog. Das Thema ökologische Verantwortung wurde bei uns lange Zeit meines Erachtens zu stiefmütterlich behandelt. Seit den letzten drei bis vier Jahren kommt das Thema mehr und mehr auf, sei es in Form von nachhaltiger Zertifizierung des Caterings oder bei vielen Dingen, die in den letzten Jahren gerade im technischen Bereich in der Veltins Arena ausgetauscht wurden, wo Nachhaltigkeitsaspekte schon reingespielt haben. Das wird natürlich wei-

ter fortgeführt. Aber es sind auch Kleinigkeiten, die gerade umgesetzt werden, was zum Beispiel nachhaltiges Arbeiten auf der Geschäftsstelle angeht, also auch banale Dinge wie Müll trennen und natürlich Ressourcenschutz. Wir haben in diesem Jahr auch die Reiserichtlinien angepasst. Es gibt nicht die eine Maßnahme, die geplant ist, sondern das ist eigentlich irgendwie immer Work in Progress, weil sich durch technische Neuerungen natürlich auch Möglichkeiten entwickeln, den Büroalltag und alles weitere immer nachhaltiger anzupassen. Dementsprechend haben wir nicht die eine Maßnahme, die wir jetzt ergreifen wollen, sondern wir wollen kontinuierlich an jedem Thema immer weiter arbeiten und uns weiterentwickeln. Sei es aber auch das Thema Kommunikation. Wir machen relativ viel auch schon intern, aber sprechen relativ wenig darüber. Also das ist halt ein Thema, was im nächsten Jahr geplant ist. Wir wissen jetzt noch nicht, in welcher Form, also ob das ein Nachhaltigkeitsbericht wird oder erstmal einfach nur Berichte auf der Homepage. Wir sind Gott sei Dank in der glücklichen Lage, dass wir nicht unter die Berichtspflicht fallen. Also wir würden eigentlich vom Umsatz und der Mitarbeiterzahl her unter eine Berichtspflicht fallen, aber da wir ein eingetragener Verein sind, müssen wir nicht berichten, wie es zum Beispiel Borussia Dortmund oder Bayern München machen müssen. Aber das Thema Kommunikation ist auf jeden Fall so ein Themenfeld, wo wir im nächsten Jahr definitiv mehr machen wollen. Ob es Quartalsberichte sind oder anderes, da sind wir uns noch nicht ganz sicher. Ja, und einfach die Themen kontinuierlich vorantreiben und auch gerade die Möglichkeit als Fußballverein nutzen, auch noch mal unsere Fans für gewisse Themen zu sensibilisieren. Gerade aus Sicht der ökologischen Nachhaltigkeit ist eben die Anreise der Fans zu Heim- und Auswärtsspielen - pandemiebedingt ist das jetzt gerade leider weniger ein Thema, was natürlich sehr schade ist - ein Thema, was wir nicht wirklich direkt beeinflussen können, aber vielleicht durch sensibilisierende Aktionen darauf hinweisen können, dass man Mitfahrzentralen gründet und so weiter.

4) Du meinstest, dass das erst kürzlich angefangen wurde, richtig zu behandeln. Wie kam das? Waren das Einzelpersonen, die gesagt haben, wir müssen uns damit beschäftigen, oder war das der Verein allgemein oder der Vorstand, der gesagt hat, wir müssen das machen?

Das war ein bunter Mix. Zur Historie: Wir hatten oder haben seit acht, neun Jahren schon eine CSR-Abteilung, in der ich auch sechs oder fünf Jahre lang tätig war. Die hat aber die klassischen drei Säulen der Nachhaltigkeit verantwortet. Und dann wurde Anfang diesen Jahres gesagt (da hatten wir eine interne Umstrukturierung), dass es nicht mehr die klassische CSR-Abteilung gibt, sondern eine Abteilung, die Fan- und Vereinsangelegenheiten heißt. Da fallen die ganzen sozialen Themen, also auch Fanbetreuung, mit rein, genauso wie die vereinseigene Stiftung. Also das ist keine richtige Stiftung, das ist eine gGmbH, „Schalke hilft“, die da angesiedelt wird, und sich quasi um die gesellschaftlichen Themen kümmert, weil die bei uns auch in der Vereinssatzung stehen. Und der ganze Bereich ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit wurde quasi aus dieser CSR-

Abteilung rausgezogen und in die Direktion Marketing und Strategie gepackt, weil es perspektivisch ein strategisches Thema für den Verein ist. Diese Abteilung verantworte ich jetzt, und das ist die Abteilung Nachhaltigkeit. Also klar, du hast halt immer noch viele Schnittstellen, und wer sich das jetzt ausgedacht hat, das kann ich dir gar nicht so genau sagen. Ich glaube, das war aber sowohl aus der Fachabteilung, also aus der damaligen CSR-Abteilung heraus, dass wir mehr im ökologischen Bereich machen müssen und wollen, und uns da auch deutlicher positionieren müssen. Aber auch der Vorstand hat das zu der Zeit erkannt. Der damalige Marketing-Vorstand, der jetzt nicht mehr Vorstand bei uns ist, Alexander Jobst, war auch in dieser Taskforce „Zukunft Profifußball“, und da war ja Nachhaltigkeit auch ein zentrales Thema. Und ich glaube, das ist so aus der Gesamtlage heraus entstanden, dass sowohl die Fachabteilung als auch die Vorstände sich dazu entschieden haben, mehr in diesem Bereich zu machen.

- 5) Ökologische Nachhaltigkeit ist ja sehr umfangreich und man kann an vielen verschiedenen Punkten ansetzen. Es geht um Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Textilien, und selbst elektronische Geräte, die einen hohen Verbrauch nicht nur in der Benutzung, sondern auch in der Herstellung haben. Versucht ihr euch da, natürlich Stück für Stück und auf langfristige Sicht, in allen Bereichen aufzustellen, oder gibt es Fokusthemen?**

Die Sache ist, beim Fußballverein bist du ja gefühlt ein 360 Grad-Unternehmen. Wie du schon gesagt hast, du machst ja alles, du machst eigene Merchandise-Artikel, du hast eine Veranstaltungsarena, du schickst aber auch deine Mannschaft jedes zweite Wochenende durch ganz Deutschland oder wenn es gut läuft durch ganz Europa. Dementsprechend hast du natürlich nicht wie ein klassisches produzierendes Unternehmen dein Handlungsfeld, wo du sagst, wir überprüfen jetzt unsere Lieferketten und so weiter. Aber um auf deine Frage zu antworten, wir versuchen eigentlich, in allen Bereichen etwas zu machen. Uns ist wichtig, bei gewissen Themen, auch bei den sozialen und gesellschaftlichen Themen, dass wir uns als Verein aus dem Ruhrgebiet verstehen und auch regional versuchen, etwas zu machen, genauso wie man jetzt an diesem Projekt sieht, wo wir die Mannschaftsfahrten umweltneutral gestalten. Da haben wir bewusst nicht, wie es viele Vereine machen (ich will das auch überhaupt nicht kritisieren) gesagt, wir machen jetzt in irgendeinem Entwicklungsland ein Klimaprojekt, sondern wir haben gesagt, wir suchen uns ein Klimaprojekt, was direkt bei uns vor der Haustür ist, 5 Kilometer Luftlinie von der Veltins Arena entfernt. Das sind halt schon solche Themen. Aber natürlich gucken wir, dass wir weiterhin unsere nachhaltige Merchandise-Kollektion ausbauen. In der letzten Q3-Produktionsphase waren es immerhin schon 70% der selbst produzierten Merchandise-Artikel, die irgendwelche Nachhaltigkeitsstandards aufgezeigt haben. Das ist genauso, wie wenn wir neue Lieferanten oder Partner bekommen, da gibt es mittlerweile Richtlinien, wo auch Nachhaltigkeitsaspekte eine Rolle spielen. Also ich versuche bewusst, meine Arbeit in den

ganzen Verein hereinzutragen. Ich verstehe mich auch nicht als die Abteilung, die das alles umsetzt, sondern wir sind eine relativ kleine Abteilung, aber wir verstehen uns als interner Impulsgeber. Wir sitzen auch mittlerweile überall mit am Tisch, wenn solche Themen gibt, neue Sponsoren und so weiter. Auch, weil es andersrum so ist, dass die Sponsoren Interesse an Nachhaltigkeit haben, aber auch weil wir gucken wollen, dass das nicht in die komplett falsche Richtung geht. Klar, wir müssen uns als Schalke 04 oder gerade ich als Nachhaltigkeitsbeauftragter von Schalke 04 für immer vorwerfen lassen: ihr habt Gazprom auf der Brust. Ja, wir haben Gazprom auf der Brust, das ist natürlich aus Nachhaltigkeitsperspektive nicht optimal. Die Kollegen aus Bremen haben auch nicht Juhu geschrien, als sie Wiesenhof auf ihrer Brust hatten. Aber es gibt dann halt manchmal auch ökonomische Entscheidungen, die muss man einfach akzeptieren und muss dann auch so ehrlich sein und sagen, dass so ein Sponsor wie Gazprom für uns überlebenswichtig ist. Aber Nachhaltigkeit bedeutet uns viel. Ich meine, es ist halt schwierig, Gazprom als Konzern mit Nachhaltigkeit in Verbindung zu bringen. Andersrum muss man aber auch sagen, was soziales und gesellschaftliches Engagement angeht, gerade die Kollegen und Kolleginnen von Gazprom in Deutschland, die sind da super engagiert und versuchen wirklich, im Rahmen ihrer Möglichkeiten immer etwas mit Schalke 04 auf die Beine zu stellen. Also es ist auch nicht alles schön, was dieser russische Gaskonzern macht, aber das muss man sich halt trotzdem nun mal gefallen lassen. Aber sonst, bei normaleren Sponsoren (Gazprom ist natürlich wirklich ein Premiumsponsor) sind schon Nachhaltigkeitskriterien auch ausschlaggebend, auf die unser Vertrieb zu achten hat. Also ja, um jetzt abzuschließen, es wird in alle Richtungen geguckt, dass Nachhaltigkeit eine Rolle spielt in unseren Überlegungen.

6) Wie schätzt du den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Das ist eine schwierige Frage, weil die Strukturen in den Vereinen ja ganz unterschiedlich sind. Auch wenn wir jetzt in der zweiten Liga spielen, haben wir mit 500 festangestellten Mitarbeitern eine andere Struktur als ein Ligakonkurrent wie Sandhausen. Die haben wahrscheinlich in der Geschäftsstelle so viele Leute sitzen, wie sich bei Schalke 04 um das komplette CSR-Thema kümmern. Daher ist es schwierig, da irgendwie eine Linie zu ziehen. Aber ich würde behaupten, dass jeder Verein dieses Thema auf dem Schirm hat, auch kleinere Vereine. Zum Beispiel Paderborn macht in letzter Zeit relativ viel, was dieses Thema angeht. Es gibt natürlich auch andere Vereine wie Hoffenheim oder wie den VfL Wolfsburg, die mega stark in dem Bereich sind. Aber das sind halt auch die Vereine, die einen VW-Konzern oder Dietmar Hopp hinter sich haben, die eh andere Strukturen haben und da noch viel mehr Impulse in diesem Bereich reinkommen, weshalb da auch eine viel stärkere Durchschlagskraft ist. Vor vier bis fünf Jahren mussten wir schon, wenn wir kleinere ökologischen Themen angehen wollten, ein bisschen argumentativ kämpfen. Heutzutage ist es nicht mehr so. Das ist letztendlich natürlich auch dank solcher Bewegungen wie Fridays for Fu-

ture und der medialen Aufmerksamkeit, dass wir dafür jetzt nicht mehr kämpfen müssen. Aber es ist immer Luft nach oben. Es gibt Vereine, die sind wirklich echt gut, also ich finde es teilweise wirklich krass, was in Hoffenheim oder so gemacht wird. Aber es gibt halt auch Vereine, die sind noch ganz am Anfang, was einfach den Strukturen geschuldet ist. Und dementsprechend, fällt es mir schwer, zum Beispiel zu sagen, die Bundesliga ist auf einer Skala von null bis hundert bei 50, weil die Unterschiede einfach viel zu groß sind.

7) Wer ist deiner Meinung nach dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Ich finde, das ist eine Kombination aus Liga beziehungsweise DFB und DFL, aber natürlich sind die Vereine da auch in der Verantwortung. Ich meine, alle genannten Akteure verdienen an dem Profifußball, aber es sind auch genauso alle zum Handeln aufgefordert. Ich denke, mit dem Schritt jetzt und der Entscheidung auf der letzten Mitgliederversammlung, das als Lizenzierungsgegenstand aufzunehmen, da ist von Verbandsseite schonmal der richtige Schritt gemacht. Welcher inhaltliche Katalog da jetzt dahintersteht ist ja noch gar nicht so genau bekannt. Der wird jetzt erst in den kommenden Monaten, aber auch wieder in Abstimmung mit den Vereinen, ausgearbeitet. Auch da stehen ja die Kollegen von der DFL vor der Herausforderung, was machen wir mit so einem Verein wie Sandhausen, aber auf der anderen Seite Bayern München, die müssen ja alle das gleiche Lizenzierungsverfahren haben. Das ist ja wirklich, als würdest du Äpfel mit Birnen vergleichen. Aber da ist der richtige Schritt getan, und somit ist der Verband in der Verantwortung, um die Strukturen erstmal zu schaffen, und wir als Vereine dann quasi, um das Ganze umzusetzen. Also das ist eine Kombination aus beidem. Aber solche Themen gehen auch nicht alleine, da kannst du keinen Alleingang machen.

8) Du hast schon angedeutet, dass du die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in den Lizenzierungskatalog eine gute Entscheidung findest. Aber kannst du da vielleicht ein bisschen ins Detail gehen, warum?

Wenn du dich jetzt nicht um Nachhaltigkeit kümmerst, ganz platt gesagt, darfst du nicht mehr mitspielen. Und für mich als Nachhaltigkeitsbeauftragter, der auch wirklich für dieses Thema brennt und der auch von der Wichtigkeit und Langfristigkeit dieses Themas überzeugt ist, ist es natürlich so, dass vom Verband vorgegeben wird, wenn Matthias Marcus seine Arbeit nicht machen kann, dann spielt ihr hier nächstes Jahr nicht mehr mit. Also sobald es in der Lizenzierung ist, und quasi der Gegenstand ist, damit du an dem Ligabetrieb teilnehmen kannst, bekommt es ja so eine hohe Bedeutung für alle, auch für alle Entscheidungsträger im Verein, dass du nicht so einfach weggucken kannst oder sagen kannst, dafür ist jetzt das Geld nicht da. Das geht dann halt einfach nicht mehr. Und das bekommt natürlich auch in der Außendarstellung eine unfassbare Glaubwürdigkeit, das darfst du nicht vergessen. Du schreibst eine Bachelorarbeit über dieses Thema, es ist aber auch medial in aller Munde, und ich finde auch, dass damit eine langfristige Überlebenssi-

cherheit geboten wird, auch gegenüber anderen Profiligen. Wir sind jetzt die erste Profiligen, die das in die Statuten mit aufnimmt, damit bist du halt auch Vorreiter in Europa. Das ist ein klares Statement raus nach Europa in die anderen Topligen. Und ich gehe auch fest davon aus, dass andere Ligen da nachziehen werden. Wir müssen uns auch nichts vormachen, in anderen Ligen, die teilweise auch finanzstärker sind, jetzt mal vielleicht mit Ausnahme von Bayern München und Borussia Dortmund in Deutschland, die machen ja auch super viel. Gerade wenn man sich anguckt, was die englischen Vereine im gesellschaftlichen Engagement machen, die haben da teilweise 50-60 Mitarbeiter sitzen, die irgendwelche coolen Community-Projekte machen. Da ist aber dann wieder aus ökologischer Nachhaltigkeitssicht die Frage, inwieweit passt das denn zusammen, dass da jetzt gefühlt jeder dritte Verein arabischen Scheichs gehört. Also es ist definitiv cool, sowohl in der Außendarstellung als auch in der Glaubhaftigkeit für dieses Thema, weil alle Vereine ja entschieden haben, dass es so gemacht wird, und alle Vereine verpflichten sich auch, da was zu machen. Also es ist für mich persönlich cool, es ist für die Liga cool, also rundum gut. Die Frage ist natürlich, wie läuft jetzt die Umsetzung, das kann man an der Stelle noch nicht sagen. Aber auch da glaube ich, dass sich auf Seiten der DFL wirklich intensiv Gedanken gemacht werden, und ich fand auch den ganzen Prozess, wie der bis jetzt abgelaufen ist, echt gut. Die haben sich wirklich Mühe gemacht, mit den Vereinen gesprochen, immer Updates gegeben. Man hatte schon das Gefühl, dass das ein gutes Zusammenspiel ist und man da zusammen die Chance ergreifen will, eine Vorreiterrolle einzunehmen.

9) Wie könnten diese neuen Kriterien deiner Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen, und wie kann man sie vergleichbar machen?

Was man zum Beispiel nicht vergessen darf, viele Stadien gehören ja auch einfach nicht den Vereinen, das sind ja auch solche Sachen. Bei uns ist es eigentlich ganz schön, dass uns das Stadion gehört, aber auch der Vertrieb zum Beispiel bei uns mit intern ist. Es gibt ja auch viele Vereine, die haben einen externen Vermarkter oder ein externes Catering drin. Da stelle ich es mir persönlich noch viel schwieriger vor, das koordiniert zu bekommen, wenn du jetzt immer mit externen Firmen arbeiten musst. Bei uns ist das die luxuriöse Situation, dass wir gar nichts extern vergeben haben, weder Catering noch Stadion noch Vermarktungsrechte. Daher ist es vielleicht noch ein bisschen einfacher, aber das ist auch schwer vergleichbar. Das ist also die große Herausforderung, die ich auch für die DFL sehe. Die haben sich ja auch irgendwelche externen Beratungsunternehmen dazu geholt, sind in unterschiedliche Vereine gefahren und haben sich die Arbeit angeguckt. Das werden ja auch nicht nur ökologische Kriterien, sondern auch gesellschaftliche Kriterien, also da spielt ja die soziale Verantwortung genauso mit rein wie die ökologische Verantwortung. Das ist halt eine Herausforderung. Ich weiß auch nicht, ob die Einstufungen vornehmen, soundso viele Mitarbeiter, soundso viel Umsatz. Wer in dem und dem Feld ist, muss das und das erreichen. Ich denke auch, dass die Voraussetzungen jährlich angepasst werden, oder zumindest alle zwei bis drei Jahre. Es

bringt ja nichts, wenn Verein X seine Lizenzierung bekommen hat, aber das Thema dann einfach wieder ruhen lässt. Wie ich vorhin schon gesagt habe, das ist ein Thema, was sich immer weiterentwickelt. Ich denke auch, da wird es einen stetigen Erneuerungsprozess geben müssen, und Leute auf Seiten der DFL, die das ganze Thema überprüfen, beobachten und gucken, dass man da auch neue Kriterien hinzufügt. Aber die Frage ist, wie du das jetzt genau einordnest. Es ist ja nur fair, wenn du die Vereine irgendwie versucht zu clustern, nach Gruppe ABCD oder so, und sich das nach personellen und finanziellen Ressourcen richtet. Es bringt ja nichts, wenn du jetzt einem ganz kleinen Verein wie Sandhausen oder Heidenheim (ohne das Böse zu meinen) sagst, ihr müsst das Gleiche erreichen wie der FC Bayern München. Wie sollen die das machen? Sollen alle anderen aufhören zu arbeiten und 20 Leute jetzt gucken, dass sie 10 unterschiedliche Nachhaltigkeitsbaustellen schließen? Das ist ja auch nicht im Sinne des Erfinders. Aber das ist für mich die einzige Möglichkeit, irgendwelche Cluster und Themenschwerpunkte zu finden, wo man sich auch bewusst was raussuchen kann und sagen kann, das ist jetzt unser Zielthema für die Lizenzierung. Also du hast zum Beispiel einen Katalog von 20 Punkten, davon musst du fünf erreichen oder wie auch immer das dann aussehen mag, und dann kannst du dir bewusst fünf raussuchen und gucken, dass du dann danach im Jahr die nächsten fünf erreichst und so weiter. Aber das ist definitiv schwer.

10) Also für dich muss die Lizenzierung etwas Dynamisches sein. Es wird schwierig, wenn jetzt Kriterien festgelegt werden, die dann fix sind, sondern wenn ich dich richtig verstanden habe, dann ist es ein Prozess, der sich entwickelt, der guckt, wie gehen die Vereine damit um und so weiter.

Ja, also auf der einen Seite ist es ja ganz neu und man muss erstmal gucken, inwieweit es funktioniert, also inwieweit ist das zu wenig, zu hoch gesetzt, und so weiter. Daher werden da eh Anpassungen in den ersten Jahren vorgenommen denke ich. Aber wie ich auch schon sagte, Nachhaltigkeit hat keinen Anfang und kein Ende, und es gibt immer technische Neuerungen, die du nutzen kannst. Also auch gerade im Bereich Flutlicht, schonende Strommaßnahmen, wasserschonende Maßnahmen, Maßnahmen im Sanitärbereich, es werden ja jedes Jahr fünf neue Sachen erfunden. Und es kann ja nicht sein, dass man jetzt im Jahr 2021 Kriterien festlegt, die 2022/2023 umgesetzt werden, aber eben 2025/2026 schon wiederum veraltet wären, da man die Möglichkeit hat, doch soundso viel Prozent mehr Strom einzusparen, so dass dadurch definitiv Anpassungen vorgenommen werden müssten. Genauso wie sich das Thema Nachhaltigkeit an sich weiterentwickelt, muss sich auch der Lizenzierungskatalog mit weiterentwickeln.

11) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologischer nachhaltiger wird?

Meine Vision von dem Thema habe ich letztens beim Vorstand geäußert, der meinte es sei nicht umsetzbar. Das ist jetzt ein sehr konkretes Beispiel: Wir haben uns damit auseinandergesetzt, wie

die Anreise unserer Mannschaft aussieht, haben das analysiert und versucht zu optimieren. Wenn du dir überlegst, und das geht jeder Mannschaft so, dass 60% der erzeugten Emissionen durch Leerfahrten der Busse erzeugt werden. Das heißt, Bayern fliegt nach Dortmund, aber der Bus fährt leer hin und her. Wenn die deutsche Profiligen sich mal darauf einigen würde, dass der Gästemannschaft am Spielort ein Bus zur Verfügung gestellt werden würde oder sowas, und sich da mal absprechen würde, dann würdest du super viele Emissionen alleine bei allen Reisen der Fußballmannschaft sparen. Das ist jetzt ein sehr konkretes Beispiel, aber das zielt auf das allgemeine Thema ab. Ich glaube, mit der Lizenzierung ist der richtige Schritt gemacht, das Thema jetzt übergeordnet vor allem auf Geschäftsführerebene so platziert zu haben, dass wirklich dem Letzten die Wichtigkeit des Themas aufgefallen ist. Und ich glaube, bei so einem Thema müssen die Vereine einfach noch mehr zusammenarbeiten, was jetzt ja auch die Entscheidung gezeigt hat, dass das in die Lizenzierung aufgenommen wird. Aber du musst halt eine gemeinsame Vision, glaube ich, als Liga formulieren, wo du hinkommen möchtest, sei es „Die grüne Bundesliga 2030“ oder was auch immer. Und dieses Ziel muss dann von allen verfolgt werden und jeder muss die Ressourcen, die er zur Verfügung stellen kann, für dieses Ziel oder die Zielerreichung bereitstellen. Wie das jetzt genau ablaufen kann? Also, das war jetzt ein ganz konkretes Busbeispiel. Das ist jetzt zu konkret, aber ich glaube, der Profifußball macht es gerade in Deutschland richtig, indem man sich erstmal öffentlich positioniert hat und auch da gezeigt hat: Wir haben das Thema auf dem Schirm, wollen aktiver Player in dem Bereich werden und aktiv was machen, und sind uns da auch unserer Verantwortung als Liga mit seinen Profiklubs bewusst. Ich glaube, aus dem Lizenzierungsprozess heraus und bei konkreteren Themen werden sich einige Beispiele perspektivisch ergeben, wo die Vereine auch auf einer Ebene etwas zusammen machen können. Ich glaube, im ersten Schritt ist die Kommunikation schon mal ein wichtiges Thema und das ist ja auch das, womit du die Leute am besten erreichst.

Vielen Dank!

Anhang 23: Neele Rickers – SC Paderborn 07

Schriftliches Interview mit Neele Rickers (Leiterin Marketing/CSR/Entwicklung beim SC Paderborn 07) – 11.01.2022

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Alle freiwilligen Aktivitäten und Maßnahmen, die sich auf den Schutz der Umwelt und der Ökosysteme beziehen und die Zukunft positiv beeinflussen, bzw. mit denen aktiv Verantwortung für die Auswirkungen des eigenen Handelns übernommen wird.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Definitiv. Weil auch der Fußball Auswirkungen auf die Umwelt hat und natürliche Ressourcen verbraucht. Darüber hinaus hat der Fußball einen großen Hebel, da die Profivereine für viele andere Bereiche und Unternehmen Vorbild sein können.

3) Für den SC Paderborn scheint Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle zu spielen. Sie konzentrieren sich vor allem darauf, Ihre genauen Umwelteinflüsse zu verstehen und daraus Maßnahmen abzuleiten. Welche konkreten Maßnahmen haben Sie in diesem Zuge geplant oder bereits ergriffen?

Wir wollen zukünftig konkret verschiedene Ziele umsetzen. Dazu gehört z.B. eine regelmäßige Erhebung unserer IST-Situation und Auswertung verschiedener Kennzahlen wie z.B. der CO₂-Verbrauch. Darüber hinaus wollen wir unseren CO₂-Verbrauch soweit es geht reduzieren und alle nicht reduzierbaren Emissionen kompensieren. Auf diesem Weg wollen wir 2040 klimapositiv sein. Auch in anderen Bereichen gibt es Ziele. Wir wollen z.B. unser Merchandising-Sortiment auf nachhaltige Produkte umstellen und die Lieferketten optimieren.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Die Relevanz ist größtenteils verstanden, die Maßnahmen sind jedoch noch überschaubar. Der Fußball benötigt im Gesamten noch etwas Zeit, bis hier flächendeckend Maßnahmen umgesetzt sind. Viele Vereine sind bereits jedoch sehr aktiv und die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungsordnung ist ein wichtiger Schritt für noch mehr Engagement in dem Bereich.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Das kann in nur in Zusammenarbeit gelingen. Der Konsens ist grundsätzlich da. Die Liga, die Vereine und auch ihre Mitglieder wollen sich nachhaltig entwickeln. Doch wir benötigen auch strukturelle Veränderungen und einen Rahmen, in dem das möglich ist. Hier sind auch die Politik, die Städte und Kommunen sowie unsere Partner und Sponsoren gefragt. Und letztlich natürlich auch der Konsument. Alle müssen an der großen Transformation mitwirken.

6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ja, sehr sinnvoll, denn dies ist ein klares Zugeständnis und eine Handlungsabsicht. Wir haben uns das Bekenntnis sogar noch aktiver und konkreter gewünscht, doch auch dieser Schritt ist wichtig und zeigt das gemeinsame Verständnis der Zukunft. Der Fußball sollte nicht zuletzt auch im eige-

nen Interesse die Belange der zukünftigen Generationen fördern und unterstützen. Das Thema Nachhaltigkeit hat dabei eine hohe Priorität.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Nachhaltigkeit muss immer auch wirtschaftlichen Vorteil bringen. Dennoch ist fachlich geschultes Personal entscheidend, um Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, die den Fußball nachhaltiger machen. Darüber hinaus sollten gewisse Standards gefordert werden, die jeder Verein erfüllen muss. Engagement darüber hinaus sollte belohnt werden, z.B. auch bei der Ausschüttung von Geldern.

8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologischer nachhaltiger wird?

Wie schon gesagt, braucht es Zusammenarbeit. Auch wenn viele Fußballclubs mittlerweile Wirtschaftsunternehmen sind, sind sie gesellschaftliche Akteure, die gemeinsam mit vielen Menschen wirken. Im Schulterschluss mit allen Stakeholdern müssen wir uns für das Thema einsetzen.

9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Ja.

10) Was würden Sie sich von der DFL, dem DFB oder anderen Vereinen wünschen? Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Die Zusammenarbeit und auch der Austausch ist sehr gut. Beim Thema Nachhaltigkeit darf es auch nicht um ein „Konkurrieren“ gehen. Der Wettbewerb findet im Sportlichen statt, hier sollten wir wie bei vielen anderen gesellschaftlichen Themen gemeinsame Ziele vorantreiben und Hand in Hand arbeiten.

Vielen Dank!

Anhang 24: Florian Holzbrecher – SV Darmstadt 1898

Mündliches Interview mit Florian Holzbrecher (Leiter Events & CSR beim SV Darmstadt 1898) – 16.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit gibt es ja in verschiedenen Facetten, und ökologische Nachhaltigkeit ist meiner Meinung nach alles, was mit Ressourcen zusammenhängt, mit CO₂-Emissionen oder Wasserverbrauch oder Müllvermeidung. Das sind so die Themen, die ich unter ökologischer Nachhaltigkeit zusammenfassen würde. Und da gibt es natürlich auch rund um einen Fußballverein extrem viele Punkte, die man beachten kann und die man beachten muss, und die wir als Verein, als SV 98 in den nächsten Jahren auch beachten wollen. Es ist einfach ein unfassbar wichtiges Thema für uns, nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit, sondern die Nachhaltigkeit an sich. Es gibt ja unterschiedliche Wörter dafür, ob man jetzt auf CSR geht oder ESG, aber eigentlich beinhalten sie alle fast dasselbe. Und da ist natürlich die ökologische Nachhaltigkeit auch ein extrem wichtiger Punkt.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Absolut, ja. Hundertprozentige Zustimmung. Es ist ja seit gestern auch so, dass es wieder einen kleinen Schritt in die richtige Richtung gab.

3) Der SV Darmstadt 98 zeichnet sich vor allem durch eine nachhaltige Fanartikel-Kollektion aus. Welche Maßnahmen sind im Bereich Merchandising in Zukunft noch geplant?

Im Merchandising geht es darum, dass wir versuchen, unsere kompletten Lieferketten auf Nachhaltigkeit umzustellen. Sowohl im sozialen Bereich, also faire Bezahlung, als auch im ökologischen Nachhaltigkeitsbereich, in der Schadstoffbelastung etc. Das ist ein wichtiges Thema für uns, und daher haben wir uns ja auch entschlossen, zumindest jetzt erstmal mit einer Kollektion zu starten. Wir müssen ja trotzdem weiterhin wirtschaftlich bleiben, und haben da jetzt aber einen guten Weg gefunden, den wir jetzt Stück für Stück weiter ausbauen wollen. Wir sind aber auch darüber hinaus sehr aktiv. Es beschränkt sich ja nicht nur auf die Kollektion im Merchandising. Das ist jetzt der neueste Punkt, den wir mit dazu genommen haben. Aber wir engagieren uns ja schon sehr lange in anderen Bereichen, die ökologische Nachhaltigkeit schneiden oder betreffen.

4) Könnten Sie darauf vielleicht kurz eingehen, also was sie da genau Stand jetzt schon machen?

Ja klar, sehr gern. Wir haben vor fünf bis sechs Jahren ein Mitfahrportal bei uns gelauncht, gemeinsam mit einem Partner, um CO₂-Emissionen zu verringern. Dieses Mitfahrportal können unsere Fans zu Auswärtsspielen, aber auch zu Heimspielen, wenn sie von weiter weg kommen, nutzen, um

sich in Fahrgemeinschaften zusammenzufinden. Das ist einerseits für unsere Fans ein Kostensparnis, weil zu viert im Auto ist der Sprit dann doch günstiger, als wenn man alleine fährt. Außerdem, und das ist der wichtigere Punkt, spart man CO₂-Emissionen ein. Damit haben wir eine höhere Nachhaltigkeit bei der Anreise unserer Fans zum Stadion. Außerdem haben wir vor kurzem eine Aufforstungsaktion durchgeführt mit einem Sponsor, mit der Krombacher Brauerei. Da haben wir in einem Waldstück hier direkt bei uns vor der Haustür 4.000 Setzlinge in den Waldboden gebracht. Das ist natürlich auch nochmal ein ganz wichtiger Punkt, da dann auch die langfristige Nachhaltigkeit zu sichern. Wir haben bei der Aktion von dem Forstamtsleiter gelernt, dass man als Mensch, wenn man alleine ist, eigentlich 450 Bäume mit seinem Leben pflanzen müsste, um die CO₂-Emissionen auf null zu setzen. Und da haben wir jetzt zumindest mal einen kleinen Anteil oder einen Start gehabt. Das sind zwei Aktionen, die wir jetzt schon laufen hatten. Mit einem dritten Partner zusammen, mit Röhm, die sitzen ja auch hier in Darmstadt, haben wir jetzt ein Konzept erarbeitet, bei dem wir Umwelttage anbieten. Da geht es nicht direkt um das Thema Ressourcenschonung, sondern eher Bewusstseins- und Aufklärungsarbeit bei Jugendlichen und Schülern zwischen 8 und 15 Jahren, die zu uns ans Stadion kommen. Dort werden wir unterschiedliche Stationen aufbauen, wo sie im Grunde spielerisch den richtigen Umgang mit Ressourcen lernen sollen. Das sind Projektstage, die viermal im Jahr stattfinden. Wir versuchen immer, wenn wir so eine Aktion machen, unsere Fans und unsere Spieler mit einzubeziehen. In dem Fall sind es eben die Schüler und Schülerinnen aus Darmstadt, die bei uns eingeladen werden und da dann ihre Erfahrungen in dem Bereich erweitern können.

5) Es gibt jedoch auch noch viele andere Bereiche, in denen ökologische Nachhaltigkeit wichtig ist. Beispiele sind die Bewässerung der Rasenplätze, der Energieverbrauch, das Abfallmanagement, die Fortbewegungsmittel der Spieler, Textilien und Materialien wie Bälle im Spiel- und Trainingsbetrieb, der Lebensmittelverbrauch, und selbst elektronische Geräte wie Computer etc. Inwiefern ist dem SV Darmstadt 98 der Umwelteinfluss in diesen Bereichen bewusst und haben Sie bereits Maßnahmen geplant, um diesen Einfluss zu verringern?

Ja, also wie vorhin gesagt, das ist uns absolut bewusst. Wir wissen, dass wir daran arbeiten müssen. Wir hatten ja auch im Grunde bis vor drei Jahren noch das Problem, dass wir ein sehr altes, marodes Stadion hatten, was nicht unbedingt energieeffizient war. Auch da sind wir jetzt gerade in der Umbauphase. Dadurch wird es natürlich in der Zukunft wesentlich einfacher, ressourcenschonend zu agieren. Hinsichtlich der Umsetzung in der nächsten Zeit suchen und planen wir natürlich immer Projekte. Ein größeres Projekt ist, dass wir versuchen, mit einer Agentur zusammen ein digitales Scoreboard zu erarbeiten, wo wir dann im Grunde unsere Verbräuche eintragen, und dann über einen längeren Zeitraum eine Veränderung sehen können. Aktuell ist das bei uns noch ein bisschen auf Zuruf. Da weiß das Stadionmanagement vielleicht, wie viel der Stromverbrauch ist, und da

weiß dann der Betreuer von den Profis, wie viel Wasser verbraucht wird an einem Spieltag oder an einem Trainingstag. Das wollen wir einfach transparenter machen und arbeiten da aktuell an zwei verschiedenen Punkten: wie wir es sichtbar machen können und wie wir das dann über einen längeren Zeitraum auch überprüfen können, und dann unsere richtigen Schlüsse daraus ziehen.

6) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Ich glaube, dass wir da insgesamt auf einem sehr guten Weg sind. Ich begleite den SV 98 jetzt seit 2011, und seitdem wir 2014 in die zweite Liga aufgestiegen sind bin ich auch im Arbeitskreis Nachhaltigkeit aktiv. Das ist im Grunde eine Zusammenkunft von allen 36 Erst- und Zweitligisten, und bei dem Thema geht es darum, dass man sich zweimal im Jahr trifft und gemeinsame Aktionen und Herangehensweisen plant. Da war auch ein großes Thema, Nachhaltigkeit in der Lizenzierung zu verankern. Das war jetzt ein langer Prozess, und jeder Verein macht für sich schon sehr gute Arbeit, für die Bedingungen, die man an den einzelnen Standorten hat. Ich glaube, dieser regelmäßige Austausch ist auch extrem wichtig, um voneinander zu lernen, um Ideen nach außen zu tragen. Aber ich würde sagen, wir sind zwar gut, aber nicht so gut, dass es nicht auch noch verbessert werden kann.

7) Sind in diesem Arbeitskreis dann auch wirklich von allen 36 Vereinen Vertreter da?

Das Angebot ist freiwillig. Es gibt noch einen Arbeitskreis, der tatsächlich dann auch ein bisschen mehr in die Tiefe geht. Dort werden dann im Grunde Projektspieltage oder Themenspieltage ausgearbeitet. Bei den Vollversammlungen kann man sagen, dass immer 75-80% der Vereine vertreten sind.

8) Ist es in diesem Zusammenhang so, dass die Vereine auch wirklich versuchen, zusammenzuarbeiten? Dass der Wettbewerbsgedanke sozusagen vergessen wird, weil das Thema Nachhaltigkeit ja ein Thema ist, was allgemein wichtig ist?

Das kann ich 100% unterschreiben. Man muss aber auch sagen, dass in vielen anderen Arbeitskreisen (ich habe in meiner Abteilung unterschiedliche Gebiete, das ist nicht nur die Nachhaltigkeit, ich bin auch verantwortlich für die Themen E-Sport, Kids Club und Events), die es bei der DFL zu den einzelnen Themen gibt, eine sehr hohe Offenheit zur Zusammenarbeit da ist. Klar hat man diesen sportlichen Wettbewerb und vielleicht noch das Thema Sponsoring und Vertrieb, da ist man dann ein bisschen verschlossener, wenn es darum geht, Kontakte weiterzugeben oder so. Aber ich muss sagen, in anderen Bereichen greift man sich gegenseitig unter die Arme und versucht da, gemeinsam das Beste rauszuholen. Sei es beim Thema Kids Club, wenn jemand einen guten Ansatz hat, um Kinderschutz noch mehr zu platzieren, dass das dann in die große Runde gegeben wird. Oder beim Thema E-Sports, wenn es um Streamingtechnik geht. Man tauscht sich da einfach sehr offen

aus. Natürlich gibt es im Sport den Wettbewerbsgedanken, aber daneben arbeitet man doch sehr offen und vertrauensvoll zusammen.

9) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Ich glaube, die Verantwortung liegt am Ende bei der DFL. Aber die DFL ist ja nur der Zusammenschluss der 36 Erst- und Zweitligisten, deswegen muss man heruntergebrochen sagen, mit den Entscheidungen, die auf der DFL-Mitgliederversammlung getroffen werden, wo jeder Verein eine Stimme hat, können die Vereine selbst diesen Weg ebenen und beim richtigen Ja-Stimmen im Grunde auch den Weg in die Nachhaltigkeit öffnen.

10) Genau auf so einer Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Wir haben ein wenig gejubelt bei uns im Büro, als das dann durch war. Es hatte sich ja schon angedeutet. Ich finde das absolut sinnvoll, weiß aber auch, wie lang der Prozess war, um es jetzt in die Lizenzierung aufzunehmen. Es gibt jetzt noch eine Übergangsfrist, und das Problem wird sein, dass man einfach eine extreme Ungleichheit hat. Um jetzt keinen anderen der kleinen Vereine zu nennen, nenne ich uns mal: wir haben natürlich ganz andere Ressourcen als der FC Bayern München, um das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben. Das wird jetzt in den nächsten Jahren die Problematik oder Schwierigkeit werden, auch auf Seiten der DFL, den Kriterienkatalog so aufzubauen, dass alle diesen Katalog mit ihren einzelnen Besonderheiten an den Standorten auch erfüllen können. Ich glaube aber auch, dass das von der DFL gut gemanagt werden wird. Sie haben ja den vorherigen Lizenzierungsvorgang, nämlich dem Vorgang Nachwuchsleistungszentrum, sehr gut umgesetzt, da hat ja auch jeder Verein seine speziellen Vorgaben und Kooperationen. Dennoch hat man es geschafft, da eine Vergleichbarkeit hinzubekommen. Also gehe ich fest davon aus, dass das beim Thema Nachhaltigkeit auch gelingen wird.

11) Ist es dann zum Beispiel möglich, Kriterien so abzustufen, dass zum Beispiel eben finanzielle und personelle Ressourcen mit berücksichtigt werden?

Zum Beispiel, ja. Ich meine, man muss sich ja nur beim Thema CO₂-Emissionen anschauen, dass eine Mannschaft wie Holstein Kiel jedes Wochenende extrem weite Fahrten hat, während wir in der Mitte von Deutschland tendenziell nicht so viele Kilometer reisen müssen. Unser Weg nach München sind 400km, und für Kiel sind es 1.000. Dementsprechend haben wir da natürlich wesentlich bessere CO₂-Emissionen, was Auswärtsfahrten angeht. Das muss man ja trotzdem irgendwie vergleichbar machen. Man muss ja trotzdem einen Weg finden, dass man Kiel, nur weil sie eine Außenlage in Deutschland haben, nicht bestraft, weil sie dadurch so hohe CO₂-Emissionen haben. Und es geht ja zum Beispiel auch um das Thema Zuschauer. Um sie vergleichbar zu machen, muss

man diese Kriterien irgendwie im Durchschnitt sehen. Nimmt man dann den Wasserverbrauch am Spieltag im Schnitt im Vergleich zur Gesamtkapazität des Stadions, oder zieht man da jedes Jahr die durchschnittlichen Zuschauerzahlen ran? Es kann ja sein, dass Vereine wie Mainz 05 ein halbleeres Stadion haben, aber dann die Müllproduktion oder den Wasserverbrauch auf die Gesamtkapazität angerechnet kriegen. Das heißt, sie müssten ja wesentlich besser dastehen im Pro-Kopf-Verbrauch, als wenn man die tatsächliche Zuschauerzahl ansetzt.

12) Denken Sie, dass dieses Thema innerhalb der DFL auch mit in die Überlegungen einbezogen wurde?

Ich gehe davon aus, ja. Ich glaube, dass es im DFL-Präsidium kein großes Thema war, da wurde natürlich nicht in der Tiefe diskutiert. Aber in den Arbeitskreisen und in den einzelnen Vereinen, die sich da sicherlich auch Unterstützung von außen holen werden, wie wir, weil sie einfach keine Experten haben oder noch keine Experten auf dem Thema sind, da wird sowas auf jeden Fall aufkommen. Wir haben mit den Agenturen, mit denen wir über so einen Prozess gesprochen haben, auch darüber diskutiert, und haben gesagt, um es vergleichbar zu machen, müsste man da einheitliche Regeln finden.

13) Denken Sie, dass es sinnvoller ist, mehr mit „Bestrafungskriterien“ zu arbeiten, oder eher mit „Belohnungskriterien“?

Rein mental ist natürlich ein Belohnungssystem besser. Am Ende läuft aber beides darauf hinaus, dass irgendjemand besser gestellt ist, und der andere schlechter gestellt ist. Es soll natürlich auch Anreiz sein, aber wie gesagt, man muss es vernünftig und vergleichbar machen. Im Nachwuchsleistungszentrums-Bereich bekommt man das gut hin, und ich finde, so wie es dort aufgebaut ist, sollte es auch in den Bereich Nachhaltigkeit übertragen werden. Da bin ich dann aber eher beim Belohnungssystem. Aber ein Belohnungssystem so, dass es nicht heißt, wer viel Geld oder personelle Ressourcen hat, kann sich dann auch dieses Belohnungssystem erkaufen. So darf es natürlich nicht sein.

14) Nehmen wir an, es würde eher in Richtung Bestrafungssystem laufen, man hätte also Mindestkriterien, die erfüllt werden müssen. Denken Sie, dass es dann Vereine gibt, die sich dann eben genau an diese Kriterien halten, weil sie eben müssen, aber nicht weiterdenken, was noch gemacht werden könnte?

Ja, die Gefahr besteht natürlich. Aber ich glaube, das ist auch ein Prozess, den man durchlaufen muss. Und da wird es, wie ich vorhin gesagt habe, die nächsten vier bis fünf Jahre auch noch Anpassungen geben, weil man wirklich schauen muss, wie die Vereine reagieren. Aktuell ist es noch gar nicht in der Lizenzierung drin, und trotzdem machen wir extrem viel, weil es einfach für uns ein wichtiges Thema ist, der Region da etwas zurückzugeben und die mediale Reichweite, die wir haben, zu nutzen. Dementsprechend glaube ich, dass egal bei welchem Verein man das macht, die

Motivation groß ist. Aber wie gesagt, es hängt natürlich auch an den Ressourcen, was man dann auch erreichen kann.

15) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Weiterhin zusammenzuarbeiten, so wie wir es jetzt schon umsetzen, ist ganz wichtig. Dass man vereinsübergreifend an einem Strang zieht, wie wir das vorhin schon besprochen haben. Und ich glaube, dass wir offen sein müssen für neue Technologien, dass wir vielleicht auch Vorreiter für neue Technologien im Fußball sein müssen, und einfach dauerhaft nach links und rechts schauen müssen, um die Nachhaltigkeit zu verbessern.

16) Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Wir waren sehr stark auf ökologische Nachhaltigkeit fixiert. Was ich noch dazu sagen würde, ist, dass es – und das ist ja auch in der Lizenzierung Thema - nicht nur in der ökologischen Nachhaltigkeit Kriterien geben wird, sondern dass eben auch Soziales und Wirtschaftlichkeit mit reinspielt. Das ist mir auch ganz wichtig, weil wir bei uns zum Beispiel auch ganz viele Aktionen zum Thema Inklusion und Integration machen, zum Beispiel indem wir mit Institutionen wie der Behindertenwerkstatt bei uns zusammenarbeiten. Und es sind nicht immer die ganz großen Dinge, die für positive Entwicklung sorgen, sondern manchmal auch die ganz kleinen. Ich bin seit 2011 da, und ich glaube seit 2014 haben wir zweimal die Woche bei mir in der Abteilung einen Autisten, den wir beschäftigen. Der würde sonst in der Behindertenwerkstatt jeden Tag Schrauben von A nach B bringen. Den haben wir jetzt so gut weiterentwickeln können, dass seine Betreuer ihm auch einen normalen Job über fünf Tage zutrauen, im „ersten Arbeitsmarkt“ sagt man glaube ich. Das sind schöne kleine Erfolge, die man feiern kann, und da sind wir auch sehr stolz drauf, ohne es dann groß medial auszuschlachten. Manchmal reicht es auch, Gutes zu tun, da zu sein und zu genießen, dass es positiv läuft. Das muss nicht immer an die große Glocke gehängt werden.

Vielen Dank!

Anhang 25: Dorinja Adler – Karlsruher SC

Schriftliches Interview mit Dorinja Adler (Bereichsleiterin CSR beim Karlsruher SC) – 19.12.2021

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Nach unserem Verständnis beschreibt ökologische Nachhaltigkeit vor allem den (verantwortungs-)bewussten Umgang mit der Umwelt und natürlichen, nachwachsenden Ressourcen und Rohstoffen. Langfristig kann der Erhalt der Natur nur durch ein nachhaltiges, ökologisches Handeln gewährleistet werden. Im Zusammenhang mit dem neuen Stadionbau waren diese Themen beim Karlsruher SC beispielsweise auch ein wichtiger Bestandteil.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Klare Antwort: ja. Die Reichweite und Relevanz, die der Fußball in Deutschland und auch über die Ländergrenzen hinaus hat, bringt nicht nur eine ökologische, sondern auch eine sozialgesellschaftliche Verantwortung mit sich. Diese Verantwortung ist einerseits eine Herausforderung, und andererseits auch eine große Chance, tatsächlich etwas zu bewirken. Der deutsche Profifußball mit seinen 36 Erst- und Zweitligavereinen ist sich dieser Verantwortung bewusst und wird zur Saison 2023/24 ein Lizenzierungsverfahren mit verbindlichen Nachhaltigkeitskriterien verankern.

3) Der Karlsruher SC setzt sich aktiv für das Thema Nachhaltigkeit/Umweltschutz ein, und das in sehr vielen Bereichen. Welche Maßnahmen sind für die Zukunft noch geplant?

Wir planen neben weiteren Maßnahmen im und um das Stadion herum zum Beispiel mehrere Projekte mit dem Forstamt Karlsruhe zur Steigerung der Biodiversität und Artenvielfalt in der Region. Außerdem verfolgen wir das Ziel, uns auch intern im Bereich Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu verbessern und Strategien zu entwickeln, wie wir im Alltag Ressourcen schonen und nachhaltiger und innovativer arbeiten können.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

In den letzten Jahren hat sich im Profifußball einiges getan. Viele Vereine haben ihre Strukturen und Prozesse bereits angepasst und das Thema in ihre Leitlinien aufgenommen. Auch die Stadien sind mittlerweile vielerorts umgebaut worden und haben, wie wir beispielsweise, Photovoltaikanlagen, LED-Beleuchtungssysteme und nachhaltigere Bewässerungsanlagen installiert. Die Zertifizierung ist nun der nächste Schritt, damit alle Vereine sich mit dem Thema auch langfristig beschäftigen.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

Dazu gehören unserer Meinung nach alle, die am deutschen Fußball in irgendeiner Weise partizipieren. Neben den großen deutschen Fußballorganisationen (DFB, DFL usw.) sowie den Clubs mit ihren Mitarbeitenden und Spieler*innen sind das auf jeden Fall auch die Sponsoren und Partner, aber auch die Fans und alle Fußballinteressierten. Dazu kommt die jeweilige Stadt oder der Landkreis, die beispielsweise in punkto Infrastruktur einen großen Teil zu einem „nachhaltigen Fußball“ beitragen können. Alle Beteiligten können ihren Teil dazu beitragen. Es ist daher sowohl ein „bottom-up“ als auch ein „top-to-bottom“ Prozess, der sich durch den gesamten deutschen Fußball ziehen muss. Außerdem sehen wir in diesem Zusammenhang nicht nur den deutschen Fußball in der Pflicht. Soziale, aber auch ökologische Nachhaltigkeit bezieht sich nicht nur auf einzelne Länder, sondern hat internationale Auswirkungen.

- 6) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?**

Wir betrachten die Einführung der neuen Lizenzierungsordnung als sinnvollen, nächsten Schritt, um die Langfristigkeit der Themen bei allen Clubs zu verankern. Außerdem ist es ein wichtiges Statement und kann von anderen Bereichen oder Sportarten aufgegriffen werden.

- 7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?**

Die neuen Kriterien müssen vor allem an den fußballspezifischen Alltag angepasst sein. Alle Clubs sollten sich unabhängig ihrer sportlichen Erfolge damit auseinandersetzen können.

- 8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?**

Der Bereich (Aus-)Bildung könnte in diesem Zusammenhang noch erweitert werden. Die Sensibilisierung durch fachliche Kompetenz zum Thema Nachhaltigkeit im Sport ist sicherlich einer der Schlüssel zur stetigen Veränderung. Wenn z.B. Alternativen aufgezeigt werden oder Best Practice Beispiele vorhanden sind ist, es oftmals einfacher, sich mit einem so komplexen Thema auseinanderzusetzen, weil man sich daran orientieren kann.

- 9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?**

Auf jeden Fall.

- 10) Was würden Sie sich von der DFL, dem DFB oder anderen Vereinen wünschen? Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?**

Wir glauben, wir befinden uns mitten in einem Umbruch. Wie bereits erwähnt haben sich viele Clubs bereits auf den Weg gemacht, ökologische, aber auch sozial-gesellschaftliche Nachhaltigkeit zum Thema zu machen. Aber auch in der Unternehmenswelt werden Nachhaltigkeit und Gesellschaft immer wichtiger.

Vielen Dank!

Anhang 26: Peter Rengel – SV Werder Bremen

Mündliches Interview mit Peter Rengel (Direktor Infrastruktur beim SV Werder Bremen) – 20.01.2022

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Es gibt ja das 3-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, und die ökologische Nachhaltigkeit ist eben ein Standbein. Ökologische Nachhaltigkeit bedeutet für mich persönlich, aber auch für uns als Verein, dass wir mit unserem gesamtgesellschaftlichen Engagement und mit unserem gesamten wirtschaftlichen Wirken nachhaltig ökologisch sein möchten. Das ist ein Ziel. Was heißt für uns nachhaltig ökologisch? Nachhaltig ökologisch bedeutet für uns, dass wir das Ziel haben (das werden wir bald auch öffentlich kommunizieren, also das ist jetzt eine exklusive Information an Sie), dass wir dem Bündnis Sports for Climate Action beitreten wollen, wo wir bis 2040 CO₂-neutral sein wollen, und bis 2030 unsere CO₂-Emissionen auf 50% reduzieren möchten. Wir durchlaufen gerade einen Strukturprozess bei uns, und wir sind damit beschäftigt, Kernziele für uns zu definieren. Klar, für einen Fußballclub ist sportlicher Erfolg immer eins der wichtigsten Ziele, aber zu unseren drei Hauptzielen gehört eben auch, dass wir nachhaltig agieren möchten. Nachhaltig im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit und vor allem auch, das wird jetzt ganz klar formuliert, im Bereich der Ökologie.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Es ist überhaupt nicht der deutsche Profifußball, es ist die gesamte Weltwirtschaft, die sich dafür einsetzen müsste. Das ist erstmal ein Grundverständnis, was sich langsam bei uns entwickelt. Also wenn wir vielleicht in andere Länder schauen, da ist es logischerweise bei weitem nicht so. Aber Sie haben jetzt gefragt, ob der Fußball die Aufgabe hat. Natürlich hat der Fußball die Aufgabe. Der Fußball ist so ein großes Ding in Deutschland. Man hat so viele Anhänger, man hat so eine große Community, man kann total viele Menschen erreichen, sowohl positiv als auch negativ. Und die ökologische Herausforderung, die die Welt hat, die ist so dermaßen groß, die haben viele noch nicht umfänglich verstanden. Aber alle, die es verstanden haben, sollten meinen, dass man sich da

wirklich sehr engagieren muss. Die Coronakrise ist dagegen Peanuts, das sollten wir mal festhalten, die Klimakrise ist größer. Und deswegen hat der Profifußball absolut auch die Aufgabe, sich dort zu positionieren, sich zu engagieren und sich dort auch zu verbessern.

3) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Ich glaube, es ist im Augenblick ein bisschen sehr diffus. Ich weiß auch ehrlich gesagt nicht, ob alle immer über das Gleiche reden. Es gab vorgestern eine Pressemitteilung, der 1. FC Nürnberg möchte der ökologischste Sportklub der Welt werden. Und wenn man das Interview dann ein bisschen weiter liest, dann überlegt man, ja wie denn, und wie ökologisch wollen sie werden. Dann gibt es Klubs, die sagen, wir haben schon Nullemissionen, wo ist denn das Problem. Die sind aber deshalb eventuell Null, weil sie kompensieren, nicht weil sie reduzieren. Unsere Strategie ist zumindest erstmal die, dass wir sagen, wir möchten vermeiden, wir möchten reduzieren, und dann müssen wir mal darüber nachdenken, ob man kompensieren kann, muss, oder wie man mit dem Rest umgeht, den man nicht los wird. Und weil das jetzt noch überhaupt nicht einheitlich in der Bundesliga thematisiert ist, ist das im Augenblick ein bisschen schwierig. Auch um zu wissen, was zählt überhaupt dazu. Wir bei Werder Bremen, wenn wir sagen, wir wollen 2030 auf 50% Prozent gehen und 2040 eine Nullemission haben, wir brauchen eine Datengrundlage. Wie kommt man überhaupt an eine Datengrundlage? Wir haben 2019 mit einer Agentur zusammengearbeitet, die sich darauf spezialisiert hat, mit Firmen den Fußabdruck zu ermitteln. Und wir haben in der Zusammenarbeit festgestellt, dass die uns als Werder Bremen gar nicht erfassen können. Wir sind ja nicht nur ein Fußballverein. Das ist jetzt vielleicht auch eine Besonderheit, die wir hier haben. Wir sind einer der größten Sportvereine, wir haben eine erste Bundesliga im Tischtennis, wir haben eine zweite Bundesliga im Handball, wir haben erste Bundesliga Schach, das ist auch Profisport. Und wir haben natürlich auch den e.V., also der normale Vereinssport. Wir haben fast 100 Mannschaften in einem Ligabetrieb, von Bundesliga bis Bremenliga. Und was zählt jetzt zu diesem Fußabdruck dazu? Ist es die GmbH, wo dieser Profisport abgebildet ist, oder ist es der gesamte Verein? Wir haben gesagt, wir wollen den gesamten Verein erfassen, also die GmbH und den Verein, um einen einheitlichen Fußabdruck zu erzielen. So denken aber andere Klubs gar nicht. Und wenn wir dann darüber nachdenken, ob wir über eine Lizenzierung sprechen, dann versucht man ja, in irgendeiner Form eine Vergleichbarkeit zu erzielen. Und dann müssen wir mal darüber nachdenken, mit welchen Zahlen wir da reingehen, um diese Vergleichbarkeit herzustellen. Es ist ja auch noch gar nicht klar, wie die Lizenzierung dann aussieht. Wenn man die Nachhaltigkeitskriterien sehr gut erfüllt, kriegt man vielleicht mehr Geld aus Vermarktungstätigkeiten. Und wenn wir dann da unseren ganzen Verein reinbasteln, weil das unsere Grundphilosophie ist, und die anderen sagen, wir machen das nur mit unserem Leistungszentrum und der ersten Mannschaft, da muss man sich eben verständigen, auf welchem Status quo man das dann miteinander vergleicht.

4) Wie ist dieser ganze Prozess bei Ihnen strukturiert, wer ist dafür verantwortlich? Sind es die einzelnen Bereiche oder gibt es eine Person/ eine Gruppe an Personen, die sich darum kümmert?

Wir haben eine CSR-Abteilung, die gibt es schon 15/16/18 Jahre. Und wenn Sie sich die auf unserer Internetseite mal anschauen, dann sehen Sie, dass dieser Bereich total im sozialen Bereich engagiert war. Also ganz viel Integration von benachteiligten Kindern, wie man sie an den Sport ran kriegt. Irgendwann hat dann diese Abteilung festgestellt, es gibt ja nicht nur den sozialen Bereich, es gibt ja auch den ökologischen Bereich. Und dann haben sich diese Sozialspezialisten mit der Ökologie beschäftigt. Das endete damit, dass sie 2016 ein erstes Energieaudit durchführen mussten. Große Firmen müssen ja alle vier Jahre ein Energieaudit durchlaufen, und das war dann für diese Kolleginnen und Kollegen total überfordernd, weil sie sich nur mit Technik auseinandersetzen mussten, mit Wattzahlen, wie viel verbraucht unsere Heizung, was ist mit unserer Rasenbeleuchtung, wo sind Energieverbräuche? Und das haben die dann einmal gemacht, und haben gesagt, das machen wir nie wieder. Ich bin jetzt seit vier Jahren hier beim SV Werder Bremen, ich bin zuständig für die Infrastruktur. Und somit habe ich dann quasi diese Aufgabe geerbt. Und jetzt wird versucht, dieses reine Denken in einer Direktion auf den gesamten Verein auszubreiten, also dass man diese Nachhaltigkeitsgedanken in allen Bereichen, die Abteilungen, die Direktionen verpflanzt, dass dort auch nachhaltig gedacht wird. Aber wenn wir über die ökologische Nachhaltigkeit sprechen, dann liegt es in meiner Verantwortung, Daten zu sammeln und diese Daten zusammenzutragen, weil sie auch aus unterschiedlichsten Bereichen kommen. Wenn wir über Fanbewegung sprechen, also im Scope 3, wie Menschen ins Stadion kommen, dann brauchen wir Daten aus dem Ticketing. Wo kommen die Leute her, mit welchem Verkehrsmittel kommen die gegebenenfalls? Wenn wir über unsere Mannschaftsbewegung sprechen, fliegen die mit dem Flugzeug, fahren die mit dem Bus, da müssen wir mit dem Teammanager reden. Diese ganzen Themen haben also unterschiedlichste Ansprechpartner, und das bündle ich. So sind wir aufgestellt.

5) Man hat also eine gesamtheitliche Betrachtung in Ihnen quasi zentralisiert, und Sie gehen dann in alle möglichen Abteilungen rein, damit Werder Bremen versucht, alle Punkte abzudecken?

Genau so ist das, und dafür braucht man Handwerkszeug. Ich hatte gesagt, wir haben 2019 mit einer Agentur zusammengearbeitet und festgestellt, dass die mit Sicherheit einen produzierenden Betrieb, einen normalen Betrieb erfassen können. Und wir haben mitbekommen, dass wir eben kein normaler Betrieb sind. Dass sie überhaupt nicht wussten, wo sind denn bei uns noch Verbräuche oder Emissionstreiber? Wir waren da mit dem Ergebnis nicht so zufrieden, wie wir uns das vorgestellt hätten. Und dann haben wir mit noch drei anderen Agenturen für das Jahr 2020 gesprochen, haben aber auch nicht die richtige gefunden. Wir haben mit englischen Agenturen gesprochen, die gesagt haben, wo ist eigentlich das Problem, ihr müsst kompensieren. Und dann spricht man mit

Deutschen, die schlagen Tabellen und Zahlen vor, aber das war es auch nicht. Und dann haben wir jetzt mit der Technischen Universität Köln eine Zusammenarbeit mit einem Masterstudenten, der eine Masterarbeit dazu geschrieben hat: Wie ermittelt Werder Bremen seinen Fußabdruck und mit welchem Handwerkszeug sind wir zukünftig in der Lage, das jährlich selbst zu machen. Platt gesagt, das ist eine riesige Excel-Tabelle und da müssen Zahlen rein. Dieses Werkzeug haben wir jetzt entwickelt mit dieser Masterarbeit, die schließt Ende Januar ab, und dann können wir mit dieser Tabelle, mit diesem Handwerkszeug jährlich die Zahlen und Verbräuche eintragen. Damit werden wir dann unseren CO₂-Fußabdruck ermitteln können, auf uns speziell zugeschnitten.

6) Auf der Mitgliederversammlung aller 36 Profivereine und der DFL Ende Dezember wurde beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich finde es absolut sinnvoll. Wie wir eben gesagt haben, wir sind auch verantwortlich. Man kann nicht immer nur sagen, man ist vielleicht ein bisschen verantwortlich. Hier wird die Verantwortlichkeit auf jeden Fall wesentlich verbindlicher. Und durch diese Verbindlichkeit, vielleicht auch ein bisschen mehr über Zwang, erreicht man auch andere Bereiche, die sonst nicht so viel Lust auf ökologische Nachhaltigkeit haben. Es ist das Kernthema der zukünftigen Generation, da bin ich felsenfest von überzeugt. Ich bin Diplomgeograph, ich habe Geografie studiert, und habe also glaube ich auch ein Grundverständnis darüber, wie Menschen mit der Erde umgehen müssen, mit der Welt, mit ihren Lebensräumen, und wie auch menschliches Verhalten und Wirtschaften die Erde prägt. Wir haben diese Verantwortung, und deswegen müssen wir es machen. Deswegen kann man über diese Lizenzierungsvorgaben dann auch mit einem leichten Druck anfangen, das verbindlicher zu machen.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Das ist ja genau das, was gerade passiert, das entsteht ja gerade. Ich bin da im Augenblick nicht beteiligt an diesen hochrangigen Entscheidungen in der DFL. Das ist ein komplexes Thema. Ich glaube, die die gut sind, die muss man in irgendeiner Form belohnen, die müssen am Ende was davon haben. Wir reden ja hier über Spitzensport, das kann ja nur eine monetäre Sache sein am Ende des Tages, ein goldener Stern oder sowas hilft uns ja nicht. Also könnte man sehr wohl sagen, dass dann in irgendeiner Form Gelder ausgeschüttet werden, dass es da einen Pool gibt, und dass man dann die die besser sind anders bedient als die, die schlechter sind. So könnte das sein. Jetzt muss man natürlich dann aber sehr genau aufpassen, dass man diese Äpfel nicht mit Birnen verwechselt. Wenn man Bayern München hat als Global Player, und wenn wir dann über Mannschaften nachdenken, die viel leistungsschwächer sind in ihrer Wirtschaftlichkeit, dann muss es für alle passen, und auch für alle in irgendeiner Form fair sein. Das ist glaube ich die große Herausforderung

rung, die man dann da hat. Man muss den CO₂-Fußabdruck abgrenzen, das ist ganz wichtig. Gehört nur der Scope 1 und 2 dazu, oder auch der Scope 3? Ich weiß überhaupt nicht, wie da die aktuelle Lage ist. Den Scope 3 packen ja viele ungern an. Und Scope 3 macht bei einem Fußballverein ich denke mal 75-80% aus, wenn wir keine Coronabedingungen haben. Wenn Sie den Nachhaltigkeitsbericht vom VfL Wolfsburg lesen, dann sehen sie, dass die Fanbewegung massiv CO₂ produziert. Und dann steht man so ein bisschen wie der Ochs vor dem Berg und fragt sich, wie machen wir das denn jetzt. Deshalb könnte es vielleicht sein, dass man sagt, Scope 3 lassen wir mal raus, das ist ja vielleicht sowieso nur das persönliche Vergnügen der Leute, dass die zum Fußball kommen. Nein, ist es eben nicht, wir lösen das ja aus. Also Sie merken, ich kann Ihnen da jetzt nicht die Lösung präsentieren, aber ich denke, die die gut sind, müssen was davon haben und es muss für die Großen und die Kleinen auch fair sein. Das ist glaube ich das wichtigste an der Sache.

8) Sie hatten vorhin angesprochen, dass Sie sich eben nicht nur auf Fußball konzentrieren, sondern Ihre Berechnungen auf andere Sachen gerichtet sind. Wenn Sie jetzt für die Lizenzierung zum Beispiel nur die Zahlen auf den Fußball bezogen angeben müssten, würde das für Sie dann viel Extraarbeit bedeuten?

Das Werkzeug, was wir jetzt entwickelt haben, ist modular aufgestellt. Ich hoffe also, dass ich in der Lage bin, alles auszublenden, was im e.V.-Bereich stattfindet. Ich kann dann also schon für uns modular diese Zahlen zusammenstellen, das glaube ich schon. Das muss gehen. Ich habe aber noch einen anderen Punkt, der mir gerade einfällt. Wem glaubt man denn überhaupt? Glaubte man den Vereinen, so dass sie selbst ihren Fußabdruck zeigen sollen? Oder braucht es eine Institution, die das dann nochmal überprüft? Also wir sind total transparent, das merken Sie ja vielleicht auch gerade daran, wie ich das Ihnen gegenüber erzähle. Und das muss man in diesem Thema auch sein. Aber vielleicht sind das andere nicht so gerne. Die schicken einem dann vielleicht einen Dreiseiter, wo 12.000 Tonnen CO₂-Fußabdruck drinstehen. Aber wie kommt das zusammen? Wie transparent und nachvollziehbar sind die Zahlen? Das muss sicherlich dann auch gewährleistet sein.

9) Wie man kann in diesem Zusammenhang die Gefahr des Greenwashing vermeiden? Wie kann man gewährleisten, sich nicht blind auf die Transparenz der Vereine verlassen zu müssen?

Das ist eine gute Frage. Das bedeutet ja, man würde dann eine Kontrollinstanz brauchen. Wir erleben ja im Wirtschaftsleben auf der einen Seite meiner Meinung nach viel zu viel Kontrolle und überall Zertifizierungen. Das ergibt mit Sicherheit an vielen Stellen Sinn, aber ich glaube, dass das Prozesse und Organisationen auch total überlasten kann, wenn man zu viele Zertifizierung hat. Deswegen muss man sich das ziemlich gut überlegen. Wenn man aber diese Zweifel hat, dass eben einige Greenwashing betreiben oder nicht so transparent sind in ihrer Beweisführung, wie sie diesen Abdruck ermittelt haben, und über den Abdruck hinterher wirklich Gelder verteilt werden,

dann muss man wahrscheinlich so ein Instrument einführen, das versucht, einen objektiven Blick zu erzielen über alle 36 Vereine.

10) Ökologische Nachhaltigkeit im Fußball betrifft ja sehr viele Bereiche, sei es Wasserverbrauch, Energieverbrauch, Müllproduktion und so weiter. Was wäre sinnvoller: dass ein Verein wirklich in jedem Bereich Kriterien erfüllen muss, oder sich vielleicht aussuchen kann, in welchen Bereichen er agiert, und darauf dann den Fokus legt? Wie würde man allgemein zu einem besseren Ergebnis kommen?

Man kommt immer dann zu einem besseren Ergebnis, wenn man Menschen hat, die das bearbeiten, die da auch voll dahinterstehen. Also die das leben, was sie arbeiten. Und wenn man es sich aussuchen kann, ist der Zwang nicht mehr so da, und dann fällt es in dem Bereich vielleicht einfacher, etwas zu tun. Deswegen kann das Messkriterium ja eigentlich nur sein, wie groß der Abdruck ist. Und wie ich diesen Abdruck reduziere, das sollte man vielleicht dann doch eher den Vereinen zugestehen, dass sie da selber entscheiden, wo es für sie am leichtesten und am sinnvollsten ist, um dann jetzt erstmal sofort auch schnell Erfolge zu sehen bei der Reduzierung. Und am Ende bleibt ja sowieso das Problematische übrig. Es bleibt ja was, und da muss man dann mal gucken, wie geht man damit um, wie kriegt man das geregelt. Also so würde ich da vielleicht rangehen. Wenn man jetzt zum Beispiel zehn Kriterien hat, und dann jedes Kriterium einzeln nach Erfolg bewertet oder so, ist das vielleicht nicht so gut. Ich glaube schon, dass der Abdruck dann das Entscheidende sein müsste. Und man muss auch sehr gut überlegen, wo liegt überhaupt das Basisjahr. Wenn wir über CO₂-Reduzierung sprechen und sagen, wir wollen 2030 50% reduzieren und 2040 wollen wir auf null sein, da brauchen wir ja irgendwie eine Messgröße. Aus welchem Jahr starten wir denn überhaupt? Ich kann Ihnen sagen, dass wir 2019 einen Abdruck von knapp 7.000 Tonnen gehabt haben. Das ist mit einer besagten Agentur entstanden, was noch nicht umfänglich die kleinsten Kleinigkeiten mit berücksichtigt hat, die wir auf Grundlage unserer Struktur dann gesehen haben. Jetzt haben wir für 2020 unseren Abdruck ermittelt, und da werden wir nicht mal 3.000 Tonnen erreichen. Das ist das Corona-Jahr. Wir haben da diverse Spiele ohne Zuschauer gehabt, und gerade die Zuschauer treiben das. Ich bin also erst bei 7.000, dann gehe ich auf 3.000, und jetzt wird das 2021-2022 ja wieder steigen, weil wir wieder mehr Aktivitäten haben, mehr Zuschauer. Das muss man jetzt erstmal wissen. Wenn wir jetzt das Basisjahr 2020 annehmen würden, wenn wir mit 3.000 Tonnen starten und 2030 davon 50% reduzieren wollen, dann geht das überhaupt gar nicht. Also das wird auch ein Kernthema, mit welcher Basisgröße man rechnet. Und von wo an können überhaupt die Vereine rechnen? Da gibt es ja einige, die haben sich noch nie über ihren Abdruck Gedanken gemacht, die wissen überhaupt nicht, wo sie stehen. Und dann basteln die jetzt Zahlen zusammen für 2020, Coronazahlen, die aber nicht abbilden, wie die Welt funktioniert.

11) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Man muss diese ökologische Nachhaltigkeit leben, und am Ende müssen das auch die tun, die Partner besorgen, große Sponsoren. Wenn die Nachhaltigen sich zusammenschließen, kann das ja ein Vorteil sein. Man kann da vielleicht auch neue Potentiale in der Vermarktung akquirieren, das kann ja sein. Man ist nicht authentisch, wenn man jetzt vielleicht urplötzlich mit einem großen Energie- oder Erdölversorger auf dem Trikot rumläuft. Jetzt kann man natürlich andersrum argumentieren, der bringt aber viel Geld und dann hab ich auch Gelder, die ich für ökologische Nachhaltigkeit einsetzen könnte. Aber ich glaube, die Argumentation zieht bald nicht mehr. Das überzeugende nachhaltige Handeln, das ist wichtig. Dann gehört dazu eine Form von Erziehung oder Information innerhalb der eigenen Organisation, des eigenen Tuns. Da gibt es eine schöne Geschichte. Wir beziehen hundert Prozent Ökostrom, und wir haben bei uns eine Sporthalle auf LED-Leuchten umgerüstet. Und dann stand die Abteilung da und hat gesagt, wir reduzieren acht Tonnen CO₂ im Jahr, weil wir jetzt LED-Lampen haben. Ich habe ihnen dann gesagt, es tut mir leid, aber ihr reduziert gar nichts, weil wir ja Ökostrom verbrauchen. Also wir reduzieren die verbrauchte Strommenge und geben somit Ökostrom für andere frei. Dann hat hier auch einer gesagt, wenn wir doch hier CO₂-neutralen Strom verbrauchen, kann ich ja den ganzen Tag das Licht anlassen. Das ist Quatsch, das kostet natürlich Geld. Aber das sind so Gedanken, die immer mal wieder bei einigen aufkommen. Dieses wirklich nachhaltige Handeln, das müssen auch die Mitarbeiter erkennen, und dann auch Vereinsmitglieder, die bei uns Sport treiben. Wir haben versucht, bei unserer Untersuchung 100 Mannschaften, die wir im Wettkampfbetrieb haben, zu befragen, wie fährt ihr zu euren Auswärtsspielen. Und dann hat man vielleicht eine Mannschaft mit 14jährigen Jungs mit SUV-Mamis und Porsche-Papis, wo jeder Sohn einzeln zu dem Auswärtsspiel gefahren wird. Dann kommt die Antwort, das machen wir, weil die so weit auseinander wohnen. Andere fahren aber mit dem Bus oder vielleicht sogar mit der Straßenbahn innerhalb von Bremen. Dass man so ein Mindset entwickelt und auf Dinge aufmerksam macht, wie es auch anders gehen könnte. Das ist wichtig. Und wenn wir das innerhalb des Vereins schaffen, haben wir zusätzlich ja noch den Punkt, dass wir medial stark sind und ganz viele Fans und Anhänger haben. Auch da sollte man jetzt gucken, dass man manche ökologische Themen transportiert. Das tun wir, wir haben schon angefangen mit Instagram-Posts im Stil „Wusstest du schon, dass...?“ Mit ganz kleinen Geschichten kann man ja auch immer wieder der Fan-Community erklären, warum man was tut. Vielleicht bleibt dann auch was hängen.

12) Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Wir haben das Thema gut besprochen glaube ich. Ich glaube, das ist für diejenigen, die in der Lizenzierung dafür verantwortlich sind, eine große Aufgabe. Die ist nicht leicht, das muss man bei all dem, was wir jetzt hier besprochen haben, wissen. Denen kann man da nur viel Glück wünschen.

Vielen Dank!

Anhang 27: Benjamin Kirsten – SG Dynamo Dresden

*Mündliches Interview mit Benjamin Kirsten (Sportfachwirt bei der SG Dynamo Dresden) –
20.12.2021*

1) Was bedeutet für dich der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Also Nachhaltigkeit heißt ja erstmal, dass man Ressourcen in irgendeiner Art und Weise nicht verschwendet oder in den ökologischen Kreislauf zurückführen kann, also dass man beispielsweise kein Plastik verwendet. Wie das auf den Sport oder auf das ganze Sportwirtschaftliche abzurunden ist, ist mir allerdings noch fremd.

2) Ist der deutsche Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit einzusetzen?

Ich weiß nicht genau, wen man für Nachhaltigkeit verantwortlich machen kann, weil sich der Sport allgemein natürlich auch an dem ganz normalen Wirtschaftskreislauf orientiert. Wir haben in Deutschland sehr hohe Zuschauerzahlen in den Stadien, also wenn man mit irgendwas anfangen muss, dann sollte man wahrscheinlich die Vereine im Einzelnen in die Verantwortung ziehen.

3) Und wie sieht es mit der Nachhaltigkeit bei Dynamo Dresden aus? Ist das ein Thema bei euch, wird das intern angegangen und besprochen, soll da Fokus drauf gelegt werden in der kommenden Zeit?

Das kann ich dir gar nicht genau sagen, weil wir das natürlich jetzt nicht mit allen Mitarbeitern besprechen. Gerade der sportliche Bereich ist ja abgekoppelt vom ökonomischen, also von der Geschäftsstelle an sich. Und dadurch, dass auch aktuell wenig Zuschauer in den Stadien sind, gibt es glaube ich andere Themen, jetzt in der pandemischen Lage, die da wichtiger sind. Aber ich kann gar nicht genau sagen, ob da in den letzten Jahren eine Entwicklung stattgefunden hat.

4) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Das heißt, dass in Zukunft die Vereine in der Verpflichtung sind, sich ökologisch nachhaltiger aufzustellen. Empfindest du diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ja, ich finde das grundsätzlich wichtig, weil – da gehe ich zur ersten Frage auch nochmal zurück – wir orientieren uns ja auch an der Gesellschaft. Nachhaltigkeit wird immer wichtiger, weil man auch eine Verantwortung hat als Verein, als Fußballclub, als Liga. Ich habe jetzt davon nichts gewusst, dass das in den Lizenzierungsunterlagen einen Teil einnehmen wird. Aber man muss sowas ja Schritt für Schritt machen. Man kann ja nicht einfach sagen, wir machen das jetzt, morgen ist alles anders, sondern das wird ja schrittweise eingeführt. Ich glaube, es gibt einige Vereine in England, die mit Solarkollektoren auf den Dächern schon ihren eigenen Strom machen. Sowas ist na-

türlich eine schöne Sache, vor allem, weil man auch damit die ersten Schritte in die richtige Richtung macht. Und da wir auch mit E-Mobilität in den nächsten Jahren immer mehr zu tun haben werden, wird auch dahingehend dann irgendwann wahrscheinlich der Mannschaftsbus elektrisch fahren. Oder man versucht, Flugzeuge zum Beispiel komplett rauszulassen, dass die Liga sie vielleicht auch verbietet, indem sie sagt, man fliegt unter 400km keinen Flug mehr. Das kann natürlich alles passieren. Aber man muss eben auch schauen, welche Möglichkeiten die Vereine haben. Das ist wichtig, dass man das nicht außer Acht lässt.

5) Wie könnten diese neuen Kriterien deiner Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Das ist schon ein sehr spezielles Thema. Um es einfach zu lösen, wäre ja das Thema, was glaube ich sofort einfällt, wenn man an Fußball denkt, grundsätzlich der Zuschauer. Der Zuschauer an sich ist ja im Verhältnis zum Verein natürlich in einer Vielzahl höher als zum Beispiel der Fußballspieler oder der Angestellte eines Vereins. Also ich glaube, dass wir irgendwann auf das Thema Becherpfand und Plastikbecher kommen. Dann auch, wie betreiben wir letztendlich die sanitären Anlagen, woher kommt der Strom? Das sind glaube ich Themen, die sehr schnell gelöst werden können und wo auch eine große Diskussionsgrundlage entstehen kann. Nachhaltigkeit, was alle Wegwerfartikel angeht, oder wie kann ein Verein in seinem Merchandising auf Rohstoffe zurückgreifen, die nachwachsen, das sind ja auch schon Sachen, die jetzt in den letzten Jahren bereits passieren, dass Trikots schon aus recycelbaren Materialien hergestellt werden oder sogar aus wiederverwendbaren. Also das gibt es, und ich denke, das wird einer der größten und schnellsten Punkte sein, dass man den Zuschauer so neutral wie möglich hinbekommt. Und danach halt das, was letztendlich auch an der Technologie und an der Wissenschaft hängt, also E-Mobilität zum Beispiel.

6) Weißt du, ob es Austausch zwischen den Vereinen zu dem Thema gibt? Es gibt ja einige Vereine, die da schon sehr weit vorangeschritten sind und die schon sehr viel machen, was Nachhaltigkeit angeht, sowohl größere als auch kleinere Vereine. Tauscht man sich da untereinander aus, was Best Practices angeht und so weiter?

Ja, das wird definitiv stattfinden. Das findet ja auf anderen Ebenen sowieso schon statt, also sei es sportlicher Austausch beispielsweise in der Jugendarbeit oder aber auch, was das Thema Pressearbeit angeht. Die Vereine sind dann nicht irgendwie die alleinigen Pioniere, sondern man versucht natürlich schon zu schauen, was machen andere Klubs, wie setzen sie was um, und dann gibt es verschiedenste Workshops. Ich denke auch, die DFL und der DFB werden in dieser Hinsicht viel mit den Vereinen zusammenarbeiten und vor allen Dingen auch Handwerkszeug mit an die Hand geben. Das ist glaube ich auch der erste gute Schritt, den man tun kann. Aber man muss den Vereinen auch einen Support geben, man wird alleine dort nicht erfolgreich sein, oder zumindest auch das ist mit finanziellen Mitteln verbunden. Bayern München wird das mit Sicherheit schneller umsetzen können als Sandhausen. Das ist so, und da muss man alle gleich behandeln.

7) Also wenn ich dich richtig verstehe, würdest du dann auch sagen, dass von der DFL Unterstützung kommen muss, gerade für Vereine, die eben diesen Ansatz noch nicht haben und das erstmal alles entwickeln müssen?

Wenn du eine Vorgabe in der Lizenzierung machst, dann musst du natürlich auch sagen, wie es umgesetzt werden muss oder welche Möglichkeiten man hat. Wir wissen, dass wir in 10, 20 Jahren auf andere Quellen zurückgreifen müssen als die, die wir aktuell haben, egal ob das jetzt Licht, Energie oder anderes ist. Die Fußballvereine sind sich natürlich ihrer Verantwortung bewusst, nur die Umsetzung hapert meistens an der Manpower. Welche Mitarbeiter kümmern sich genau um diese Themen und wie bilden wir sie aus oder woher bekommen wir sie? Als Beispiel, das ist wie beim VAR, also beim Videobeweis. Der kam, und irgendwie konnte am Anfang gar keiner damit umgehen, da wurde auf einmal jede Entscheidung hinterfragt. Und dann hat sich das weiterentwickelt. Genauso wird es mit der Nachhaltigkeit auch sein, nur dass man hier die Zusammenarbeit mit den Vereinen auf jeden Fall in den Fokus rücken muss. Weil ich zum Beispiel könnte dir jetzt nicht sofort sagen, wie ein Verein gewisse Dinge in welcher Zeit umsetzen muss. Aber ich glaube auch, dass die DFL so weit ist, da den Vereinen natürlich auch das gewisse Know-how mit auf den Weg zu geben, also einen Leitfaden.

8) Wie sieht es personell bei euch aus? Gibt es da jemanden, der sich generell mit solchen Fragen schon speziell beschäftigt oder sind wirklich einfach keine Ressourcen da, um Aufmerksamkeit darauf zu legen, und muss das erst geschaffen werden?

Also ich wüsste jetzt niemanden, der bei uns im Verein diese Position einnimmt, wenn sie halt auch nicht vonnöten ist. Man muss das ein bisschen von der anderen Seite sehen. Wenn man ein Verein ist, der finanziell jetzt nicht von der Hand in den Mund lebt, kann man solche Dinge perspektivisch auf den Weg bringen, indem man jemanden dafür abstellt, sich Gedanken zu machen. Meistens machst du das ja mit Arbeitsgruppen, irgendwie mit Studenten, denen man sagt, überlegt euch mal was. Hier habt ihr unseren Verein, wie können wir den ökologischen Fußabdruck verringern, was müssen wir tun? Und dann setzen sich die Studenten hin, überlegen sich was und sagen, das kostet 7 Millionen. Dann sagt der Verein, der den Auftrag gegeben hat, ja das finden wir cool, das kann man sogar auch bewerben. So etwas wirst du in der 2., 3., 4. Liga nicht finden. Da wird niemand sagen, wir stellen jetzt jemanden ein, der sagt „Mach mal das“ und dann, egal was es kostet, wir machen es. Wenn das dann zur Pflicht wird, wird natürlich auch jemand dafür eingestellt, aber man kann von den Vereinen glaube ich nicht erwarten, ein Thema, was jetzt noch nicht verpflichtend ist, mit einzuplanen.

9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit deiner Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Also ich glaube schon, dass es Sinn ergibt, dass man den Fußball ökologischer und nachhaltiger gestaltet, ja. Ich glaube, es ist auch möglich. Im Fußball wird es immer dazu kommen, dass Zuschauer in ein Stadion gehen und irgendetwas produzieren, ob es jetzt Müll ist oder anderes, und am Ende auch Geld dafür aufgewendet werden muss, das zum Beispiel auch zu beseitigen. Das sind ja alles Dinge, die willst du als Verein irgendwann mal in den Griff bekommen. Und ich glaube einfach, dass dort für die Vereine schon eine Chance liegt, wahrscheinlich auch finanziell besser zu kommen, als wenn sie nicht nachhaltiger arbeiten würden. Aber dafür bedarf es halt dieser Konzepte.

Vielen Dank!

Anhang 28: Thorsten Brieger – FC Ingolstadt 04

Schriftliches Interview mit Thorsten Brieger (Leiter Marketing beim FC Ingolstadt 04) – 28.01.2022

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologische Nachhaltigkeit ist für mich der rücksichtsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen.

2) Ist der deutsche Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja. Da Fußball eine der beliebtesten Sportarten in Deutschland ist und dadurch ein enormes öffentliches Interesse genießt, tragen die Fußballvereine eine besondere Verantwortung, auch im Bereich Klimaschutz.

3) Der FC Ingolstadt ist in vielen verschiedenen Bereichen sehr aktiv beim Thema Nachhaltigkeit. Welche Maßnahmen sind für die Zukunft noch geplant?

Der FCI plant, seine vorhandenen Projekte, u.a. mit seinen Partnern, weiter voranzutreiben und sich vor allem auch im Bereich Klimaschutz intensiver einzubringen. Z.B. wird im September 2022 dem Thema Klimaschutz eine Woche mit verschiedenen Aktionen gewidmet. Dieses Projekt „Steilpass für das Klima“ setzt der FCI gemeinsam mit der Stadt Ingolstadt um.

4) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Grundsätzlich denke ich, dass das Thema einen sehr hohen Stellenwert hat und auch sehr ernst genommen wird. Zudem wird das Thema auch durch die DFL getrieben und mitverantwortet. Je

nach personeller Aufstellung und finanzieller Beschaffenheit der Vereine, werden die nachhaltigen Themen mehr oder weniger umgesetzt.

5) Wer ist dafür zuständig, den deutschen Fußball nachhaltiger zu machen?

In erster Linie die Vereine selbst, aber auch die Fans und sonstige Stakeholder. Nachhaltigkeit kann teilweise auch mehr Geld kosten und das muss natürlich angenommen werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

6) Auf der Mitgliederversammlung aller 36 Profivereine und der DFL Ende Dezember wurde beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfinden Sie diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Absolut notwendig. Dadurch ergeben sich auch Synergien und gemeinschaftliche und abgestimmte Vorgehensweisen. Auf dem Platz sind die Vereine natürlich Konkurrenten. Aber bei Themen wie Nachhaltigkeit kann und muss an einem Strang gezogen werden. Gemeinsam hat man einen größeren Wirkungsgrad.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Es sollte ein ordentlicher Maßnahmenkatalog sein, der sich auch an den SDGs orientiert. Außerdem sind Synergieeffekte bei Finanzierungen hinsichtlich nachhaltiger Themen nötig, und damit verbunden auch eine zentrale Organisation. Zudem benötigt es die Ausbildung von Experten in den Vereinen.

8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Grundsätzlich müssen Rahmenbedingungen auch seitens der Politik geschaffen werden, um sich Nachhaltigkeit auch „leisten“ zu können. Nachhaltige Themen sollten gefördert und der bürokratische Aufwand verringert werden.

9) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der DFL aufgenommen werden?

Ja, absolut.

10) Was würden Sie sich von der DFL, dem DFB oder anderen Vereinen wünschen? Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Eine gute Zusammenarbeit unter den Vereinen sowie konstruktive und zielgerichtete Führung und Vorschläge durch die Dachverbände. Dazu gehört aber auch, das Thema ganzheitlich zu sehen und

klare Kante gegen nicht nachhaltige Themen zu zeigen. Insbesondere auch der DFB, was bspw. die Teilnahme an bzw. Durchführung von weltweiten Turnieren betrifft.

Vielen Dank!

Anhang 29: Nick Stefes – DFL

Mündliches Interview mit Nick Stefes (Mitarbeiter Corporate Strategy bei der DFL) – 17.12.2021

1) Du arbeitest im Bereich Corporate Strategy bei der DFL. Könntest du mir kurz beschreiben, was dort deine Schwerpunkte und täglichen Aufgaben sind?

Ich arbeite als Projektmanager Unternehmensstrategie bei der DFL in der Abteilung Unternehmensstrategie und International Affairs. Einerseits (International Affairs) erweitern und vertiefen wir Netzwerke mit Stakeholdern weltweit, seien es andere Ligen, Verbände, Klubs, oder Interessensgemeinschaften. Im Bereich Unternehmensstrategie arbeiten wir nah mit der Geschäftsleitung der DFL zusammen, und um es kurz zu halten könnte man sagen, dass es unsere Aufgabe ist, die Ideen, die auf Geschäftsführungsebene entstehen, in die Praxis umzusetzen. Ein maßgeblicher Schwerpunkt in der täglichen Arbeit liegt momentan in der Umsetzung der Handlungsempfehlungen der Taskforce Zukunft Profifußball. Dazu kommt, dass wir die Gremientermine, das heißt Club-Versammlungen, Präsidiumssitzungen usw. unterstützend vor- und aufbereiten.

2) Was bedeutet aus deiner Sicht der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Vorneweg: die DFL versucht Nachhaltigkeit als Gesamtkonzept in der Liga zu etablieren. Das bedeutet, wir betrachten sowohl die ökologische Nachhaltigkeit als auch die ökonomische und die sozial-gesellschaftliche Nachhaltigkeit. Auf diesen drei Säulen beruht unser Ansatz, das heißt an sich betrachten wir diese drei Bereiche immer als Ganzes. Ökologische Nachhaltigkeit für mich persönlich bedeutet, dass heute so gewirtschaftet wird und dass Ressourcen so eingesetzt werden, dass die Welt von morgen unter mindestens dem gleichen Qualitätsstandard leben kann wie wir - und das bezogen auf ökologische Faktoren.

3) Es wurde vor allem durch die Entscheidung am Dienstag ersichtlich, dass die DFL auch sehr überzeugt davon ist, dass der deutsche Profifußball sich für Nachhaltigkeit einsetzen muss. Kannst du aber kurz erklären, warum das so ist, warum die Verantwortung also auch beim Profifußball liegt?

Wir können das Ganze aufteilen und auf zwei Ebenen betrachten. Die erste ist die Ebene „Handlungsdruck“. Erstens existiert der gesellschaftliche Druck, das heißt, wir merken, dass das Thema

Nachhaltigkeit in der Gesellschaft mittlerweile etabliert ist; Fans fordern, dass Klubs nachhaltiger werden müssen. Zweitens entsteht Druck durch Sponsoren, die genau die gleichen Ansprüche haben wie Fans und zusätzlich dazu zum Teil Regularien unterliegen, die nachhaltiges Handeln verlangen. Denn sowohl auf EU-Ebene als auch auf Bundesebene entstanden und entstehen Gesetze, die das Thema Nachhaltigkeit in Wirtschaftsunternehmen in den Mittelpunkt stellen. Das heißt, Unternehmen müssen Maßnahmen offenlegen, die sie für die Nachhaltigkeit unternehmen. Auf der anderen Seite merken wir auch, dass das Thema Nachhaltigkeit unglaublich viele Chancen bietet. Erstens sind wir davon überzeugt, dass sich für die Clubs der Lizenzligen neue wirtschaftliche Chancen bieten werden. Zweitens sind wir als Bundesliga und 2. Bundesliga die ersten Fußballligen weltweit, die das Thema lizenzierungsrelevant in den Statuten verankert haben, und damit ganz klar eine Benchmark für andere Ligen, für Sponsoren, für andere Unternehmen im Sport.

4) Wie schätzt du bzw. die DFL den aktuellen Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Wir merken als Liga, dass das Thema Nachhaltigkeit bei den Klubs der 1. und 2. Bundesliga schon sehr verbreitet ist, dass viele Klubs auch wirklich ökologisch nachhaltig wirtschaften. Wir merken aber auch, dass einige Klubs Unterstützung brauchen. Und da sehen wir uns als Liga in der Position, allen Klubs einen Handlungsrahmen zu bieten, indem wir einen Standard etablieren, der von allen Klubs eingehalten und umgesetzt werden muss.

5) Was war die Motivation der DFL, genau diese Entscheidung zu treffen, das Thema also als offizielle Maßnahme in die Lizenzierung zu verankern und nicht nur intern Hilfe anzubieten?

Vielleicht ein bisschen zum Hintergrund: Der Impuls, das Thema Nachhaltigkeit näher zu betrachten kam damals aus der Taskforce Zukunft Profifußball. Die Taskforce hat mit insgesamt 37 Vertretern und Vertreterinnen aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Sport (Fanvertreter und Spieler) Themen diskutiert, die wichtig für den deutschen Fußball sind und in Zukunft sein werden. Da stand das Thema Nachhaltigkeit sehr weit oben auf der Agenda. Die abschließende Handlungsempfehlung der Taskforce war, dass die Deutsche Fußball Liga ein grundsätzliches Bekenntnis zur Nachhaltigkeit kommunizieren muss. Diese Empfehlung haben wir konkretisiert, indem wir gesagt haben, ein grundsätzliches Bekenntnis reicht uns nicht. Wir wollten noch einen Schritt weiter gehen, und Nachhaltigkeit lizenzierungsrelevant in den Statuten der DFL verankern, um eben nicht nur eine Botschaft zu kommunizieren, sondern auch wirklich Maßnahmen für alle Klubs verpflichtend zu machen.

6) Dann wurde am 14.12.2021 tatsächlich auch beschlossen, das Kriterium der Nachhaltigkeit (also sowohl der ökologischen als auch der ökonomischen und sozial-

gesellschaftlichen Nachhaltigkeit) in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Kannst du ein bisschen mehr über den Prozess erzählen, wie dieser Beschluss abgelaufen ist?

Wir als DFL sind das Thema Nachhaltigkeit so angegangen, dass wir von Beginn an sehr eng mit den Klubs zusammengearbeitet haben. Konkret bedeutet das, dass wir eine heterogene Arbeitsgemeinschaft „Nachhaltigkeit“ aus sechs Clubs mit verschiedenen Ausprägungen bzgl. Ligazugehörigkeit, wirtschaftlichen Möglichkeiten, sowie Fortschritt im Bereich Nachhaltigkeit ins Leben gerufen haben, um die Thematik zu erarbeiten. Zu Beginn haben wir ebenfalls zur Evaluierung des Status Quo eine Bestandsaufnahme bei acht Clubs gemacht, um zu verstehen, welche Maßnahmen bereits umgesetzt werden und wo der größte Handlungsbedarf besteht. Darüber hinaus hatten wir regelmäßige Updates mit den CSR-Verantwortlichen aller Klubs, um die Sicht von möglichst vielen Klubs in diesen Vorgang mit einfließen zu lassen. Außerdem haben wir mit externen Fachleuten zusammengearbeitet, die sich dem Thema angenommen haben, so dass wir im Endeffekt mit einer ganz konkreten Vorstellung in die Mitgliederversammlung im Dezember 2021 gegangen sind, wie wir der Nachhaltigkeit gerecht werden wollen.

7) Wie werden die Kriterien entwickelt, was werden Schwerpunkte im Entwicklungsprozess sein?

Die Kriterien werden in Zusammenarbeit mit der AG Nachhaltigkeit, den Fachverantwortlichen der 36 Vereine und Kapitalgesellschaften der beiden Lizenzligen, sowie mit der Hilfe externer Fachleute entwickelt.

8) Wenn man über Nachhaltigkeit redet, muss man leider auch das Thema Greenwashing erwähnen, wie du schon angedeutet hast. Es ist einfach, Maßnahmen zu kommunizieren, aber es ist auch immer wichtig, was dahintersteckt. Denkt ihr darüber nach, wie man genau dieses Thema betrachten kann, also dass man Kriterien entwickelt, die effektive Maßnahmen verlangen und damit Greenwashing verhindern?

Absolut, das denken wir mit. Wir möchten, dass sich hinter jeder Maßnahme eine Zielgröße verbirgt. Das heißt, wenn es zum Beispiel um das Thema „saubere Energie“ geht, dann verlangen wir, dass Clubs eine bestimmte Maßnahme erfüllen, und diese Maßnahme auch messbar sein muss. Wir entwickeln also eine Zielgröße zu der jeweiligen Maßnahme, die messbar und damit auch vergleichbar ist.

9) Um genau auf das Thema „Vergleichbarkeit“ zu kommen: Wie schafft man das? Es gibt Unterschiede in den personellen und finanziellen Ressourcen, in den Wegen, die ein Verein zurücklegen muss, in der Beschaffenheit des Stadions, und andere Voraussetzungen, an die man vielleicht nicht im ersten Moment denkt. Inwiefern werden solche Aspekte mit einbezogen?

Diese Aspekte berücksichtigen wir. Es ist offensichtlich, dass das ein sehr schwieriger Prozess ist, aber die Nachhaltigkeitsrichtlinie soll schlussendlich der Heterogenität zwischen den Klubs gerecht werden. Einerseits die Infrastruktur der Clubs betreffend, und andererseits was die wirtschaftlichen Ressourcen und die bisher schon entwickelten Maßnahmen angeht.

10) Besteht die Gefahr, dass sich alle Vereine an das durch die Kriterien vorgegebene Minimum halten werden und dadurch etwaige ambitionierte Eigeninitiativen verhindert werden?

Um das zu verhindern, entwickeln wir Maßnahmen, die in drei Kategorien eingeteilt werden. Die erste Kategorie sind Mindestkriterien, die von jedem Klub ausnahmslos erfüllt werden müssen. Die zweite Kategorie sind erweiterte Kriterien, von denen die Klubs einen bestimmten Prozentsatz erfüllen müssen. Und die dritte Kategorie sind Anreizkriterien, die den Klubs bei Erfüllung einen bestimmten Anreiz bieten. Das heißt, wenn Klubs den Kriterien dieser dritten Kategorie gerecht werden, dann werden sie belohnt. Wie genau diese Belohnung aussieht, das ist auch Teil der Erarbeitung. Wir möchten mit dieser Gliederung in drei Teile einerseits erreichen, dass Klubs, die möglicherweise einen Schwerpunkt in der ökologischen Nachhaltigkeit haben, auch weiterhin diesen Schwerpunkt beibehalten können. Sie müssen also bestimmte Mindestkriterien erfüllen, können aber ihre Leuchtturmprojekte in der ökologischen Nachhaltigkeit weiterhin umsetzen. Das zweite ist, dass Klubs, die vielleicht sogar mehr Maßnahmen als die Mindestkriterien durchführen können, wollen, oder dies möglicherweise momentan schon tun, einen Anreiz erhalten, weiterhin diese Maßnahmen umzusetzen.

11) Du hast schon erwähnt, dass die deutsche Fußballliga durch diesen Beschluss ein Vorreiter im Thema Nachhaltigkeit ist. Versucht ihr auch, mit anderen Ligen aus anderen Ländern über dieses Thema zu reden? Ist es euer Ziel, eine solche Entwicklung auch in anderen Ländern anzustoßen?

Zunächst vertritt die DFL die 36 Klubs der 1. und 2. Bundesliga. Das ist die Kernaufgabe, die wir haben. Natürlich sehen wir die gesamtgesellschaftliche Relevanz der Nachhaltigkeit (der ökologischen Nachhaltigkeit, sowie der beiden anderen Säulen der Nachhaltigkeit) aber auch für den gesamten Sport/Fußball.

12) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Die Nachhaltigkeitsrichtlinie, die entwickelt wird, wird sehr umfassend sein. Ich glaube, dass viele der relevanten ökologischen Nachhaltigkeitsthemen in der Nachhaltigkeitsrichtlinie bereits abgebildet sein werden. Darüber hinaus setzen bereits viele Klubs eigene Maßnahmen um.

Vielen Dank!

Anhang 30: Oliver Brendle – TÜV Rheinland

Mündliches Interview mit Oliver Brendle (Auditleiter und Seniorauditor beim TÜV Rheinland) – 22.12.2021

- 1) Du arbeitest bei der TÜV Rheinland und zertifizierst dort Unternehmen mit dem ZNU Standard auf Nachhaltigkeit. Außerdem bist du Nachhaltigkeitsbeauftragter beim FC Internationale Berlin 1980 e.V. Kannst du kurz beschreiben, was du in diesen beiden Aufgaben jeweils tust und in welchen Bereichen deine Expertise liegt?**

Ich bin beim TÜV Rheinland schon seit 24 Jahren angestellt. Das ist ein weltweiter Konzern mit 20.000-30.000 Mitarbeitern, eine der größten Prüfungsgesellschaften der Welt. Vor zehn Jahren kam die Uni Witten mit der ZNU auf uns zu und hat die Idee gehabt, einen zertifizierten Nachhaltigkeitsstandard zu entwickeln. Den gab es ja noch nicht, es gab die ISO 26000 kurz danach, aber die soll ja nicht zertifizierbar sein. Die ZNU hat ein Partnernetzwerk in Lebensmittelbetrieben gehabt, von denen kam die Idee. Die wollten, vor allem auch gegenüber dem Endverbraucher, mehr Nachhaltigkeit sehen bei der Produktion, und da haben sie sich hingesetzt und gesagt, wir gucken mal, was man da machen kann. Und dann haben sie aus allen Standards, die es gab, einen Entwurf gemacht. Das ist dieser Standard, den es jetzt gibt seit 2012. Und dann haben sie Partner gesucht, die die Zertifizierung durchführen können, wodurch sie dann auf den TÜV Rheinland zugekommen sind, ob wir Interesse an einer Kooperation hätten. Sie würden die wissenschaftlichen Grundlagen bieten, und wir das Zertifizierungsgeschäft. Und da haben wir dann mitgemacht. Ich war von Anfang an dabei und habe damit auch schon sehr viel Erfahrung. Der Charme des Standards ist der, dass man zwar viel über Nachhaltigkeit reden kann, und eine Marketingabteilung schöne Nachhaltigkeitsberichte schreiben kann, aber wenn man dann den Finger reinlegt, ist da nur heiße Luft. Und der Standard möchte das aber nachweisbar haben, mit nachvollziehbaren und objektiven Kriterien. In diesem Zusammenhang habe ich zum Beispiel den 1. FC Köln zertifiziert. Außerdem bin ich als Nachhaltigkeitsbeauftragter beim Amateurverein FC Internationale Berlin tätig, und dort vor allem dafür zuständig, eben jene Zertifizierung vorzubereiten. Die wird dann natürlich von einem anderen Auditor durchgeführt, aber ich bereite sie (zusammen mit der AG Nachhaltigkeit) vor. Außerdem habe ich in dem Zusammenhang natürlich noch extrem viel Marketing gemacht, ich war auch im Radio ein paar Mal. Und inzwischen sind wir wahrscheinlich der bekannteste nachhaltige Amateurverein Deutschlands.

- 2) Ist der deutsche Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?**

Ich denke, der Sport nimmt in der Öffentlichkeit eine große Stellung ein und repräsentiert einen großen Teil der gesellschaftlichen Präsenz. Gerade junge Leute machen Sport, und ich denke, dass gerade Leute in dem Alter ein sehr starkes Bewusstsein in dem Bereich haben. Das Thema wird

einfach präsenter, und da hat der Profisport eine Vorbildfunktion. Der muss da mitziehen, genauso wie andere gesellschaftliche Gruppierungen und Industriezweige, ob es die Lebensmittelindustrie ist oder die Textilindustrie. Der Sport ist aber derjenige, der das transferiert, in den Medien permanent präsent ist und da am meisten anrichten kann, positiv oder auch negativ, und deshalb ist der Sport gefordert. Das haben die Gesellschaft und die Politik ja auch erkannt und nehmen ihn jetzt mehr in die Pflicht. Und viele Vereine haben es ja schon viel früher erkannt. VW zum Beispiel ist ja eine Aktiengesellschaft und damit auch berichtspflichtig, die mussten mit ihrer Tochter VfL Wolfsburg schon eher anfangen. Das heißt, die mussten ohnehin schon zur Nachhaltigkeit berichten in ihrem Geschäftsbericht, und sind deshalb da als erstes vorangeschritten. Und dann gibt es die Vereine, die ich sowieso per se als gut betrachte, wie St. Pauli, Freiburg, Mainz, die guten Seelen im Profifußball. Da gibt es ja auch Rankings, von cum ratione zum Beispiel. Wobei der 1. FC Köln dieses Ranking sehr kritisch sieht. Die zuständigen Mitarbeiter fanden, es war keine gute Recherche, da wurde zu wenig gefragt, und sie finden sich da nicht wieder, empfinden diese Recherche als nicht nachvollziehbar. Die haben jetzt ein bisschen nachgebessert, aber Köln fand das Ranking auf der Basis der Informationen nicht gut. Aber so läuft es halt, es ist nicht immer alles perfekt, was veröffentlicht wird. Die Profiklubs müssen sich aber damit jetzt befassen.

3) Wie schätzt du den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball (1. und 2. Bundesliga) im Allgemeinen ein?

Momentan ist da nicht viel, das sind vielleicht ein Viertel der Klubs, die sich ernsthaft darum kümmern, alle anderen eher nicht. Als Beispiel, ich habe mit einem Fußballklub telefoniert, die wollte ich zu der Zertifizierung überzeugen. Da hat mein Ansprechpartner gesagt, er fände das sehr interessant. Es gäbe bei ihnen kleine Initiativen im Verein, also er beschäftige sich mit Merchandising und versuche, es nach und nach umzustellen, und dann gäbe es noch irgendeinen, der mache auch noch irgendwas, aber sie hätten keinen Kontakt miteinander in dem Zusammenhang. Und das fände er schade, denn jeder mache irgendwas Kleines für sich, und man müsse erst herausfiltern, wer da was macht. Und er meinte, so eine Zertifizierung würde ihm schon helfen, das systematisch zu machen und so zu kooperieren. Das heißt, es gibt in den Vereinen natürlich hier und dort Dinge, die im Kleinen gemacht werden. Ich denke, auch ein 1. FC Nürnberg hat irgendwas, aber nicht systematisch und nicht als Unternehmensziel, als Vereinsziel, als Strategie. Das muss quasi jetzt noch kommen, dass die Vereine, die sowas noch nicht in der Strategie haben, sich zusammenfinden müssen im Vorstand, und sagen, wir wollen das als Strategie und wollen das auch systematischer betreiben, und nachweisbar besser werden. Das machen ganz wenige bis jetzt. Bayern München ist auch irgendwo aktiv, haben aber ihre unsägliche Zusammenarbeit mit Qatar und so weiter, das widerspricht sich einfach. Das heißt, da geht es dann doch nur ums Geld, und die Glaubhaftigkeit fehlt dann durchgängig. Der 1. FC Köln, den ich ja gut kenne, nimmt das schon sehr ernst und will auch glaubwürdig bleiben, und aber es fehlt ihnen momentan das Geld. Da sind sie durch Corona

geschwächt und können Projekte teilweise nicht so durchführen, wie sie wollen. Da geht es dann halt um die Existenz, das heißt Corona wird sie da ein bisschen zurückwerfen, wenn dann 70 Millionen in der Kasse fehlen. Die Gehälter wurden ja teilweise reduziert, aber das reicht natürlich nicht, um das auszugleichen. Das heißt, es werden ökologische Aspekte hinten angestellt.

4) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung aufzunehmen. Empfindest du diese Entscheidung als sinnvoll bei der Absicht, den deutschen Profifußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Absolut, ohne von außen Druck geht es nie, das kenne ich von der Wirtschaft. Jede Organisation, die sich finanzieren muss, Gehälter bezahlen muss und Gewinne erwirtschaften muss, denkt erstmal ökonomisch. Das ist vorgegeben durch die Marktwirtschaft, das muss man einfach hinnehmen. Das trifft auch den FC Internationale, wir haben Beiträge von 300.000-400.000€, und wenn wir das Geld nicht zur Verfügung haben, können wir auch nicht Fairtrade einkaufen, weil das teurer ist. Das heißt, es muss schon erstmal die finanzielle Basis da sein, und wenn ein Fußballverein nicht von außen oder durch den Verband gezwungen wird, wird er die Gelder nicht umschichten. Das heißt, er muss dann per Lizenzierung belegen, dass er bestimmte finanzielle Mittel umschichtet für mehr Ökologie. Wenn er das nicht muss, wird er, je nachdem wer im Vorstand oder im Aufsichtsrat sitzt, natürlich anders entscheiden. Da wird dann vielleicht gesagt, es geht uns ums sportliche, wir müssen den Profi kaufen, der kostet 150 Millionen Euro, und den brauchen wir, damit die Zuschauer kommen und wir die Werbeeinnahmen haben. Das ist uns wichtiger, als jetzt ein paar Blümchen zu pflanzen. Deshalb ist so eine Pflicht notwendig. Wie ich sagte, es gibt immer ein Drittel oder Viertel der Vereine, die das aus Überzeugung machen, wie Freiburg oder vielleicht auch ein paar andere. Aber ohne sanften Druck wird es nicht durchgängig sein und es reicht nicht aus, wenn es nur immer ein Viertel macht. Wir müssen bei allen Nachhaltigkeitsthemen an alle denken und wie wir sie mitnehmen, und nicht nur immer die guten Vereine. Das wird sonst nicht funktionieren.

5) Wie könnten diese neuen Kriterien deiner Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen? Wie kann man sie vergleichbar machen?

Ja, das ist die Gretchenfrage, aber eigentlich ist es gar nicht so schwer. Wenn ich das Sagen hätte, ich würde, sagen wir, 20 Kriterien entwickeln, die jeden Sportverein treffen. Von CO₂ und Merchandising bis Abfallvermeidung und Verpackungsvermeidung zu sozialen Themen, oder Anfahrt, Stadion, Energieverbrauch. Das sind Themen, die hat jeder Verein, nur mehr oder weniger ausgeprägt. Wie ist das Stadion erreichbar? Wie fahren die Sportler zum Auswärtsspiel? Die Kriterien kann man ganz allgemein für jeden aufstellen, in einem Katalog von 20-30 Kriterien. Danach kommt der Schritt der Gewichtung. Ich kann für jedes Kriterium die Parameter aufstellen. Bleiben wir als Beispiel beim Merchandising, da habe ich die Fanartikel aber auch Trikots. Und dann kann

ich sagen, du hast jetzt 250 Merchandise-Artikel von Schal bis sonst was, und wir möchten, dass du die innerhalb von fünf oder zehn Jahren umstellst auf Fairtrade oder sonstige Zertifizierungen, und jedes Jahr ein Stück mehr. Die Kriterien kann ich für jeden aufstellen und sagen, das musst du schaffen, das ist dein Job in den nächsten fünf bis zehn Jahren. Der Markt wird sich danach ja auch richten, das ist ja klar. Wenn die Nachfrage größer ist, dann werden wir auch immer mehr Fairtrade-Artikel kriegen, da wird in Bangladesch dann anders produziert als heute noch. Das heißt, da regelt die Nachfrage dann auch das Angebot. Und so würde ich Kriterien für jeden wichtigen Aspekt festlegen, und die unterscheiden sich dann aber bei der Anwendung. Und dann muss halt jemand kommen und sich das angucken, anders wird es nicht gehen. Die DFL will das, und wir sind beim TÜV ja auch dran, da ranzukommen, dass wir an den Kriterien mitarbeiten können. Da wird es ja auch andere geben, das ist ja ein Markt, den jeder haben will. Aber wir würden natürlich gerne an den Kriterien mitarbeiten, weil wir die Erfahrung mit Köln schon gemacht haben. Dass wir dann sagen, die Kriterien müsst ihr schaffen, auf eure Gegebenheiten runterbrechen, und dann konkrete Ziele bis dahin erfüllen. Und das wird einmal im Jahr oder alle zwei oder drei Jahre gecheckt, ob ihr das auch macht. Und wenn ihr das nicht nachvollziehbar schafft, dann gibt es Probleme mit der Lizenzierung. Das kann ich mir gut vorstellen.

6) Macht dieser Beschluss den Fußball wirklich nachhaltiger oder besteht die Gefahr des Greenwashing?

Greenwashing kann man nie hundertprozentig vermeiden, das ist leider so. Man wird auch mal angeschummelt und kriegt es nicht mit. Man kann natürlich alles, bewusst oder unbewusst, rosa darstellen, das liegt im Auge des Betrachters und an der Erfahrung von den Prüfern. Das ist genauso wie bei der Steuerprüfung. Es gibt Gute und Schlechte. Einer, der einen besseren internen Controller hat, kann die Zahlen so darstellen, dass es ein schwacher Steuerprüfer nicht rauskriegt. Das ist so. Wenn der Controller allerdings nicht so gut ist, und der Steuerprüfer besser ist als er, dann hat er keine Chance, dann wird alles entdeckt. Und genauso, denke ich, sind diese Kriterien. Die müssen so klar sein, dass das belegbar ist. Beim Merchandising kann ich mir das ja angucken. Du hast jetzt zum Beispiel hundert Artikel, ich gehe in deinen Fanshop, ich zähle mal durch und gucke, wo ist das grüne Label drauf. Oder du zeigst die mir die Bestellungen, und anhand der Bestellung kann ich nachvollziehen, du hast schon 30% umgestellt vom Umsatz oder von der Menge her. Die Unterscheidung muss man ja auch immer machen, also wenn es um die Menge geht, da hat man ja unterschiedliche Größen, seien es Trikots, Duschbäder oder Schlüsselanhänger. Da muss man schon schauen, welche Kennzahl ergibt Sinn. Und dann kann ich das nachvollziehen, die Zahlen kann ich mir angucken, die lasse ich mir zeigen. Das dauert natürlich ein bisschen, so eine Prüfung kann schon mal zwei Tage dauern, bis man die Kriterien dann durch hat. Oder in Bezug auf Biodiversität, was hast du gemacht? Hast du eine Baumpflanzaktion unterstützt, hast du ein Insektenhotel gebaut? Das kann man sich an Projekten zeigen lassen, an der Schenkung oder wie auch im-

mer. Das kann man sich angucken und sehen, hier wurden ein paar regionale Projekte finanziell unterstützt mit 100.000€. Das kann man sich ja alles zeigen lassen, wenn das ein Kriterium sein soll. Ich denke, so kann man versuchen, Greenwashing nahezu zu vermeiden. Das wird aber nie ganz gelingen, aber das kennst du ja schon. Allein die Sache der CO₂-Kompensation, das wird von vielen NGOs auch als Greenwashing gesehen, wenn ich ein paar Bäumchen kaufe in Mexiko, oder in Peru einen Wald schütze, damit er nicht abgeholzt wird. Das kann man machen, das ist sicherlich sinnvoll, aber kann ich damit meinen CO₂-Ausstoß kompensieren, kann ich mich da freikaufen? Also ich tue ja da nichts, mache keine Effizienzmaßnahmen. Ich investiere lieber nochmal 100.000€ Zertifikate für CO₂-Kompensationen, dann muss ich bei mir nicht viel machen. Das ist schon nah dran an Greenwashing.

- 7) Also müsste man quasi aufpassen, dass auch von CO₂-Reduktion geredet wird, und nicht von Kompensationen, beziehungsweise dass man sagt, zu so einem Punkt müsst ihr euren Ausstoß reduzieren und erst danach kompensieren?**

Richtig, das ist ein ganz wichtiger Punkt, der läuft momentan in jedem Unternehmen. Aber Vereine wachsen ja auch. Nehmen wir Hoffenheim, die sich für die Champions League qualifizieren und bis ins Halbfinale kommen, als theoretisches Beispiel. Damit haben sie mindestens 15 Flüge mehr, weil sie ja irgendwohin müssen. Umgerechnet in CO₂ ist das eine riesige Menge. Das kannst du ja aber nicht vermeiden, und sagen, ich spiele deshalb nicht in der Champions League mit. Meistens wird es mit dem Zug nicht gehen, also müssen sie hinfliegen und haben auch mehr Zuschauer. Das heißt, sie haben von der Menge her damit schon wesentlich mehr CO₂ produziert. Wie bewerte ich das jetzt aber? Das heißt ja, die nackte Zahl wird mehr. Beziehe ich das jetzt auf den Umsatz und sage, relativ sind wir ja besser geworden, wir haben ja Projekte gemacht? Wir fahren zu den Bundesliga-Heimspielen und Auswärtsspielen nur noch mit dem Zug, das ist doch in Ordnung. Da wird es dann schon schwierig. Wie kann ich den CO₂-Ausstoß insgesamt bewerten, wenn ich wachse oder ein anderes Geschäft habe? Kann ich das auf eine Kennzahl beziehen? Das ist das, was in jedem Audit auch die Frage ist. Bin ich relativ besser geworden? Absolut ja nicht. Ich kann dann natürlich sagen, du hast jetzt 30% mehr CO₂ produziert, aber ich kann sehen, du hast fünf Projekte gemacht, wo du die Emissionen reduziert hast. Das kann ich sehen, an den Zahlen, am Ausstoß. Das heißt, ich habe durch Projekte meinen Ausstoß verbessert, bin aber durch das Wachsen wieder schlechter geworden. Da muss man mit umgehen. Und dann kompensiere ich den Rest. Für die Diskussion gibt es noch keine Lösung, das ist auch Geschmackssache.

- 8) Es gibt auch Meinungen, dass man vielleicht den Fußball generell überdenken muss. Wir haben vorhin im Vorgespräch über das Thema Regeneration geredet, was ja sehr hoch gestellt wird. Das ist einer der Gründe, warum auch auf Inlandsstrecken noch viel zu oft geflogen wird, weil eben gerade durch internationale Spiele alles so sehr getaktet ist, dass jede halbe Stunde genutzt und zu Regenerationszwecken eingeplant**

wird. Ist es deiner Meinung nach die Verantwortung der Vereine, damit klarzukommen und dann trotzdem Flüge zu reduzieren? Wenn zum Beispiel jetzt ein Verein sagt, ich möchte ökologisch nachhaltig sein, die Spieler dann mit dem Zug fahren müssen und dann vielleicht, ganz hypothetisch, die Leistung schlechter wird, Niederlagen folgen, und dann gesagt wird, unser Ziel oder unser Schwerpunkt ist eigentlich der sportliche Erfolg. Also gehen wir mal wieder zurück zu den Flügen, denn anscheinend ist da ja eine Korrelation. Wie löst man sowas?

Da kommen wir wieder zu dem Punkt, das ist Wachstum. Die UEFA will wachsen und sagt, wir erfinden den Conference Cup. Jetzt haben wir den noch zusätzlich, das sind noch viel mehr Spiele. Das heißt, die UEFA hat entschieden, wir wachsen, wir machen noch mehr Spiele, noch mehr Einnahmen, noch mehr Vereine können sich international betätigen, egal wie der Cup heißt. Bald gibt es dann noch den Mini Cup und den Maxi Cup und was weiß ich. Es gibt ja auch die Youth Champions League. Das heißt, es wird immer mehr Cups und internationale/europäische Spiele geben. Jetzt kannst du sagen, ich mach nicht mit. Union hätte auch sagen können, wir machen nicht mit, der Max Kruse hat ja gesagt, was soll ich in so einem Cup da mitspielen? Er hat dann mitgemacht und fand es am Ende doch gut. Wenn das die UEFA jetzt ernst nehmen würde und sagt, wir wollen eigentlich gar nicht mehr Spiele... Aber das machen die ja nicht. Da haben wir genau das Problem, sie wollen wachsen und mehr Einnahmen kreieren, und dann auch Macht ausüben durch Geldeinnahmen. Wo setzt man also an? Eigentlich bei der UEFA. Man könnte es auch anders gestalten. Man könnte die Auslosung anders machen. Man könnte sagen, wir machen das wie bei uns hier in der Regionalliga. Wir haben fünf Regionalligen, spielen die regional erstmal zu Ende, da brauch ich nicht fliegen, da fahre ich mit dem Zug. Und dann habe ich die Ausscheidungsspiele, und da kommen dann alle in eine Stadt, machen dann Final Four oder wie auch immer. So läuft es in anderen Sportarten. Hatten wir jetzt auch mal vor kurzem wegen der Pandemie glaube ich. Und dann kann man es reduzieren. Das muss aber gewollt sein, die Vereine müssen es wollen, weil damit haben sie dann natürlich auch einen Verlust von Einnahmen. Aber da fängt es an, also die Idee gibt es. Da muss aber der Wille von oben kommen, zu sagen, wir wollen das reduzieren oder einschränken, das muss einfach besser getaktet werden. Und dann können wir auf Flüge auch verzichten. Das geht, wenn man will. Aber die UEFA, glaube ich, die tun nur so, die reden darüber. Noch ist nichts passiert.

9) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Man könnte klare Vorgaben geben, also dass jetzt zum Beispiel in Deutschland nicht mehr geflogen wird. Da muss Freiburg dann nach Berlin mit dem Zug fahren, das dauert halt 6 oder 7 Stunden, aber da muss man einen Tag Rückreise einplanen, das ist dann so. Man könnte in den Stadien natürlich Müllfreiheit vorgeben, alles muss recycelbar sein und ein Pfandsystem eingeführt werden.

Man könnte vorgeben, 15% des Essens muss vegan oder vegetarisch angeboten werden, oder das Tierwohl muss beim Einkauf der Caterer beachtet werden. Man könnte natürlich sagen, dass die Spieler (die repräsentieren ja auch die Vereine) nach außen keine Autos mehr fahren. Die können privat machen, was sie wollen, da kann man sie nicht zwingen, aber in Verbindung mit dem Verein nur noch E-Auto oder Hybrid oder E-Fahrrad, weil sie in der Regel in der Region wohnen. Da könnte man sagen, da müsst ihr was tun, einfach als Vorbildfunktion. Natürlich auch im Merchandising, das heißt, die DFL könnte vorgeben, in fünf Jahren ist mindestens 70% Fairtrade oder GOTS oder recycelt. Das könnte die DFL in dem Katalog vorgeben, und dann müssen sich die Vereine daran halten. Und dann wird die DFL auch nachhaltiger. Man könnte die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln fördern, indem man zum Beispiel sagt, wer mit dem ÖPNV kommt und das belegt, bezahlt für das Ticket ein bisschen weniger. Dass man das auch noch stärker einfordert und Anreize schafft. Ich denke, da ist so viel möglich, wenn man will. Natürlich geht es nicht immer, aber es reicht ja schon, wenn zum Beispiel 20-30% besser wird. Es gibt immer Ausnahmen und Zwänge, die dann nicht umsetzbar sind, aber da kann die DFL mit ihrer Taskforce viel initiieren, sowohl bei ökologischer, aber auch bei sozialer Nachhaltigkeit.

10) Möchtest du noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Ich denke, inhaltlich nicht. Man kann jetzt über jedes Thema noch eine Stunde reden natürlich, das ist aber nicht Sinn des Interviews. Ich denke, dass wir in den nächsten Jahren da viel erleben werden und dass du da sicherlich auf einem guten Berufsweg bist. Man muss halt davon leben können. Ich denke mal, wenn der Bereich Nachhaltigkeit auch entsprechend entlohnt wird, das wäre schon ein Zeichen. Wenn man sagt, wir haben eine Nachhaltigkeitsbeauftragte eingestellt, die auch nachhaltig bezahlt wird, nachhaltig bei uns arbeiten soll und auch nachhaltige Kompetenzen kriegt. Das wäre das wichtigste. Die Kompetenzen und die Rückendeckung vom Vorstand, das ist wichtig. Das Problem ist ja nur, im Fußball wechselt der Vorstand so oft. Du weißt nie, wer dann kommt. Da kann man nur hoffen, dass dann Jüngere kommen, die so ticken. Generell wäre es schon gut, wenn da ein Generationenwechsel kommt, auch in den Führungsetagen.

Vielen Dank!

Anhang 31: Anton Klischewski – Special Olympics Deutschland

Mündliches Interview mit Anton Klischewski (Marketing & Sponsoring Trainee bei Special Olympics Deutschland) – 22.12.2021

- 1) Du bist sehr aktiv im Bereich Nachhaltigkeit im Fußball und Sport allgemein. Kannst du mir kurz beschreiben, wo du bereits aktiv warst oder bist und in welchen Bereichen deine Expertise liegt?**

Mein Name ist Anton Klischewski, ich bin 27 Jahre alt. Ich habe Sportmanagement im Bachelor und Master studiert und habe mich im Master vor allem mit der sozialen Verantwortung (einer Komponente der Nachhaltigkeit) bei europäischen Fußballorganisationen beschäftigt. Zu dem Thema habe ich auch meine Masterarbeit geschrieben. Im Anschluss habe ich in verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit gearbeitet, zum Beispiel bei der Kampagne Sport handelt fair, die Sportvereine, Kommunen, NGOs und weitere Verbände verbindet und dem Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit, fairer Handel und globale Gerechtigkeit legt. In dem Zusammenhang habe ich unter anderem den „Leitfaden der nachhaltigen Sportvereine in Zukunft“ veröffentlicht. Außerdem bin ich als Co-Nachhaltigkeitsbeauftragter beim FC Internationale Berlin tätig und betreue damit auch den ersten nachhaltig zertifizierten Amateursportverein mit. Zudem bin ich selbst zertifizierter Nachhaltigkeitsmanager vom Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung. Meine hauptamtliche Stelle ist zurzeit bei Special Olympics Deutschland, also einem Träger der sozialen Nachhaltigkeit, wenn es um Menschen mit geistiger Behinderung, also Inklusionsthemen geht.

- 2) Warum ist der deutsche Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit einzusetzen?**

Der Profifußball, genau wie jede Organisation, jedes Unternehmen, jede Person, ist der Agenda des 1,5-Grad-Ziels untergeordnet, das bis 2100 erreicht werden sollte. Nicht nur aus solidarischen oder gönnerhaften Aspekten, sondern einfach dadurch, dass der eigene Einfluss der Bundesliga immens ist. Wir können uns zum Beispiel anschauen, wie die Spieltagsorganisation abläuft, das Sportstättenmanagement, die Reisen der Teams innerhalb von Deutschland oder auf europäischer Ebene, die Fanreisen (die einen großen Impact haben), und natürlich auch die globale Lieferkette in Bezug auf das Merchandising. Da hat der deutsche Fußball, wie jeder andere Profifußballbereich in Europa und auf der Welt, eine große Verantwortung. Andererseits denke ich auch, dass jeder eine Grundverantwortung hat, auch in Richtung der Sustainable Development Goals (SDGs). Auch da gilt es ja wieder: jedes Unternehmen, jede*r zivilgesellschaftliche*r Akteur*in sollte da ihren oder seinen Beitrag zu leisten. Darunter fällt auch der Profifußball, insbesondere wenn man bedenkt, dass es gar nicht mehr so viele eingetragene Vereine gibt, sondern viele Wirtschaftsunternehmen. Und andererseits finde ich auch, bei so einer großen Strahlkraft wie der Sport sie hat, der

sich auch gerne als letztes Lagerfeuer der Gesellschaft propagiert, sollte man mit dieser großen Verantwortung auch besonders umgehen und sich dort engagieren.

3) Wie empfindest du den Stand der ökologischen Nachhaltigkeit in der ersten und zweiten Bundesliga im Allgemeinen? Wir wissen ja, es gibt hier und da mal ein paar Leuchttürme, aber wenn man jetzt alle 36 Vereine zusammen nimmt, wie schätzt du das ein?

Du hast es angesprochen, es gibt diese paar Leuchttürme. Ich glaube, es gibt eine große Diskrepanz und man kann das nicht vollumfänglich betrachten, weil gar nicht so viel bekannt ist und nicht so transparent kommuniziert wird. Es gab ja das Ranking der Sport Positive Leagues, wo zum Beispiel der VfL Wolfsburg als so ein Leuchtturm dargestellt wurde, der sich natürlich auch schon seit langer Zeit insbesondere für Klimaschutz und CO₂-Bemessung in allen Bereichen einsetzt. Das muss man aber auch immer wieder kritisch hinterfragen, wenn man sieht, dass dahinter der große Sponsor VW steht, der immer noch im Vergleich eine große Flotte hat, die mit verschiedenen Brennstoffen gesteuert wird. Außerdem würde ich auch sagen, dass das nicht unbedingt durch den Verein VfL Wolfsburg direkt kam, sondern eher durch das Unternehmen VW, das einfach größere Pflichten hat gegenüber den Stakeholdern und Shareholdern, und das dann in den Verein eingeführt hat. Ich empfinde die Diskrepanz immer noch so hoch, weil es keinen großen regulatorischen Druck gibt. Jeder macht mal ein paar kleinere Projekte, die aber keinen ganzheitlichen Ansatz haben. Da gibt es manche, die weiter sind, und manche, die gerade erst anfangen, mit Kunststoff oder mit Bechern aus Einwegplastik im Stadion aufzuhören. Aber es gibt noch keine große Strahlkraft über die zwei Ligen hinweg. Und insbesondere schwierig finde ich Bereiche wie die Kunstsonnen, die auf den Rasen strahlen und auch im Winter einen enormen Energieverbrauch haben, da gibt es noch keine nachhaltige Alternative. Dann natürlich auch die Reisen, egal ob das die Fans sind oder auch die Spieler*innen, die dann zu den Auswärtsspielen fahren, und natürlich die Textilien in der globalen Lieferkette.

4) Wer ist verantwortlich dafür, den deutschen Profifußball nachhaltiger zu machen?

Ich finde, das sollte auf jeden Fall ein ganzheitlicher Prozess sein, der da gefordert ist. Einerseits habe ich ja schon angedeutet, dass ich erwarte, dass sich die Politik für den deutschen Profifußball zuständig fühlt. Die Profifußballklubs sind eben größtenteils keine eingetragenen Vereine, keine ehrenamtlich geführten Sportvereine mehr, wie vielleicht vor 50 Jahren, sondern moderne Wirtschaftsunternehmen. Somit fallen sie ja auch unter Regularien wie das jetzt kommende Lieferkettengesetz. Vielleicht noch nicht sofort, aber zukünftig bestimmt. Das heißt, da sehe ich eine Verantwortung. Dann sehe ich (und dem ist sie jetzt auch nachgekommen) die Deutsche Fußball Liga in der Pflicht, als Interessenvertretung des deutschen Profifußballs. Die haben da auch den Hut auf. Außerdem sehe ich natürlich die Vereine in der Pflicht, die sich an ihren Standorten und in ihrem Umfeld dazu positionieren müssen. Ich sehe die Fans vielleicht auch in der Bringschuld, aber

in einem gewissen Maße. Man kann zum Beispiel auf den Verein zugehen und nachfragen, ob es denn Alternativen gibt, Fahrradstellplätze oder ähnliches. Hier haben wir also auch nochmal die Eigenverantwortung, mitzudenken. Obwohl ich denke, dass globale Probleme auf Unternehmens- und politischer Ebene gelöst werden sollten, und nicht auf Individualebene. Und natürlich Sponsoren, die auch an sich ein Interesse daran haben, in dem Glanzlicht der Bundesliga dann auch eine nachhaltige Strahlkraft zu haben.

5) Auf der Mitgliederversammlung der DFL wurde kürzlich beschlossen, das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit in das Lizenzierungsverfahren aufzunehmen. Wie können solche Kriterien deiner Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem beinhalten? Wie macht man sie vergleichbar?

Es ist gar nicht so einfach, da einen ganzheitlichen Kriterienkatalog aufzustellen. Deswegen würde ich das unterteilen in Muss-, Soll- und Kannkriterien mit verschiedenen Übergangsfristen. Dass man auch jedes Mal den Standortfaktor mit einbezieht, die Größe des Klubs, den Umsatz des Klubs, und dementsprechend auch verschiedene Cluster bildet. Wie das im Detail aussieht, das muss man dann nochmal ökonomisch betrachten und natürlich auch in den Dialog mit den Vereinen gehen, wie viel da möglich ist. Aber ich denke, dass es kein festes Muster geben sollte, sondern dass das dynamisch sein muss und auch regelmäßig evaluiert werden muss. Vor allem in den Nachhaltigkeitsbereichen lernen wir ja gefühlt täglich dazu. Daher glaube ich, man muss diese Kriterien offen lassen, da sie sich auch noch verändern können mit der Zeit, oder vielleicht nochmal angepasst werden müssen. Das kann nach oben oder nach unten sein, je nachdem, wie das in den ersten zwei bis drei Jahren umgesetzt wird. Andererseits würde ich mich dann auch an bestehenden Konzepten orientieren, die es schon gibt. Da muss man jetzt nicht das Rad neu erfinden und im Fußball alles auf den Kopf stellen. Klar muss man sich an den verschiedenen Bereichen im Sport orientieren, aber normalerweise kann man das auch mit anderen Standards abgleichen. Ich könnte mir vorstellen, den UN Global Compact zu nehmen, einfach weil der meines Erachtens das ganzheitlichste Bild der Nachhaltigkeit zeichnet. Er bildet einerseits die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht und andererseits Arbeitsnormen ab, die nicht nur hier vor Ort in Deutschland, sondern auch in der Lieferkette umgesetzt werden können. Außerdem gibt es noch den Umweltfaktor, auch wenn menschenrechtliche Sorgfaltspflichten natürlich ebenfalls auf Umweltfaktoren eingehen, wenn man sich die Schadstoffbelastung oder ähnliches der Trikots ansieht. Und es geht auch um Korruptionsprävention in dem Bereich. Ich glaube, mit so einem dynamischen Gesamtpaket unter der Einbeziehung der verschiedenen Faktoren könnte man das ganz gut hinbekommen.

6) Wenn man über Nachhaltigkeit redet, muss man auch den Begriff Greenwashing erwähnen. Es ist ja relativ einfach, Dinge zu kommunizieren, die sich leicht kommunizieren lassen und dann steckt vielleicht nicht allzu viel dahinter. Was müsste man machen, um genau das zu verhindern? Also um zu erreichen, dass die Vereine nicht

nur irgendwas kommunizieren, um diese Sachen zu erreichen, sondern dass sich wirklich langfristig etwas ändert?

Ich bin mir ziemlich sicher, dass, egal was passiert, trotzdem Greenwashing vorgeworfen wird, weil der Fußball einfach unter dem Brennglas von vielen Nachhaltigkeitsexperten steht. Es ist ja in erster Linie auch gut, dass genau hingeschaut wird. Deswegen ist das gar nicht so einfach zu beantworten, weil die Inhalte ja noch erarbeitet werden. Ich kann nur auf den Weg geben, dass man sich genauer Gedanken macht, inwiefern auch Sanktionen stattfinden, falls Kriterien nicht eingehalten werden. Man darf das natürlich nicht nur negativ konnotieren, sollte aber auch betrachten, welche Gewichtung das im Lizenzierungsverfahren der DFL dann hat. Ist das jetzt ein kleiner Beitrag, wo es sich gar nicht lohnt, zu investieren und sich zu engagieren? Oder ist es wirklich ein sehr ganzheitlicher Aspekt, der in alle Bereiche reinzielt und nicht nur zum Beispiel Nachhaltigkeit als 5% Ziel vorgibt, sondern diesen Aspekt in alle möglichen Lizenzierungsbedingungen mitreinnimmt, ob das jetzt das Nachwuchsleistungszentrum oder der Spielbetrieb ist. Bei all diesen Dingen kann man sehr viel verändern und da bin ich gespannt, inwieweit die Gewichtung stattfindet. Und ich glaube, wenn man das transparent darstellt, dann kann man auch die Gesellschaft, die Stakeholdergruppen und die Journalist*innen mitnehmen, die darüber berichten. Bislang, da bin ich ehrlich, sieht man nicht so viel davon, wie die Lizenzierung stattfindet. Das passiert gefühlt hinter geschlossenen Türen. Man weiß, es gibt manchmal Auflagen, manchmal nicht, und dann ist man darauf angewiesen, dass der Verein das über die vereinseigenen Medien kommuniziert. Aber so sieht ja natürlich keine Transparenz aus. Ich glaube, da wäre die Deutsche Fußball Liga gut bedient, wenn man sich da noch mehr öffnen würde. Vor allem, da es hier auch um die gesellschaftliche Verantwortung geht, und nicht nur um den rein sportlichen Spielbetrieb.

7) Du hast es vorhin schon kurz angesprochen, als du von Muss-, Soll-, und Kannkriterien gesprochen hast. Siehst du eine Gefahr, dass es dann Vereine gibt, die diese Kriterien erfüllen, weil sie es müssen, aber dann nicht weiterdenken und nicht mit den Ressourcen, die sie haben, noch mehr machen? Wie könnte man das konkret so konzipieren, dass auch jeder Verein die Anreize bekommt, sein Maximum zu machen, was ihm in der Situation möglich ist?

Ich glaube, da besteht gar nicht mal so die große Gefahr. Ich habe aus Hintergrundgesprächen schon mitgehört, dass genau dieser Aspekt mitgedacht wird. Das heißt, dass man mit den Vereinen in dieser Umsetzungsphase, bevor diese Kriterien eingeführt werden, spricht und vor allem auch den Vereinen, die jetzt schon den Fokus auf bestimmte Projekte gelegt haben, keine Steine in den Weg legt. Damit ein Verein wie der FC Augsburg, der jetzt eine neue Wasserstrategie im Bereich Nachhaltigkeit angehen möchte, diesen Fokus auch unbedingt behält, dass das sozusagen sein Zugpferd bleibt, und dass vielleicht dann auch andere Aspekte nicht unbedingt bearbeitet werden müssen. Wenn man sich das Beispiel der Wesentlichkeitsmatrix anschaut, hat man dann hoffentlich

einen Kriterienkatalog, wo man nicht in 25 Bereichen gut sein muss. Dann reicht es auch, wenn man sich bestimmte Blöcke raussucht und dort dann vor allem in der ökologischen Nachhaltigkeit eine enorme Strahlkraft hat und sich da besonders engagiert. Ich glaube, das könnte eine gute Möglichkeit sein, um dann auch die Interessen der verschiedenen Vereinsvertreter*innen und auch der jeweiligen Regionen abzuholen. Ich denke aber auch, dass es nicht mehr zeitgemäß ist, sich nur an Sollkriterien zu halten. Das sehen glaube ich auch die Vereinsvertreter*innen, da man so keine Öffentlichkeitsarbeit machen kann. Wenn jeder das macht, dann kannst du darüber nicht berichten. Die werden sich schon überlegen, wo sie Impulse setzen können. Das ist auch das Schöne an dieser Lizenzierung, dass man wirklich schon einiges leisten muss, um dann in die Schlagzeilen zu kommen, vor allem bei dem Bereich ökologischer Nachhaltigkeit.

8) Erwarten die Fans deiner Meinung nach von den Vereinen, nachhaltig zu sein, oder interessiert es sie eher weniger?

Ich denke, dass es die Fans bislang zum Teil auf jeden Fall nicht ganzheitlich interessiert. Es ist natürlich schade, dass es nicht so ist, aber da müssen wir jetzt nicht den schwarzen Peter bei den Fans suchen. Ich glaube es liegt einfach daran, dass dieses Thema in der Gesellschaft vielleicht in verschiedenen sozioökonomischen Kontexten vorhanden ist, aber in manchen eben auch nicht, und da hilft nur Bildungsarbeit. Und das finde ich das Schöne, dass der Sport diese Bildungsarbeit leisten kann. Ein Fan hört bestimmt seinem Sportverein eher zu als in der Schule oder einem Politiker um die Ecke. Das wird von den Politiker*innen auch immer betont, und deswegen spricht man ja auch von dieser enormen Strahlkraft. Ich finde, dieses Potenzial wird von den Vereinen noch gar nicht genug genutzt. Natürlich will man auch keine Fans verprellen. Aber da kann man ja auch einen positiv besetzten Ansatz wählen, indem man zum Beispiel mit Gamification-Möglichkeiten versucht, die Fans von einer mobileren Anreise zu überzeugen. Dass man als Fan Punkte sammeln kann für die Nachhaltigkeit, mit den Vereinen zusammenarbeiten kann, und nicht dieses Narrativ bedient wird, dass es eigentlich nur Verbote im Bereich Nachhaltigkeit gibt. Ich habe bislang noch kein Konzept gesehen, was mich richtig überzeugt hat. Aber ich glaube, das wird sich in den nächsten Jahren schlagartig ändern. Und ich denke auch, dass sich die Kommunikation der Vereine in den nächsten zehn Jahren nochmal ganzheitlich in die Richtung ändern wird.

9) Um nochmal auf die Lizenzierung zurückzukommen: Was sagt man einem Verein, der das Argument bringt, er habe aber so schon keine finanziellen und personellen Ressourcen, gerade auch jetzt in der Coronasituation. „Alle sind überarbeitet, wie sollen wir uns jetzt auch noch um Nachhaltigkeit kümmern, wenn wir gerade versuchen, sportlich zu überleben?“ Was sagt man so einem Verein?

Dadurch, dass Ökonomie ein Teil des Dreiergespanns der Nachhaltigkeit ist, wird es natürlich bei jeder Entscheidung auch von den Vereinsvertretern mitgedacht, und das verstehe ich auch. Aber ich habe zum Beispiel ein Interview von Robert Habeck von den Grünen gehört, der erzählt hat,

dass nicht der Klimaschutz an sich kostet, sondern dass es kostet, nichts für den Klimaschutz zu tun. So würde ich auch denken. Das ist ein bisschen abstrakt, aber die Probleme, die wir in der Lieferkette oder mit Einwegplastik haben, die werden auf uns zurückfallen. Die Preise im Markt werden steigen und wenn man sich nicht jetzt dafür aufstellt, dann wird es schlussendlich in einigen Jahren teurer. Deswegen finde ich das auch irgendwie ganz gut, dass man sagt, wir nehmen jetzt alle 36 Vereine mit, dann nehmen wir sie an die Hand und sie müssen nicht selbstständig etwas machen, was natürlich dann kostenintensiver wäre. Wenn zum Beispiel jeder ein eigenes Unternehmen mit an die Hand nimmt, das den kompletten 36 Vereinen Indikatoren aufstellt im Bereich Ökologie, Ökonomie und Soziales. So hat man zwar schon diesen kleinen regulatorischen Druck, aber man hat auch eine Einheitlichkeit, man kann standardisiert vorgehen, und man kann hoffentlich auch Synergien mit anderen Vereinen nutzen. Und das normalisiert auch diese Betrachtung der Nachhaltigkeit so ein bisschen, dass man das raus nimmt aus der Ecke „wir müssen nochmal was Richtung Nachhaltigkeit machen, weil das jetzt gerade irgendwie Trend ist“. So stelle ich mir das in einem Best Case Scenario vor.

10) Reicht es, wenn die DFL den Rahmen gibt und den Grundsatz legt, aber dann die Vereine sozusagen machen lässt? Oder müsste die DFL auch versuchen, manche Vereine an die Hand zu nehmen und vielleicht auch finanziell unterstützen?

Die DFL muss definitiv unterstützen, ob finanziell weiß ich gar nicht genau. Vielleicht könnten sie ein Gremium organisieren, ein unabhängiges Expert*innen-Gremium, das von außen draufschaut und als Partner von den Vereinen genutzt werden kann. Dass es vielleicht auch Workshops mit den Vereinen gibt, oder Vernetzungstreffen zwischen den Vereinen, auch vielleicht regional bedingt. Dass man einfach das Rad nicht neu erfindet, habe ich ja schon angedeutet, da die Vereine die gleichen Probleme haben, vielleicht auch die gleichen Stärken, und wenn man sich zusammenschließt, kann man dieses Thema spielerisch viel besser angehen. Und da sehe ich die DFL als unterstützende Kraft, da sehe ich viel Potenzial.

11) Was könnte sonst noch getan werden, damit der deutsche Profifußball ökologischer nachhaltiger wird?

Ich bin ein großer Verfechter von strikteren Werberegularien generell, im ökologischen, sozialen und ökonomischen Bereich. Warum müssen wir immer noch Trikotwerbung haben, oder Stadionnamen, die nach Verbrennermotoren oder ähnlichem benannt werden? Warum müssen wir für Flugzeuge oder Flughäfen oder ähnliches Werbung machen, oder für Motorenöl, habe ich letztes auch wieder gesehen. Ist das überhaupt noch zeitgemäß? Und da sind wir noch gar nicht bei der ganzen sozialen Komponente, wo dann immer noch Alkoholwerbung oder Werbung für Wettanbieter da ist. Also da sollte man sich mal hinterfragen, ob das noch zeitgemäß ist, wenn man sich so ein Korsett der Nachhaltigkeit gibt. Und das kann man ja relativ einfach umsetzen, indem man Verträge auslaufen lässt oder sich einfach Kriterien reinschreibt, dass man mit solchen Anbietern

nicht mehr zusammenarbeiten möchte. Außerdem bin ich natürlich Fan von Bildungsarbeit, zum Beispiel auch im Nachwuchsleistungszentrum. Da kann auch in Richtung der Spieler*innen gewirkt werden, dass die vielleicht auch als Multiplikatoren genutzt werden können und sich viel mehr zu dem Thema äußern. Bislang sehe da noch viel zu wenig vom Spielfeld aus. Und natürlich auch Bildungsarbeit in den Managementmodulen. Wenn ich auf meine sechs Jahre Sportmanagement-Studium reflektiere, hatte ich wirklich kein einziges Modul dazu, das ändert sich jetzt hoffentlich. Und natürlich dann auch in der Ausbildung der angehenden Sportmanager*innen der Bundesliga, ob das jetzt für den Trainerschein ist, für die Vereinslizenz oder den Managementlehrgang. Da müssen solche Aspekte von Anfang an dabei sein und bis zum Ende durchdacht werden, dann wird sich auch dieses sogenannte „Mindset“ in den nächsten Jahren ändern.

12) Gibt es noch irgendetwas, was du gerne ansprechen möchtest, etwas worüber wir noch nicht in diesem Interview geredet haben?

Ich hatte es vorhin schon angesprochen, aber ich würde es am Ende auch nochmal angeben, weil ich sehr wichtig finde, dass man mit diesem Thema Nachhaltigkeit auf Zusammenarbeit, also Kollaboration statt Rivalität geht, und eben weggeht von diesem „auf dem Platz kämpfen wir oder spielen gegeneinander“. Außerhalb des Platzes hat man so viele Möglichkeiten, zusammen vielleicht Kosten zu sparen, Wege gemeinsam zu gehen, vielleicht eine gemeinsame Lieferkette aufzubauen. Man sollte das zum Beispiel nicht nur St. Pauli machen lassen und das als Leuchtturmprojekt sehen, da der Verein wahrscheinlich jetzt einen relativ großen Aufwand hat, das in den nächsten Jahren aufrechtzuerhalten. Warum tun sich nicht viele verschiedene Vereine zusammen und sagen, wir möchten faires Merchandising, faire Textilien, und ökologische Beschaffung, und wir beschaffen alle gleichzeitig darüber. Wie gesagt, dann hat man die Kostenreduktion und ein ganzheitliches, allgemeines Bild. Das wird hoffentlich auch kommen. Und ich hoffe, dass genau das auch in die Lizenzierungskriterien mit eingeht, dieses „gemeinsam statt jeder für sich“.

Vielen Dank!

Anhang 32: Francois Puymartin – RC Strasbourg Alsace (übersetzt)

Mündliches Interview mit Francois Puymartin (Business Development Manager beim RC Strasbourg Alsace) – 16.12.2021 – Übersetzt aus dem Französischen

1) Was bedeutet für dich der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Dass wir in Bezug auf den Fußball und den Verein in der Pflicht sind, CSR-Aktionen durchzuführen. Wenn ich CSR sage, meine ich alles, was mit Ökologie zu tun hat, aber auch andere Themen. Beim RC Strasbourg Alsace planen wir bereits, einige Aktionen in dieser Richtung durchzuführen.

So werden wir zum Beispiel unser Stadion, das Stade de la Meinau, renovieren. Wir werden in einem Jahr mit den Arbeiten beginnen und es wird ein ziemlich großes Renovierungsprojekt werden, das 100 Millionen Euro kostet und öffentlich finanziert wird. In diesem Projekt werden wir unser Stadion modernisieren, und dabei müssen wir auch einen Umweltkatalog einhalten. Das bedeutet, dass wir Maßnahmen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung und der Ökologie ergreifen müssen, und dass wir natürlich eine ordentliche und verantwortungsvolle Infrastruktur haben müssen, die den aktuellen Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung gerecht wird. Insofern hat das Thema Nachhaltigkeit einen hohen Einfluss auf unsere Arbeit. Außerdem versuchen wir in unserem täglichen Geschäft, durch einzelne Aktionen Einfluss zu nehmen.

2) Ist der französische Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja, natürlich. Wir stehen stark in der Öffentlichkeit, daher ist es unsere Pflicht, alle Arten von Aktionen durchzuführen. Seien es Aktionen in Bezug auf Nachhaltigkeit, aber auch gesellschaftliche Aktionen, um möglichst vielen Menschen diese Herausforderungen bewusst zu machen. Ja, wir haben eine sehr wichtige Rolle, sowohl auf der Ebene der Liga als auch auf der Ebene der Vereine. Es gibt Aktionen, die von der Liga organisiert werden, und es gibt Aktionen, die von einzelnen Vereinen organisiert werden. Aber natürlich haben wir alle eine sehr wichtige Rolle. Das Komplizierte daran ist, dass wir uns als Fußballverein im Alltag um sehr viele verschiedene Themen kümmern müssen, weshalb unsere Zeit nur begrenzt ist. Aber soziale und ökologische Themen sind sehr wichtig, und wenn sie es noch nicht sind, müssen sie auf jeden Fall Priorität bekommen.

3) Gibt es weitere ökologische Maßnahmen, die der RC Strasbourg Alsace für die Zukunft geplant hat?

Ja, wir werden in verschiedenen Bereichen ansetzen. Ich denke da z.B. an die Getränkestände, wir werden auf jeden Fall wiederverwendbare Becher einführen, wie in allen Stadien. Ich bin nicht für die Organisation von Spielen zuständig, daher kann ich dir nicht sagen, was alles umgesetzt wird und wurde, aber eines ist sicher: Sobald wir heute eine Maßnahme umsetzen, haben wir den ökologischen Aspekt im Blick und sind uns der Verpflichtung bewusst, diesen Punkt zu regeln, um einen möglichst positiven Einfluss auf die Umwelt zu haben.

4) Wie schätzt du den aktuellen Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im französischen Profifußball (Ligue 1 und Ligue 2) im Allgemeinen ein?

Wie ich dir schon gesagt habe, hast du Aktionen, die von der Liga organisiert werden, und du hast Aktionen, die jedem Verein und jeder Vereinsstrategie eigen sind. Ich kann also nicht sagen, was jeder Verein im Einzelnen macht, weil ich keine Ahnung habe. Was ich dir sagen kann, ist, dass uns als RC Strasbourg Alsace dieses Thema bewusst ist. Wir befinden uns gerade inmitten einer Stadionrenovierung, sodass alles, was unsere Aktivitäten heute betrifft, mit der Stadionrenovierung

zusammenhängt. Natürlich müssen wir einen strengen Anforderungskatalog einhalten, zumal unsere Stadtverwaltung unter eine grüne und ökologische Regierung gestellt wurde. Wir mussten also unseren gesamten Anforderungskatalog überarbeiten, um nachhaltige Lösungen anzubieten. Ich will uns nicht mit anderen Vereinen vergleichen, denn ich weiß nicht unbedingt, was sie tun. Aber wir setzen mit unserem Projekt, ohne auf Anweisungen der Liga zu warten, Dinge um, die in diese Richtung gehen.

5) Tatsächlich wollte ich nicht über konkrete Projekte anderer Clubs sprechen, sondern eher darüber, ob du denkst, dass die Clubs im Allgemeinen schon genug tun, oder ob es noch Verbesserungsbedarf gibt.

Man hat nie genug getan. Wir können uns immer verbessern, sei es im Bereich der nachhaltigen Entwicklung oder in anderen gesellschaftlichen Bereichen. Es gibt viele verschiedene Aspekte, bei denen wir auf dem Laufenden bleiben und mit gutem Beispiel vorangehen müssen. Man kann über nachhaltige Entwicklung sprechen, aber man kann auch über andere Themen sprechen. Du hast die Feminisierung, du hast die Gewalt gegen Frauen, gegen Kinder. All diese Aspekte werden von den Vereinen berücksichtigt und interpretiert, und die Vereine setzen daraufhin Projekte um. Es gibt nicht nur die nachhaltige Entwicklung, man kann sich immer in allem verbessern.

6) Weder die LFP noch die DNCG verlangen von den französischen Vereinen, dass sie auf der Grundlage konkreter Kriterien ökologisch nachhaltiger werden. Dies würde jedoch eine Verpflichtung der Vereine bedeuten, nachhaltiger zu werden. Denkst du, dass solche Kriterien in die jeweiligen Kataloge aufgenommen werden sollten, um den französischen Fußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich denke, dass die Liga, wie in vielen anderen Bereichen auch, ihre Verantwortung hat. Die Vereine haben ihre persönliche und private Verantwortung, die von der Politik jedes einzelnen Vereins bestimmt wird. Aber die Liga hat eine noch größere Verantwortung. Und ich denke, das könnte über eingeführte Kriterien, über eine Charta oder einen Anforderungskatalog, der eingehalten werden muss, laufen. Das kann ein Punktesystem oder was auch immer sein. Es gibt zum Beispiel bereits eine Rangliste der Rasenplätze in der Ligue 1. Je nach Qualität des Rasens bekommst du Punkte, und am Ende des Jahres musst du entweder Gebühren zahlen oder eben nicht. Ich denke, dass es eine Idee wäre, wenn die Liga ein ähnliches Schema in Bezug auf die Umwelt verfolgen würde. Ich finde, jeder Verein sollte sich dieser Herausforderungen bewusst sein. Allerdings muss man beachten, dass jedes Stadion auch andere Voraussetzungen hat. Du hast Stadien, die moderner sind als andere. Dort ist es dann einfacher, nachhaltiger zu agieren. Wir haben zum Beispiel ein altes Stadion, und sind uns bewusst, dass wir dort vielleicht mehr verbrauchen als andere Stadien. Das ist auch der Grund, warum wir es renovieren. Aber ich denke, ja, die Liga muss unbedingt Dinge umsetzen und die Vereine in dieser Richtung überzeugen und beeinflussen.

7) Denkst du, dass Dinge wie Budgets und personelle Ressourcen einbezogen werden sollten, wenn man solche Kriterien erstellt?

Das Thema Budget und Finanzen ist allgemein ein ganz wichtiges. Man muss wissen, dass ein Fußballverein kein klassisches Unternehmen ist. Ein Fußballverein verdient nicht unbedingt viel Geld. Entweder er ist im Minus, oder er verdient ein ganz klein wenig, und die meiste Zeit sind Einnahmen und Ausgaben in etwa ausgeglichen. Und vor allem in einem Kontext wie dem, den wir in Frankreich gerade erleben, ist es ganz schwierig. Einerseits haben wir die Covid-Problematik, die für alle Ligen in allen Ländern gleich ist. Und wir in Frankreich haben noch eine andere Problematik, nämlich die der Fernsehrechte. Man muss wissen, dass die Fernsehrechte in Frankreich mindestens 50% des Budgets eines Vereins ausmachen. Und wir hatten ein Problem mit den Fernsehrechten, weil die Gesellschaft, die uns die Fernsehrechte zahlen sollte, nicht in der Lage war, sie zu zahlen. Deshalb haben wir uns in einem Kontext wiedergefunden, in dem es eher darum geht, Arbeitsplätze zu erhalten, als die nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Wir wissen, dass letzteres auch unsere Aufgabe ist, aber die Vereine können heute keine riesigen Budgets für solche Projekte ausgeben. Sie wollen es tun, das ist gar nicht die Frage. Der Wille ist da, aber es fehlen die Ressourcen. Es ist eine Frage der Möglichkeiten, und solange wir nicht aus dieser Krise heraus sind, ist es kompliziert, große Summen dafür einzusetzen. Ich denke jedoch, dass man das Thema in der Art und Weise, wie man sich selbst verwaltet und organisiert, im Hinterkopf haben muss. Wenn wir aus dieser Phase, die sehr prekär ist, herauskommen, können wir wieder Projekte durchführen, die im Moment auf Standby sind.

Vielen Dank!

Anhang 33: Evan Grenier-Boley – FC Girondins de Bordeaux (übersetzt)

Schriftliches Interview mit Evan Grenier-Boley (Mitarbeiter im Bereich CSR und Kommunikation beim FC Girondins de Bordeaux) – 10.12.2021 – Übersetzt aus dem Französischen

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Ökologisch gesehen ist der Begriff Nachhaltigkeit eine Art zu handeln und zu denken, die darauf abzielt, dass die durchgeführten Maßnahmen den ökologischen Verpflichtungen entsprechen. Es ist eine Frage des Gleichgewichts zwischen Entwicklung/Wachstum und Umweltschutz.

2) Ist der französische Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ich denke, dass die LFP ein Interesse daran hat, sich in dieser Richtung zu engagieren, da Fußball der beliebteste Sport der Welt ist. Er begeistert Millionen von Menschen auf der ganzen Welt, kann eine Botschaft vermitteln und gegen Diskriminierung kämpfen. Die Förderung und Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung ist eine Verantwortung, die man übernehmen sollte, da diese Herausforderungen in der heutigen Zeit so groß sind.

3) Der FC Girondins de Bordeaux ist bereits aktiv im Bereich Nachhaltigkeit, insbesondere beim Thema Recycling. Welche Maßnahmen wurden in diesem Zusammenhang bereits ergriffen oder sind geplant?

Wir haben in der Tat mehrere Maßnahmen zugunsten des Umweltschutzes ergriffen. Wir arbeiten eng mit einem Verein zusammen, der Plastikverschlüsse von Flaschen sammelt, um sie zu recyceln. Die Einnahmen kommen dem Kampf gegen Krebs zugute. Noch konkreter: Wir haben uns an der Organisation eines Bürgermarsches mit dem Verein The SeaCleaners beteiligt. Das Ziel: fast 300 Personen zusammenzubringen, um die Stadt Bordeaux zu säubern. In unserem CSR-Ansatz sind wir sehr sensibel für all diese Herausforderungen.

4) Es gibt sehr viele verschiedene Bereiche, in denen ökologische Nachhaltigkeit wichtig ist. Beispiele sind die Bewässerung der Rasenplätze, die Müllproduktion, die Fortbewegungsmittel von Fans und Spielern, Textilien und Materialien wie Bälle (sowohl im Spielbetrieb als auch im Merchandising), der Lebensmittelverbrauch, und selbst elektronische Geräte wie Computer etc. Inwiefern ist dem FC Girondins de Bordeaux der Umwelteinfluss in diesen Bereichen bewusst und haben Sie bereits Maßnahmen geplant, um diesen Einfluss zu verringern?

Wir engagieren uns in der Tat für diese Themen, da es unerlässlich ist, ihnen Aufmerksamkeit zu schenken. So wurden beispielsweise im Château du Haillan (dem Trainingszentrum und der Geschäftsstelle des Clubs) Arbeiten durchgeführt, um die Isolierung zu verbessern und somit weniger Heizen zu müssen. Außerdem bitten wir alle unsere Mitarbeiter, ihre E-Mail-Postfächer zu leeren und wenn möglich nur in Schwarz-Weiß zu drucken. Zudem besteht unser Trikot aus recycelbaren Materialien und unser Ausrüster Adidas ist in dieser Hinsicht sehr sensibel.

5) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im französischen Profifußball (Ligue 1 und Ligue 2) im Allgemeinen ein?

Es gibt natürlich noch viel zu tun, aber ich habe den Eindruck, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen. Es wird immer Elemente geben, die verbessert werden müssen, aber der Trend ist meiner Meinung nach ziemlich gut.

6) Wer ist dafür zuständig, den französischen Fußball nachhaltiger zu machen?

In erster Linie muss die LFP Entscheidungen treffen und die Vereine dazu bewegen, diesen Weg zu gehen. Aber es sind natürlich die Vereine, die den Fußball aus eigener Kraft nachhaltiger machen müssen. Beim FC Girondins de Bordeaux ist die CSR-Abteilung sehr engagiert in diesem Prozess.

- 7) Weder die LFP noch die DNCG verlangen von den französischen Vereinen, dass sie anhand konkreter Kriterien ökologisch nachhaltiger werden. Dies würde jedoch eine Verpflichtung für die Vereine bedeuten, nachhaltiger zu werden. Sind Sie der Meinung, dass solche Kriterien in die jeweiligen Kataloge aufgenommen werden sollten, um den französischen Fußball ökologisch nachhaltiger zu machen?**

Ich glaube nicht, dass es der richtige Weg ist, die Vereine zu zwingen, diese Maßnahmen zu ergreifen. Wenn diese Maßnahmen unter Zwang durchgeführt werden, gibt es keine Pädagogik dahinter. Ich denke jedoch, dass sie mit Prämien oder Belohnungen dazu ermutigt werden sollten. Es bleibt natürlich abzuwarten, wie dies aufgebaut werden kann.

- 8) Wie könnten diese neuen Kriterien Ihrer Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?**

Ich glaube nicht, dass Kriterien sinnvoll sind. Stattdessen könnten sich zu erreichende Meilensteine oder Etappen mit Zielvorgaben als roter Faden durch eine oder mehrere Saisons ziehen.

- 9) Was könnte sonst noch getan werden, damit der französische Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?**

Es gibt eine Vielzahl von Maßnahmen, die ergriffen werden können, um den französischen Fußball nachhaltiger zu machen. Dies kann bereits im Stadion beginnen, indem man Maßnahmen ergreift (Einschränkung der Verwendung von Plastik; Anreize für die Fans, öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen, um zum Stadion zu gelangen usw.). Es gibt viele Dinge, die umgesetzt und untersucht werden müssen.

- 10) Zusammengefasst: Sollte das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach in das Lizenzierungsverfahren der LFP und/oder in die Kontrolle der DNCG aufgenommen werden?**

Nicht unbedingt, da die kleinen Vereine noch nicht über die Mittel verfügen, um zu einem nachhaltigen Entwicklungsprozess überzugehen. Man sollte eher an der Begleitung und Unterstützung als an einer möglichen Verpflichtung arbeiten.

- 11) Was würden Sie sich von der LFP, der FFF oder anderen Vereinen wünschen? Möchten Sie noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?**

Es ist schwierig, ein Urteil zu fällen, wenn wir nicht an den Entscheidungen beteiligt sind. Es gibt sicher durchgeführte Maßnahmen, die nicht kommuniziert werden, daher ist es sehr schwierig, diese zu beurteilen. Mehr Engagement und Sensibilisierung sind meiner Meinung nach angebracht.

Vielen Dank !

Anhang 34: Yann Duclos – DNCG (übersetzt)

Mündliches Interview mit Yann Duclos (Management Controller bei der DNCG) – 24.12.2021 – Übersetzt aus dem Französischen

1) Was bedeutet für Sie der Begriff ökologische Nachhaltigkeit?

Sagen wir mal so: Heute ist es nicht mehr wirklich eine Frage, da man keine Wahl mehr hat. Es ist wirklich mehr eine Pflicht als ein Vergnügen geworden, wenn man so will. Es ist etwas, das man jetzt auf intelligente Weise in Angriff nehmen muss und Aktionen durchführen muss, bei denen man in der Lage ist, eine Wirkung zu erzielen. Etwas, das wirklich Sinn macht, bei dem man den Beitrag, den es leistet, tatsächlich messen kann. Und etwas, das auch vermarktet werden kann, um einen etwas allgemeinen Begriff zu verwenden. Das man also verkaufen kann, sei es an Partner oder an Kunden. Denn wenn es etwas ist, das dazu führt, dass man Geld oder Wettbewerbsfähigkeit verliert - das ist meine DNCG-Seite, da geht es um Geld – dann bekommt man es nur schwer vermittelt, gerade in der aktuellen Covid-Situation. Wenn wir zeigen können, dass Ökologie nicht nur dem Planeten gut tut, sondern auch kein Geld kostet, dann können wir vielleicht auch punktuelle Aktionen in etwas viel Größeres verwandeln. Man kann die beste ökologische Maßnahme durchführen - wenn man es nicht schafft, sie bekannt zu machen und mit anderen zu teilen, besteht leider die Gefahr, dass sie sehr punktuell bleibt und vielleicht nicht dauerhaft ist. Ökologie und nachhaltige Entwicklung bedeuten also, dass die durchgeführten Projekte auch Bestand haben müssen. Es gibt Vereine, die zu uns gekommen sind und gesagt haben: "Wir haben ein Spiel mit null CO₂-Emissionen gemacht." Das ist gut, aber besser wäre es das ganze Jahr über. Aber im Moment sind wir noch dabei, kleine Testaktionen durchzuführen. Das ist ein Anfang, aber noch sehr unzureichend. Wir müssen das weiterentwickeln, und dafür müssen wir investieren. Es ist das gleiche Problem wie in anderen Bereichen.

2) Ist der französische Profifußball Ihrer Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?

Ja, der französische Fußball sollte bei diesen Themen tatsächlich als Lokomotive fungieren, denn der französische Fußball, wie auch anderswo in Europa und der Welt, ist etwas, das viele Menschen mitreißt. Viele Menschen sind Fans und haben eine große Zuneigung zu ihrem Lieblingsver-

ein oder ihrer Nationalmannschaft. Wenn sich also solche Akteure für die Umwelt engagieren, werden viele Menschen folgen, weil es einen großen Mitnahmeeffekt gibt. Wir haben also bereits viel Zeit gewonnen im Vergleich zu einer Maßnahme, die von einem Pharmaunternehmen oder einer beliebigen Firma durchgeführt wird. Sie kann zwar etwas tun, aber deswegen werden ihre Kunden nicht dasselbe tun, weil die Produkte, die sie kaufen, nur Gegenstände sind. Aber ein Fußballverein ist etwas, für das man eine echte Leidenschaft hat. Ich denke, dass wir zu den Sektoren gehören, die am interessantesten sind, um solche Aktionen zu starten. Allerdings muss man dafür einen starken Willen haben und es zu einer wichtigen Priorität machen. Aber wir, zumindest im französischen Fußball, versuchen, alles auf einmal zu tun. Wenn man alles auf einmal macht, macht man nichts richtig. Das heißt, wir versuchen, für LGBT zu kämpfen, wir wollen etwas für die Umwelt tun, wir tun ein bisschen von allem. Aber wir haben keine Leitlinie, bei der sich der Fan sofort sagen wird: die Fußballliga, das ist Ökologie, oder das ist Anti-Diskriminierung, oder das ist sonst irgendwas. Wir wollen alles ein bisschen machen. Das heißt, wir engagieren uns zwar, aber das ist leider ein bisschen zu verwässert.

3) Wie schätzen Sie den Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im französischen Profifußball (Ligue 1 und Ligue 2) im Allgemeinen ein?

Das hängt sehr stark mit der Typologie der Vereine zusammen, das heißt die Vereine in Frankreich in der Ligue 1 und Ligue 2 sind sehr unterschiedlich. Wir haben sehr kleine Vereine und sehr große. Wir haben also noch viele Strukturen in kleinen Vereinen, in denen es nur 10-15 Verwaltungsangestellte gibt. Diese Vereine haben eindeutig nicht die Mittel und nicht das Personal, um alles zu tun, was mit CSR, Ökologie oder nachhaltiger Entwicklung zu tun hat. Sie sind also ein bisschen außerhalb dieses Schemas, das ist für sie nicht die Priorität. Die Priorität ist es, am Sonntag die drei Punkte zu holen, um die Klasse zu halten und damit die Fernsehgelder zu bekommen. Es sei denn, sie haben einen Partner, der vielleicht in der grünen Energiebranche arbeitet oder ähnliches, und der ihnen sagt: "Wir werden euer Sponsor, aber dafür tut ihr etwas für die Umwelt". Wenn sie also ein bisschen Geld oder einen finanziellen Anreiz bekommen, werden sie es tun. Aber sie werden es nicht aus eigener Initiative tun, weil sie nicht das Personal dafür haben. Das ist immer das Muster in einem kleinen Verein, aber davon gibt es bei uns noch viele. In den mittelgroßen oder großen Vereinen wie PSG, Marseille, Lille und anderen gibt es genug Mitarbeiter. Es gibt also Leute, die das machen können. Und da beginnen die Vereine, solche Initiativen zu ergreifen, aber das ist sehr punktuell. Jeder Verein macht das für sich, ohne zu schauen, was woanders gemacht wird, es ist sehr isoliert. Es gibt keine allgemeine Koordination in diesem Bereich. Unsere CSR-Managerin führt Aktionen durch, damit die Vereine miteinander kommunizieren, und sie verantwortet auch die Aktionen der Liga, wie wir als Institution bei diesen Dingen helfen können. Aber im Moment ist es noch sehr isoliert. Es sind quasi One-Shot-Aktionen, bei denen man den Eindruck hat, dass sie nicht wirklich in die Strategie des Vereins integriert sind. Dass es sich um kleine Extras handelt,

die den Präsidenten gefallen. Ein bisschen wie kleine Gadgets, würde man sagen. Es ist also nicht die Priorität der Vereine. Vor allem im Moment, wo wir einen starken Einfluss der Corona-Krise in den Ligen spüren, ist das Geld schwer zu bekommen, so dass sie es vorziehen, das Geld in die Spieler zu stecken, um eine sportliche Platzierung zu garantieren. Ich denke also, dass das Coronavirus leider nicht dazu beitragen wird, den ökologischen Aspekt zu fördern, der stattdessen ein wenig in den Hintergrund treten könnte. Im Moment ist es in Frankreich eher isoliert, punktuell und es gibt keine Gesamtstrategie. Meiner Meinung nach braucht es also zwei Dinge: sowohl eine Gesamtstrategie als auch Mittel, personelle und finanzielle. Ich hoffe, dass es gelingt, nach Corona auch in Frankreich eine Gesellschaft mit einem Investitionsfonds zu gründen, der Geld einbringt, so wie es in Italien oder Spanien der Fall ist. Wir wissen noch nicht, wie wir dieses Geld verwenden werden. Warum nicht also sagen, dass 10 % der Mittel zum Beispiel in ökologische Maßnahmen fließen. Das wäre eine gute Maßnahme.

4) Können Sie das ein wenig detaillierter ausführen?

Die deutsche Fußballliga ist nicht betroffen, ihr seid wirtschaftlich viel gesünder als wir; das heißt, die DFL hat auch die Möglichkeit untersucht, aber die Idee wurde schlussendlich abgelehnt. Die Idee ist, unsere TV-Rechte an eine Tochtergesellschaft zu übertragen, die eine private Handelsgesellschaft wäre. Wir sind ein Verein wie die DFL und würden die TV-Rechte also zum Beispiel auf eine GmbH übertragen, an der die Vereine beteiligt wären. Und dann würden wir 10 Prozent an Investmentfonds verkaufen, für eine Milliarde Euro zum Beispiel. Und dann, bei allen zukünftigen Verkäufen von Fernsehrechten, würden die Investmentfonds 10% der zukünftigen Erlöse nehmen, aber wir hätten sofort eine Milliarde. Das würde es den Vereinen ermöglichen, ihre Schulden abzubauen (weil sie derzeit viele Schulden durch Corona haben) und auch in langfristige, strukturelle Projekte zu investieren. Wir wollen nicht, dass das Geld in Spielergehälter fließt, das ist die große Gefahr. Wenn die Vereine Geld einnehmen, bezahlen sie die Spieler, und das Geld ist danach weg. Also ist die Idee eben, Ideen und Projekte zu finden, um dieses Geld in langfristige Aktionen zu investieren, die sowohl dem französischen Fußball als auch dem Investmentfonds ein besseres Image verleihen und zeigen, dass es sich nicht um eine rein finanzielle Operation handelt. Das Ganze ist wohlgermerkt noch in der Überlegung, es steht also noch nicht fest, ob wir das wirklich so durchführen können. Meiner Meinung nach gibt es aber so die Möglichkeit, etwas Intelligentes für alle zu tun, von dem zum Beispiel alle CSR-Aktionen in den Vereinen profitieren könnten. Indem man vielleicht sagt, dass 10% der Gesamtsumme, die wir zahlen, zweckgebunden sind, mit der Verpflichtung, uns zu zeigen, dass es zum Beispiel dazu dient, CSR-Aktionen zu machen. Ich denke, dass wir mit diesem Geld eine Basis haben, um in Frankreich einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz zu leisten.

5) In Frankreich finanzieren sich die Vereine zur Hälfte aus den Fernsehgeldern. Wenn also all das in einen Fonds fließen würde und die Vereine es anschließend nicht für Spieler ausgeben können, wie soll das dann funktionieren?

Es wird immer noch Fernsehgelder geben. Die Gesellschaft wird die Fernsehrechte besitzen und ein Teil davon wird an den Fonds gehen. Aber der Rest geht trotzdem an den Verein. Sie werden nicht die gesamten Fernsehgelder verlieren. In Spanien würden sie zum Beispiel 100 Millionen Euro pro Jahr verlieren, aber trotzdem noch 1,7 Milliarden Euro bekommen. Das ist also eine Rechnung, die man machen muss. Das kann auch dazu dienen, die Gehälter zu senken, wenn es in Zukunft weniger Fernsehgelder geben wird. Das kann auch gut sein, um die Inflation der Spielergehälter zu verlangsamen. Als ich vor 15 Jahren angefangen habe, hier zu arbeiten, lag das Durchschnittsgehalt eines Spielers in der Ligue 1 bei ungefähr 30.000€. Jetzt sind wir bei 100.000€ pro Monat. Sie laufen nicht schneller als früher, sie schießen nicht dreimal so viele Tore, also ist die Qualität ungefähr gleich, aber man zahlt dreimal so viel dafür. Wir haben ein Problem damit.

6) Wer ist dafür zuständig, den französischen Fußball nachhaltiger zu machen?

Meiner Meinung nach werden es nicht die Vereine sein, denn die Vereine schauen nur auf ihre eigenen Interessen. Die Idee eines Clubs ist es, besser zu sein als der Club nebenan. Ökologie oder CSR werden ihnen dabei nicht helfen. Im Gegenteil, es kann dazu führen, dass sie Geld oder personelle Ressourcen verlieren. Es muss also von der Liga kommen, da wir die Instanz sind, die alle Profivereine verwaltet. Wenn wir also beispielsweise in der Lizenz Umwelt- oder CSR-Kriterien festlegen, kann dies ein Weg sein, dies zu tun. Der andere Weg ist die zu gründende Gesellschaft. Da wir wissen, dass wir vielleicht viel Geld dadurch bekommen werden, kann es helfen, einen Teil dieses Geldes für langfristige Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung zu verwenden. Ein anderer Stakeholder, der uns bei diesem Thema helfen kann, könnten die Ministerien sein. Der französische Fußballverband ist dem Sportministerium unterstellt, und wir als Liga sind dem Verband unterstellt. Das Sportministerium steht dem Umweltministerium nicht sehr nahe, aber warum sollte man nicht eine Annäherung zwischen dem Sportministerium und dem Umweltministerium schaffen? Dass es Richtlinien geben wird, in denen man dem Verband und der Liga sagt: Sorgt dafür, dass die Vereine dazu angeregt werden, nachhaltiger zu agieren. Oder zwingt sie über die Lizenz. Aber man kann auch viel liberalere Methoden haben, um in die nachhaltige Entwicklung zu investieren. Das kann nicht von den Vereinen kommen, aber das kann auch von den Partnern kommen. Dass die Partner der Vereine irgendwann sagen, ich bin bereit, Geld in die Hand zu nehmen, um Sponsor zu werden, aber im Gegenzug möchte ich Maßnahmen für die Umwelt sehen. Oder es muss von uns kommen, den Instanzen, der Liga, dem Verband, oder vom Ministerium.

7) Weder die LFP noch die DNCG verlangen von den französischen Vereinen, dass sie anhand konkreter Kriterien ökologisch nachhaltiger werden. Sind Sie der Meinung,

dass solche Kriterien in die jeweiligen Kataloge aufgenommen werden sollten, um den französischen Fußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Die Aufnahme von Kriterien in die Lizenzierung ist ein etwas einschränkender oder verpflichtender Aspekt, aber leider ist man in Frankreich, wenn man etwas erreichen will, oft gezwungen, solche Methoden anzuwenden und die Leute dazu zu zwingen. Wenn wir das tun sollten, dann eher über die LFP mit ihrer Lizenz. Die DNCG ist wirklich nur der finanzielle Teil, also haben wir nicht so viele Infrastrukturkriterien. Die Lizenzierungsabteilung der LFP hat auch mehr Personal, um die Aktionen zu kontrollieren, die durchgeführt werden. Ich denke also, dass dies eher über die Lizenz erfolgen sollte. Das Sportgesetz in Frankreich trennt die Aktivitäten klar voneinander, indem es sagt, dass die Aktivität der Liga und damit die Lizenz die Durchführung der Wettbewerbe ist, und die Aktivität der DNCG die finanzielle Überwachung. Alles, was darüber hinausgehen könnte, ist derzeit nicht bei uns angesiedelt. Oder wir müssten das Gesetz ändern - warum nicht. Aber ich denke tatsächlich, dass es eine gute Sache sein könnte, dies als Kriterium in die Lizenz aufzunehmen. Allerdings muss man sich auch in die Lage der Vereine versetzen. Wenn wir einem Verein sagen: "Ihr braucht eine bestimmte Anzahl von Punkten, um die Lizenz zu erhalten“, dann werden die Vereine Entscheidungen treffen müssen. Sie werden nicht alle ökologisch handeln. Vielleicht werden sie sagen, entweder ich mache ökologische Aktionen oder ich schaffe mehr Plätze für meine Medienzone. Sie fangen also an zu rechnen und zu sagen: Was bringt Punkte, und was kostet wie viel Geld? Und das führt dazu, dass es vielleicht Vereine gibt, die ökologisch handeln, aber in diesem Fall ist ihre Infrastruktur nicht so gut. Das Ziel der Vereine ist es nicht, alle Lizenzierungskriterien zu erfüllen. Sie streben danach, das Minimum zu haben. Auch das ist Französisch. Die Vereinslizenz ist eine recht einfache Sache, denn bei jedem Kriterium steht die Anzahl der Punkte daneben, so dass der Verein sofort weiß, welches Kriterium er erfüllen will und welches er überhaupt nicht beachten wird. Eine gute Möglichkeit wäre zum Beispiel, die Punktzahl nicht anzuzeigen. Wenn Sie die Punktzahl sofort anzeigen, werden die Vereine bei jedem Kriterium sagen, na gut, das nicht, das nicht, das nicht. Wir machen nur das Minimum. Das ist ein Risiko, wenn man es in die Kriterien aufnimmt, dass die Vereine eine Entweder-oder-Entscheidung treffen. Vielleicht wäre eine andere Lösung, die ökologischen Kriterien aus der Vereinslizenz herauszunehmen und sie zu einer Art vollwertiger Lizenz zu machen. Eine vollwertige Lizenz mit nur ökologischen Kriterien, CSR und nachhaltiger Entwicklung. Und wenn man diese Lizenz hat, hat man Anspruch auf den berühmten Investitionsfonds. Und in dem Moment ist es ein Anreiz für die Vereine. Es zwingt sie nicht, Abwägungen zu treffen und zu sagen, wenn ich ökologisch handle, wird mein Stadion veraltet und ich führe keine Arbeiten mehr im Stadion durch. Und gleichzeitig werden sie belohnt, indem man sagt: Wenn ihr etwas tut, bekommt ihr dafür auch Geld. Mit diesem Geld können sie tun, was sie wollen, aber sie haben sowohl ein positives Image, weil sie Aktionen durchführen, als auch eine Belohnung. Das ist vielleicht der logischste Weg.

8) Wenn wir bei der Idee einer rein ökologischen Lizenz bleiben: Die Idee wäre, diese Lizenz zu haben, und das berechtigt zu dem Geld, das aus dem Fonds kommt. Wenn es also Vereine gibt, die sich dagegen entscheiden, bekommen sie das Geld nicht?

Genau das ist der Fall. Sie müssen sich entscheiden, die Klubs haben immer eine Wahl. Man könnte zum Beispiel drei Labels machen, erste, zweite und dritte Stufe, damit auch kleine Clubs mit kleinen Projekten etwas abhaben können. Wenn man sie sofort ausschließt, indem man Kriterien aufstellt, die zu schwer zu erfüllen sind, werden sie sagen, dass sie nicht interessiert sind. Man könnte also zum Beispiel drei Stufen einführen, mit einer finanziellen Belohnung auf der anderen Seite. Bei der aktuellen Lizenz werden die Vereine ökologische Maßnahmen anstelle von anderen Dingen tun. Es wird ein Nullsummenspiel sein. Aber hier könnten wir die Chance nutzen, die wir mit dieser Menge an Geld haben, das bald kommen könnte, um etwas Neues auf den Weg zu bringen und unser Image zu verbessern. Das große Problem des französischen Fußballs ist das schlechte Image. Die großen Unternehmen investieren nicht in den Fußball, es gibt bei uns keine Firma aus dem CAC40, die im Fußball tätig ist. Während in Deutschland alle Dax-30-Unternehmen im Fußball tätig sind. Bei uns will niemand kommen. Und das, was im Moment auf den Tribünen passiert, wo sich die Leute gegenseitig verprügeln, macht die Sache auch nicht besser. Wenn wir uns zumindest in einem Kriterium wie Umwelt und Ökologie positionieren, haben wir vielleicht eine Chance, das Image ein wenig zu drehen.

9) Sprechen wir über kleine Vereine, die nicht viel Geld haben, vor allem in der Covid-Situation: wie motiviert man sie?

Aus diesem Grund ist die finanzielle Belohnung die Einzige, die für die Vereine interessant sein könnte. Das heißt, wir werden ihnen sagen, selbst kleine Vereine, wenn sie das erste Label haben, bekommen sie zum Beispiel 100.000€. Mit 100.000€ können sie eine Person einstellen, einen Vollzeitangestellten. Das kostet sie vielleicht 50.000€, und dann haben sie noch 50.000€ übrig, um Projekte durchzuführen. Und wenn sie Projekte durchführen, werden sie auch Partner anziehen, und die Presse wird kommen und Artikel schreiben. Der gesamte Verein wird also gewinnen. Man muss es schaffen, sie daran teilhaben zu lassen und es richtig zu verkaufen. Aber ich denke, es wird ausschlaggebend sein, zu sagen, wir geben ihnen Geld. Mit diesem Geld können sie sich strukturieren. Es muss so viel sein, dass mindestens eine Vollzeitstelle geschaffen werden kann, sonst hat es keinen Sinn. Und gleichzeitig gibt man ihnen einen kleinen Anforderungskatalog und sagt, schaut euch an, was euch vernünftig erscheint, was am Anfang leicht zu machen ist. Wir brauchen auch so genannte Quick-Wins, d.h. Dinge, die relativ schnell zu Gewinnen führen können. Keine Sachen über drei oder vier Jahre, sondern Sachen, bei denen ich schon im nächsten Monat etwas vorweisen kann, schon etwas erreicht habe. Das schließt auch nicht aus, dass man dahinter langfristige Pläne hat. Aber um den Vereinspräsidenten und die Aktionäre für ein Thema wie dieses zu interessieren, muss man schnell und regelmäßig Fortschritte, Gewinne und neue Partner vorweisen können, die

gekommen sind, weil sie sich für das interessieren, was man tut. Wenn man nur langfristige Projekte in der Infrastruktur macht, wird man sie irgendwann verlieren. Ich denke also, dass man am Anfang von der finanziellen Seite ausgehen muss. Und dann wird sich das Ganze selbst tragen. Da das Geld aus dem Investitionsfonds etwas ist, das nur ein einmaliger Zuschuss ist, müssen die Projekte dahinter nachhaltig sein und von selbst überleben. Man kann ihnen am Anfang Geld geben, um die Sache ins Rollen zu bringen, aber dann müssen die Leute Verantwortung übernehmen und die Projekte selbst am Leben erhalten. Vor allem, weil die Vereinsführung derzeit ziemlich alt ist, zumindest in Frankreich, also ist es für sie nicht ihre Tasse Tee. Sie wurden nicht mit diesen Themen erzogen. Es ist also schwieriger, sie zu interessieren. Ich denke, dass es in 20 oder 30 Jahren, wenn die Generation der Präsidenten erneuert wird, einfacher sein wird. Aber wir müssen jetzt damit anfangen. Wenn wir erst in 30 Jahren anfangen, ist es zu spät. Wie ich die französischen Präsidenten kenne, ist das einzige Argument, das sie dazu bringen kann, zuzuhören, das Geld. Geben Sie ihnen ein bisschen Geld und sie werden zuhören. Wenn Sie ihnen sagen, dass es etwas ist, das sie umsonst machen werden, werden sie Ihnen nicht zuhören.

10) Wie kann man in diesem Zusammenhang Greenwashing verhindern?

Das wird im Fußball ein echtes Problem sein, da bei uns das Image und die Kommunikation viel wichtiger sind als das, was wir tatsächlich tun. Also wird es tatsächlich eine echte Kontrollarbeit dahinter geben müssen. In die Vereine zu gehen, um sich ein Bild davon zu machen, was dort wirklich getan wurde oder was nur Kommunikation ist. Die UEFA hat eine Art finanzielle Lizenz eingeführt, die sich Financial Fairplay nennt, und in den Kosten des Projekts ist auch ein Teil für die Kontrolle vorgesehen, die in allen Ländern durchgeführt wird. Die UEFA macht das in 56 Ländern, also ist das für sie eine wirklich gigantische Sache, und alle zwei Jahre kommen sie, um uns, Frankreich, zu kontrollieren, ob wir die Vergabekriterien eingehalten haben. Von Beginn des Projekts an muss also ein Teil der Finanzierung vorgesehen werden, der in die Kontrolle der Akteure fließt. Ich würde den Vereinspräsidenten gerne vertrauen, aber ich kenne sie leider zu gut. Also muss man das tatsächlich tun. Fußball ist etwas, das sehr medienwirksam ist, das viel Presse anzieht, viele Artikel, viele Kommentare in den sozialen Netzwerken. Wenn man also jemals ein solches Projekt auf die Beine stellt und feststellt, dass dahinter Greenwashing steckt, wird das nach hinten losgehen. Man sollte also nicht davor zurückschrecken, auch hier kontrollierende und bestrafende Mittel einzusetzen, denn dadurch wird der gesamte Prozess viel sicherer. Wie man in meinem früheren Beruf sagte, ist Vertrauen gut, aber Kontrolle ist besser.

11) Gibt es noch etwas, das Sie gerne hinzufügen möchten? Etwas, worüber wir noch nicht gesprochen haben?

Ich kann Ihnen erzählen, was uns die französischen Vereine berichten, wenn wir bei ihnen die Audits durchführen. Es wird viel über die Finanzen gesprochen, aber oft sagen wir den Präsidenten, bevor wir zu den Finanzen kommen: erzählen Sie uns, was in Ihrem Verein passiert ist. Und so

haben wir einige Fälle, die auf diese Weise hochkommen. Alles, was mit der Nutzung von Regenwasser zu tun hat, ist eine Sache, die zuerst begonnen hat. Denn es gab sofort ein wirtschaftliches Interesse. Wenn man das Regenwasser nutzt, muss man nicht für Wasser bezahlen. Das haben sie sofort verstanden, das ging schnell. Alles, was mit Photovoltaikanlagen auf den Stadionsdächern zu tun hat, wird überhaupt nicht angegangen, ich weiß nicht warum. Die Reduzierung von Flugreisen ist auch ein Kriterium, über das sie mit uns sprechen, weil sie sofort sehen, wie viel Geld das spart. Bei uns denken die Vereine sehr stark nach dem Motto: Ökologie, ja okay, aber was bringt es mir, was kostet es mich? Jedes Mal ist es eine Abwägung zwischen diesen Dingen. Man kann jemanden haben, der sich sehr für Ökologie einsetzt und der den Präsidenten überzeugen will. In dem Fall wird er sagen, wenn wir nicht fliegen, sparen wir 100.000€ im Jahr. Das findet der Präsident gut. Aber dann fragt man den Trainer, der sagt, nein, die Spieler wollen fliegen. Und sofort ist die Sache erledigt, man spricht nicht mehr darüber. Das hängt auch von der Führung in den Vereinen ab, und bei uns ist das Sportliche noch sehr wichtig, vielleicht zu wichtig. Deshalb gibt es viele solcher Projekte, die nicht zustande kommen. Bei allem, was Catering und wiederverwendbare Gegenstände betrifft, beginnen wir, Aktionen zu sehen. Es gibt eine Arbeitsgruppe zum Thema Catering, die bei uns in der Liga gegründet wurde und die sich fragt, wie man das Catering in den Stadien verbessern kann. Und da weiß ich, dass es auch eine Komponente der nachhaltigen und ökologischen Entwicklung gibt. Also mit lokalen Produzenten zu arbeiten, mit Gegenständen zu arbeiten, die entweder einen geringeren CO₂-Fußabdruck haben oder wiederverwendbar sind. Solche Dinge eben. Ein Grund, warum euch die nachhaltige Entwicklung in Deutschland besser gelingt als uns in Frankreich ist auch: Eure Vereinsstruktur ist anders. In Deutschland werden die Präsidenten in den Vereinen gewählt. Mit einem ökologischen Programm zu kommen, wenn man für das Amt des Präsidenten kandidiert, kann also ein Weg sein, um Stimmen zu bekommen und somit diese Projekte zu entwickeln. In Frankreich sind die Präsidenten die Eigentümer der Vereine. Wir haben keine bezahlten Präsidenten und keine transparenten Wahlkampagnen wie in Deutschland. In Frankreich gibt es keine Wahl. Der Präsident ernennt sich selbst, weil er der Eigentümer des Vereins ist. In Deutschland führt die Funktionsweise der Demokratie im Verein und die Vereinsstruktur dazu, dass alles, was problematisch sein könnte, wie Ökologie oder nachhaltige Entwicklung, auch ein Argument für Wahlkämpfe sein kann. Und so kann es für zukünftige Präsidenten ein Anreiz sein.

Vielen Dank!

Anhang 35: Pierre Lalot – Football Écologie France (übersetzt)

Schriftliches Interview mit Pierre Lalot (Verantwortlicher der Antenne Bordeaux bei Football Écologie France) – 07.01.2022 – Übersetzt aus dem Französischen

- 1) Du arbeitest beim Verein Football Écologie France, der sich zum Ziel gesetzt hat, den französischen Fußball nachhaltiger zu gestalten. Kannst du beschreiben, in welchen Bereichen deine Expertise liegt?**

Ich bin bei dem Verein Football Écologie France angestellt und leite die Zweigstelle in Bordeaux. Football Écologie France ist ein nationaler Verein (mit Sitz in Lyon), der an Zweigstellen in ganz Frankreich und auch im Ausland (Belgien, Schweiz, Deutschland...) vertreten ist. Neben der Arbeit vor Ort und der Begleitung von Amateurfußballvereinen auf dem Weg zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit bin ich auch an nationalen Projekten beteiligt, z.B. an der Entwicklung von Tools (E-Learning, Sensibilisierungsworkshops usw.) und insbesondere am Programm „Ökofankultur“, das Fußballfans das Engagement für ökologisch verantwortliches Handeln erleichtern soll. Als Privatperson und durch meine Ausbildung in der sozio-educativen und kulturellen Animation habe ich Kompetenzen im Bereich EEDD (Éducation à l'environnement et au développement durable = Bildung für Umwelt und nachhaltige Entwicklung) aufgebaut.

- 2) Warum ist der französische Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?**

Profifußballvereine haben, wie auch Amateurvereine, die Fähigkeit, ihrer Gemeinschaft starke Botschaften zu vermitteln. Fußball ist ein universeller und populärer Sport und verfügt über eine Medienmacht, die es ermöglicht, diese Botschaften massiv zu verbreiten. Auch wenn die Vereine in Bezug auf die Umwelt weit davon entfernt sind, vorbildlich zu sein, könnten sie wichtige Akteure auf dem Weg zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit sein. Die sozialen und ökologischen Auswirkungen könnten sehr positiv sein, wenn der Fußball und der Profisport sich einem nachhaltigeren Modell zuwenden würden. Ich würde sagen, dass Profivereine eine doppelte Macht haben: die Macht, bei den Menschen, die ihnen folgen, Emotionen hervorzurufen, aber auch die Macht, Werte wie Solidarität und Nachhaltigkeit zu vermitteln.

- 3) Wie schätzt du den aktuellen Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im französischen Profifußball (Ligue 1 und Ligue 2) im Allgemeinen ein?**

Der Profifußball ist durch seine Vereine seit vielen Jahren durch karitative, humanitäre und soziale Projekte im sozialen Bereich tätig. In letzter Zeit hat man in Frankreich den Willen der Vereine festgestellt, sich konkreter mit dem Umweltschutz zu beschäftigen. In den letzten Jahren wurden zahlreiche CSR-Projekte ins Leben gerufen, und die Vereine integrieren das Konzept der Nachhaltigkeit immer stärker in ihre Gesamtstrategie. Insgesamt hinkt Frankreich bei der Umsetzung kon-

kreter Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit und insbesondere des Umweltschutzes aber deutlich hinterher.

4) Wer ist dafür zuständig, den französischen Fußball nachhaltiger zu machen?

In Frankreich agieren die Akteure sehr isoliert und schieben sich gegenseitig die Verantwortung zu, was die Umsetzung wirksamer Maßnahmen stark behindert. Meiner Meinung nach sind die Verantwortlichkeiten geteilt und alle Akteure der Fußballwelt müssen sich für eine nachhaltige Entwicklung einsetzen. Diese Logik der Partnerschaft ist übrigens eine wichtige Achse, die von den Vereinten Nationen im Rahmen der Ziele für nachhaltige Entwicklung empfohlen wird (vgl. SDG Nr. 17). Um die Frage zu beantworten, würde ich sagen, dass die Verantwortung in erster Linie bei den Organisatoren (Instanzen, Vereine...) liegt, die über die technischen, personellen und finanziellen Mittel verfügen, um die Bedingungen für eine dauerhafte und gemeinsame Nachhaltigkeit zu schaffen.

5) Weder die LFP noch die DNCG verlangen von den französischen Vereinen, dass sie anhand konkreter Kriterien ökologisch nachhaltiger werden. Dies würde jedoch eine Verpflichtung der Vereine bedeuten, nachhaltiger zu werden. Denkst du, dass solche Kriterien in die jeweiligen Kataloge aufgenommen werden sollten, um den französischen Fußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Im Profifußball wird viel Geld ausgegeben, aber zu wenig für soziale und ökologische Projekte, die von den Vereinen getragen werden. Es könnte erwogen werden, Kriterien (wie die ESG-Kriterien) einzuführen, um die Vereine zu ermutigen, sich für ökologische Nachhaltigkeit zu engagieren. Meiner Meinung nach sollten diese Kriterien gemeinsam genutzt und weltweit eingeführt werden, um für jede Profiliga gleiche Bedingungen zu schaffen und die Zusammenarbeit und Partnerschaften im Bereich der nachhaltigen Entwicklung zu fördern. Die Dringlichkeit des Klimaschutzes und die globale operative Langsamkeit erfordern heute die Einführung dieser Kriterien.

6) Wird der Fußball durch diese Entscheidung wirklich nachhaltiger oder besteht die Gefahr von Greenwashing?

Ich denke, dass die Einführung von Anreizkriterien die Vereine dazu bringen wird, mehr personelle und finanzielle Mittel in ihre CSR-Strategie zu investieren und über ihre Strategien zu berichten. Beispielsweise ist in Frankreich der einzige börsennotierte Verein, Olympique Lyonnais, auch der Verein mit dem größten CSR-Engagement. In einer Image-Gesellschaft, in der das Geld König ist, ist es für eine Struktur wie einen Profifußballverein komplex, aber nicht unmöglich, dem Risiko des Greenwashing zu entgehen. Diese Kriterien sollten dazu dienen, einen Fahrplan zur Nachhaltigkeit aufzustellen. Insgesamt sollten sie die Vereine dazu anregen, die Nachhaltigkeit zu messen, Fortschritte zu machen und sich weiterzuentwickeln.

7) Wie könnten diese neuen Kriterien deiner Meinung nach aussehen? Was sollten sie vor allem einschließen?

Die ökologischen Kriterien sollten dazu anregen, die Auswirkungen der Clubaktivitäten auf die Umwelt zu messen: Treibhausgasemissionen, Auswirkungen auf die Biodiversität, Energieverbrauch etc. Sobald die Auswirkungen gemessen und wahrgenommen werden, könnten die Kriterien auch dazu anregen, dass sich die Vereine durch die Umsetzung von konkreten Projekten für die Bewältigung der großen Umweltprobleme engagieren.

8) Besteht die Gefahr, dass einige Klubs nur die Mindestanforderungen der Kriterien erfüllen, was zusätzliche und freiwillige Initiativen verhindern würde?

Es besteht die Gefahr, dass die Clubs ihre Strategien an den Kriterien ausrichten und den Worten keine Taten folgen lassen. Um Veränderungen zu bewirken sind Sensibilisierungsmaßnahmen und die Umsetzung konkreter Projekte unerlässlich, aber sie müssen so gestaltet werden, dass sie die Zielgruppen aktivieren.

9) Was könnte sonst noch getan werden, damit der französische Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Meiner Meinung nach muss der französische Profifußball mit gutem Beispiel vorangehen und angemessene Ressourcen für soziale und ökologische Themen bereitstellen. Er muss sich auch mit lokalen und nationalen Akteuren umgeben und von ihnen begleitet werden, wenn es um Themen geht, die die Vereine und die Instanzen nur schwer beherrschen. Derzeit wird diese Dynamik durch die Logik des Fußballgeschäfts weitgehend behindert. Die Instanzen des Weltfußballs, des europäischen und des französischen Fußballs müssen regulierend eingreifen und den Übergang von der Strategie zur Operationalität ermöglichen.

10) Was würdest du dir von der LFP, der FFF oder anderen Vereinen wünschen? Möchtest du noch etwas ergänzen, gibt es einen Aspekt, den wir noch nicht beleuchtet haben?

Es ist nicht mehr an der Zeit, nur das Bewusstsein zu schaffen, sondern zu handeln. Leider hat der französische Fußball in dieser Hinsicht einen großen Rückstand. Meiner Meinung nach sollten die Instanzen des französischen Fußballs den Vereinen mehr Mittel zur Verfügung stellen, um ihre Bildungsmaßnahmen zu unterstützen und den Übergang zu einem nachhaltigeren Modell zu beschleunigen.

Vielen Dank!

Anhang 36: Séverin Fischer – Football Écologie France (übersetzt)

Mündliches Interview mit Séverin Fischer (Volunteer bei Football Écologie France) – 20.12.2021 – Übersetzt aus dem Französischen

- 1) Du bist Mitglied des Vereins Football Écologie France, der sich zum Ziel gesetzt hat, den französischen Fußball nachhaltiger zu gestalten. Kannst du beschreiben, in welchen Bereichen deine Expertise liegt?**

Ich kenne mich gut mit Umweltfragen aus, insbesondere in Bezug auf Wirtschaftsakteure. Seit 20 Jahren beschäftige ich mich mit diesen Fragen in verschiedenen Bereichen der französischen Wirtschaft. Ich bin unabhängiger Berater und habe mich Football Écologie France angeschlossen, weil der Verein zwei meiner Interessensschwerpunkte vereint: Sport und Ökologie. In diesen beiden Kompetenzzentren arbeite ich und versuche, die Frage zu beantworten: Wie kann man die negativen Umwelteinflüsse des Fußballs reduzieren? Um das zu tun, muss man die Leidenschaft, die die Menschen für Fußball haben, nutzen, um mit ihnen über Ökologie zu sprechen und die großen ökologischen Herausforderungen zu entschlüsseln.

- 2) Warum ist der französische Profifußball deiner Meinung nach in der Verantwortung, sich für ökologische Nachhaltigkeit/ den Klimaschutz einzusetzen?**

Es ist ein Thema, das alle Grenzen verschwimmen lässt, das alle Sektoren interessieren muss, das ein Teil der Gesellschaft ist. Wie macht man klar, dass die Erde Grenzen hat und dass wir dabei sind, diese Grenzen zu überschreiten? Dieser Rahmen gilt auch für den Sport. Und ich würde sagen, dass der Sport und insbesondere der Fußball darüber hinaus auch eine sehr wichtige Rolle als Ort der Pädagogik und der Sensibilisierung haben. Der Sport und der Fußball haben also absolut ihren Platz im ökologischen Wandel.

- 3) Wie schätzt du den aktuellen Stand von ökologischer Nachhaltigkeit im französischen Profifußball (Ligue 1 und Ligue 2) im Allgemeinen ein?**

Der Fußball setzt sich seit einigen Jahren sehr stark für soziale Themen, für Werte, für das Zusammenleben und den Respekt ein. Er vermittelt Botschaften zum Kampf gegen Rassismus, gegen Homophobie und für die soziale Eingliederung. Bei diesen Themen ist er bereits stark genug. Was die Umwelt angeht, so gibt es meiner Meinung nach, abgesehen von einigen spontanen oder sporadischen Initiativen, die man hier in Frankreich oder anderswo in Europa beobachten kann, keine große Bewegung im Fußball, sich für mehr Nachhaltigkeit zu engagieren. Ich denke, es gibt noch viel zu tun, sowohl im Profi- als auch im Amateurfußball.

- 4) Wer ist dafür zuständig, den französischen Fußball nachhaltiger zu machen?**

Ich denke, jeder ist verantwortlich. Ich weiß nicht, wer hier die treibende Kraft sein sollte, da es wirklich ein Teufelskreis ist. Die Fans müssen mehr fordern; die Spieler müssen mehr handeln; die

Vereinsmanager, die Eigentümer, und diejenigen, die den Profifußball betreuen, müssen mehr in Aktion treten. Es gibt eine gemeinsame Verantwortung. Jede Partei kann eine Rolle spielen und niemand wird alles alleine machen können. Jeder muss an diesem Rad drehen, um den französischen Fußball zum Erfolg zu führen. Ich zeige nicht mit dem Finger auf eine bestimmte Person, sondern ich denke, dass jeder etwas bewegen kann.

5) Weder die LFP noch die DNCG verlangen von den französischen Vereinen, dass sie anhand konkreter Kriterien ökologisch nachhaltiger werden. Dies würde jedoch eine Verpflichtung der Vereine bedeuten, nachhaltiger zu werden. Denkst du, dass solche Kriterien in die jeweiligen Kataloge aufgenommen werden sollten, um den französischen Fußball ökologisch nachhaltiger zu machen?

Ich denke, das ist eine sehr gute Idee. Da müsste man aber dann schauen, was hinter diesen Kriterien steckt, wie sie gemacht werden. Sind sie gerecht? Werden sie die Vereine wirklich dazu bringen, über das hinaus zu handeln, was sie bereits tun, um sie weiter zu pushen? Ich denke, es wäre dann eine gute Idee, wenn diese Kriterien es ermöglichen würden, mit dem Entzug der Lizenz zu drohen, sollten sie nicht erfüllt werden. In England gibt es ein (inoffizielles) Ranking der Premier-League-Vereine nach ihrer CSR-Leistung. Auch diese basiert auf Kriterien, könnte also als Beispiel dienen.

6) Wie kann man die Kriterien vergleichbar machen?

Ich denke, es ist ein wenig kompliziert, für alle dieselben Kriterien zu verwenden, da es innerhalb der Vereine sehr heterogene Situationen gibt. Also wird man zwangsläufig Vereine finden, die über oder unter der Messlatte liegen, wenn man die gleiche Messlatte für alle anlegt, ohne ihre Situation zu betrachten. Eine Möglichkeit wäre, zu betrachten, wie die Clubs vorankommen. Ein Kriterium könnte zum Beispiel sein, dass jeder Verein eine Treibhausgas- oder CO₂-Bilanz erstellen muss. Außerdem könnte man bestimmte Mittel auferlegen. Man verlangt zum Beispiel von jedem Verein, dass er zeigt, was er in Bezug auf die Entsorgung der Abfälle, die in einem Stadion entstehen können, tut. Ich finde, es müssten weniger Kriterien in Bezug auf das Ergebnis, sondern eher in Bezug auf die Mittel und das Vorgehen sein. Also eher: „Arbeitet der Verein daran?“, anstatt: „Wie viel hat er erreicht?“. Man sollte also auferlegen, auf dem Weg zu sein, sich zu verbessern. Und oft ist das Erstellen einer CO₂-Bilanz eine gute Möglichkeit, eine Basis für diese Betrachtung zu haben.

7) Könnte man zum Beispiel für diejenigen, die mehr als die Mindestkriterien erfüllen, Belohnungen anbieten? Etwas, das einen Anreiz gibt, noch mehr zu erreichen?

Das könnte man, aber ich sehe nicht wirklich, welchen Sinn diese Belohnungen haben sollten. Man könnte auch auf die Kommunikation setzen und diejenigen hervorheben, die am meisten erreicht haben. Es ist also eher eine Belohnung durch Kommunikation als auf andere Weise.

8) Was könnte sonst noch getan werden, damit der französische Profifußball ökologisch nachhaltiger wird?

Man könnte einen Kohlenstoffmarkt für Vereine einführen. Das geht von der Idee des Kohlenstoffmarktes für Unternehmen auf europäischer Ebene aus, und man könnte das Gleiche für die Vereine etablieren. Sie müssten also ihre CO₂-Bilanz erstellen, und ihre individuellen Auswirkungen messen. Dann wird dahinter ein Kohlenstoffmarkt geschaffen, der Anreize zur Reduzierung bietet. Diejenigen, die reduzieren, können Emissionskredite an diejenigen verkaufen, die zu viel ausstoßen. Die wiederum kaufen diese Kredite auf dem Markt, um ihre Emissionen zu decken. Das ist eine Idee, die man überdenken und detailliert ausarbeiten muss. Aber ich denke, es wäre eine gute Möglichkeit, die man umsetzen könnte.

9) Wie stellst du dir die Einführung eines solchen Marktes vor?

Zunächst müsste jeder Verein dazu verpflichtet werden, seine CO₂-Bilanz zu erstellen, um von einem gemeinsamen Maßstab ausgehen zu können. Danach wäre es im Zweifel Aufgabe der Liga, diesen geschlossenen Kohlenstoffmarkt zwischen den französischen Profivereinen zu organisieren. Die Liga hat recht gute Möglichkeiten, um dies zu tun. Aber sie wird warten müssen, bis die Vereine nicht mehr durch die Corona-Krise gefährdet sind.

10) Wenn man sich die Vereine ansieht, die ein großes Budget haben und viel Geld ausgeben, ist das dann nicht eine zu einfache Lösung für sie? Weil sie somit einen Anreiz hätten, Kohlenstoffkredite auf diesem Markt zu erwerben, und damit nicht darüber nachdenken, wie sie ihre Emissionen reduzieren könnten?

Es kommt darauf an, wie viel du für den Kohlenstoff auf diesem Markt bezahlst. Wenn du ihn sehr teuer ansetzt, denken selbst Vereine mit einem großen Budget, dass es sich lohnt, zu schauen, was sie tun können, um ihre Emissionen zu reduzieren. Man wird sie also dazu bringen müssen, ihre Kosten senken zu wollen.

11) Möchtest du noch etwas hinzufügen?

Ich habe dir viel über Kohlenstoff erzählt, weil das ein wichtiges Thema auf der Umweltagenda ist. Aber du kannst die Vereine auch dazu verpflichten, etwas im Bereich Abfallentsorgung oder Ernährung zu tun. Auch hier kannst du mit den Vereinen zusammenarbeiten, um - vielleicht mit lokalen Partnern - Wege zu finden, ihre Abfälle zu reduzieren, besser zu trennen und zu verwerten. Dass man auf kurze Wege zurückgreift und Bio-Produkte kauft, lokale Lebensmittel. Ich denke, es gibt viele Themen, bei denen du den Vereinen tatsächlich entweder vorschreiben oder empfehlen kannst, etwas zu tun.

Vielen Dank!

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich an Eides Statt, dass ich die vorliegende Abschlussarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt habe. Die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen (direkte oder indirekte Zitate) habe ich unter Benennung der Autorin/des Autors und der Fundstelle als solche kenntlich gemacht. Sollte ich die Arbeit anderweitig zu Prüfungszwecken eingereicht haben, sei es vollständig oder in Teilen, habe ich die Prüferinnen und den Prüfungsausschuss hierüber informiert.

Berlin, den 22.02.2022

Ort, Datum

Unterschrift