

Kommunikation



Website „Nachhaltigkeit im Sportverein“

VERBAND

Landessportbund
Nordrhein-Westfalen e. V.



Die Seite „Nachhaltigkeit im Sportverein“ auf der Website VIBSS des Landessportbundes NRW richtet sich gezielt an Sportvereine in NRW und bietet einen umfassenden Einstieg ins Thema: Von ersten Schritten über die Entwicklung eigener Nachhaltigkeitsstrategien bis hin zu konkreten Tools, Checklisten und Bildungsangeboten. Auch Good Practice-Beispiele aus Vereinen in NRW zeigen, wie nachhaltiges Engagement im Sport konkret aussehen kann – praxisnah und inspirierend.

Unterziele

- ➔ Wissensstand zur Nachhaltigkeit im Sport in NRW vereinheitlichen
- ➔ Vernetzung nachhaltig engagierter Sportvereine fördern
- ➔ Gutes sichtbar machen: Wertschätzung durch Veröffentlichung vorbildlicher Beispiele

Zeitaufwand

Circa einjährige Aufbauphase plus fortlaufende Pflege und Aktualisierungen

Budget

Kein separates Budget

Beteiligte

Drei festangestellte Mitarbeitende aus LSB NRW und Sportjugend NRW, weitere Unterstützende aus Mitgliedsorganisationen, Kooperation mit RENN.west

Anschrift des Vereins

Friedrich-Alfred-Allee 25,
47055 Duisburg



Vorgehen

1

Recherche und Sammlung relevanter Inhalte und Materialien

2

Bewertung, Auswahl und Priorisierung konkreter Inhalte für die Sportvereine

3

Einholung und redaktionelle Aufbereitung konkreter Praxisbeispiele aus Sportvereinen

4

Website-Gestaltung und Veröffentlichung der Inhalte

Ansprechperson

Ralf Steigels

Referent

info@lsb.nrw

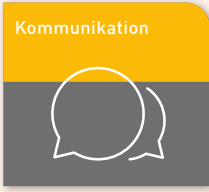
Lessons Learned

- ➔ Es gibt mehr Inhalte zu Nachhaltigkeit im Sport, als wir erwartet hätten.
- ➔ Die Darstellung guter Praxisbeispiele für Sportvereine erfordert sehr viel inhaltliche Überarbeitung.

Positive Nebeneffekte

- ➔ Wir können viele der ermittelten Inhalte auch an anderer Stelle für Workshops und Veranstaltungen nutzen.
- ➔ Durch Kooperationen im Bereich Nachhaltigkeit entstanden neue Netzwerke und Kontakte.





Instagram-Kampagne „Der SVN auf dem Weg zur Klimaneutralität“

SV Nordenham e. V.



Mit einer mehrwöchigen Instagram-Kampagne hat der SV Nordenham das Thema Nachhaltigkeit im Sport kreativ und alltagsnah sichtbar gemacht. In kurzen, ansprechend gestalteten Posts wurden praktische Tipps, erfolgreiche Vereinsprojekte und Mitmachideen vermittelt – von Müllvermeidung bis hin zu nachhaltigen Kochrezepten. Die Inhalte wurden gemeinsam mit Vereinsmitgliedern und den FSJ-lern erarbeitet, um die junge Zielgruppe authentisch anzusprechen.

Unterziele

- ➔ Sensibilisierung für Themen wie Müllvermeidung und nachhaltiger Konsum
- ➔ Unterstützung von Umweltprojekten (zum Beispiel Schmetterlingsgarten der Grundschule, Hochbeete für die Kinder)
- ➔ Motivation zum Mitmachen und Nachmachen im Verein und Umfeld

Budget

1.000 Euro

Beteiligte

Geschäftsführer, FSJ-ler*innen, Social-Media Beauftragter, drei engagierte Vereinsmitglieder

Zeitaufwand

Circa 20 Stunden

Vorgehen

1

Sammeln von Ideen gemeinsam mit den Mitgliedern und FSJ-lern

2

Förderantrag beim Landessportbund Niedersachsen stellen

3

Entwicklung der Kampagne: Inhalte, Bildsprache, Formate

4

Durchführung und Veröffentlichung der Beiträge über Instagram inklusive Evaluation

Ansprechperson

Stefan Plewka

Vorstand

verwaltung@sv-nordenham.de



Lessons Learned

- ➔ Unsere jungen Mitglieder haben durch das Projekt eine intensivere Auseinandersetzung und anderen Blick auf das Thema Nachhaltigkeit und Umwelt bekommen.
- ➔ Nachhaltigkeit lässt sich besonders gut über soziale Medien kommunizieren, wenn junge Menschen aktiv eingebunden werden.

Positive Nebeneffekte

- ➔ Wir haben es geschafft, unsere Mitglieder stärker für Nachhaltigkeits-themen zu sensibilisieren.
- ➔ In der Verwaltung setzen wir auch immer mehr auf das papierlose Büro.
- ➔ Perspektivisch sollen weitere Arbeitsgruppen beispielsweise im Rahmen des Umweltlaufs entstehen.

Anschrift des Vereins

Rudgardstr. 7

26954 Nordenham



3.7 Hebel 7: Kommunikation

Kommunikation



“ In der Kommunikation können wir uns nach dem Motto „Tu Gutes und sprich darüber“ noch weiter verbessern. Deswegen haben wir zum Beispiel seit 2023 in unserem Verbandsmagazin eine „Nachhaltigkeits-Ecke“ eingeführt, in der wir monatlich über nachhaltige Initiativen unserer Mitgliedsvereine berichten.

Anonym, Sportverband ”

Eine transparente und zielgerichtete Kommunikation ist entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Die interne Kommunikation fördert das Bewusstsein, schafft Vertrauen und verbessert die Zusammenarbeit aller Beteiligten. Das ist insbesondere mit Blick auf die ehrenamtlichen Strukturen im Breitensport sehr wichtig. Die externe Kommunikation wiederum zählt auf die Außenwirkung des Vereins oder Verbandes und damit unter anderem auf die Mitglieder- oder Sponsorengewinnung ein und schafft Sichtbarkeit für die Themen in der Breite.

Unsere Umfragen, Interviews und Recherchen zeigen jedoch, dass in Vereinen und Verbänden noch wenig über die eigenen Aktivitäten oder generell zu Nachhaltigkeit kommuniziert wird. Meistgenannte Gründe dafür sind begrenzte personelle Ressourcen und die Sorge, in die Greenwashing-Falle zu tappen. Diejenigen, die aber aktiv über ihr Nachhaltigkeitsengagement sprechen, berichten von positiven Ergebnissen: Sie können einen Mitgliederzuwachs verzeichnen und sogar über Nachhaltigkeit neue Sponsoren gewinnen. Zudem fördert es die Identifikation der Mitglieder mit dem Verein.

Auf dem Weg zu einer erfolgreichen und glaubwürdigen internen und externen Nachhaltigkeitskommunikation gibt es einige Schritte zu gehen. Zusammen mit einigen Expert*innen haben wir in einer Fokusrunde dazu diskutiert und Fragen dazu beispielhaft zusammengefasst:

- ▶ **Den Status Quo kennen:** Ermittelt, wo und wie ihr bereits über eure Nachhaltigkeitsaktivitäten sprecht und schaut, was gut funktioniert und was nicht.
 - **Intern:** Informiert ihr eure Mitglieder über eure Nachhaltigkeitsaktivitäten beziehungsweise zu einzelnen Themen wie Umweltschutz, Teilhabe oder Konsum? Nutzt ihr die Mitgliederversammlung, um Projekte vorzustellen und Ideen einzuholen? Habt ihr Gleichgesinnte im Verein oder Verband, die ihr euch zur Seite holen könnt?
 - **Extern:** Habt ihr eine Website und ist diese aktuell? Nutzt ihr Social-Media-Kanäle? Bespielt ihr diese regelmäßig? Seid ihr mit den lokalen Medien vernetzt? Arbeitet ihr mit (weiteren) Multiplikatoren zusammen?
- ▶ **Das Ziel festlegen:** Legt fest, was konkret ihr mit eurer Kommunikation erreichen wollt.
 - **Intern:** Wollt ihr eure Mitglieder für nachhaltiges Engagement in eurem Verein gewinnen? Wollt ihr eine Maßnahme umsetzen, die zu einem erhöhten Mitgliedsbeitrag führen kann? Wen müsst ihr im Verein noch überzeugen, damit es funktioniert? Und welche Vorteile für den Verein wollt ihr erreichen?
 - **Extern:** Wollt ihr neue Mitglieder gewinnen? Sucht ihr neue Sponsoren und Partner? Wollt ihr zu Nachhaltigkeit aufklären?
- ▶ **Die Zielgruppe kennen:** Überlegt, wen ihr zum Erreichen eurer Ziele braucht.
 - **Intern und extern:** Wen wollt/müsst ihr erreichen, um eure Ziele zu erreichen? Was ist der Wissensstand und das Verhaltensmuster der Zielgruppe zu Nachhaltigkeit? Welche Perspektive hat die Zielgruppe auf das Thema?

- ▶ **Die Berührungspunkte ermitteln:** Versucht, euch in eure Zielgruppe hineinzusetzen und überlegt, wo ihr sie antreffen könnt.
 - **Intern und extern:** Würde die Zielgruppe einen Newsletter lesen? Ist sie oft in der Sportstätte anzutreffen? Ist sie in den Sozialen Medien aktiv oder liest sie doch eher Zeitung? Kommt sie zu euren Veranstaltungen? Informiert sie sich bei möglichen Multiplikatoren, wie der Kommune?



- ▶ Die Kommunikation planen und starten: Überlegt euch konkrete Maßnahmen für die ermittelten „Touch Points“, das heißt Berührungspunkte mit der Zielgruppe, immer mit dem Ziel und Ressourcen (finanzieller und zeitlicher Aufwände) im Blick. Das können zum Beispiel sein:
 - **Intern:** Informelle Gespräche, vereinsinterne Umfragen oder Gewinnspiele, Aushänge an Sportplätzen, im Vereinsheim beziehungsweise der Geschäftsstelle, Workshops, Mitgliederversammlung, schwarzes Brett oder Zukunftswerkstätte
 - **Extern:** Artikel auf der Website, Social-Media-Postings, Tag der offenen Tür, Plakate, Podcast, Gewinnspiele, Gespräche mit Unternehmen
- ▶ Evaluation: Haltet ab und zu inne und prüft, wie es um eure Kommunikation zur Nachhaltigkeit steht.
 - **Intern und extern:** Konntet ihr das Ziel erreichen? Wenn ja, herzlichen Glückwunsch – baut auf diesen Erfahrungen auf. Wenn nein, woran hat es gehakt? Wie kann es besser laufen?

Empfehlungen an Sportverbände: Vorbild und Impulsgeber

Vorbild

Was ihr intern bewegen könnt:

- ▶ Führt eine Bestandsaufnahme der internen Kommunikationsstrukturen durch. Prüft, welche Kanäle (Newsletter, Intranet, Meetings) ihr bereits nutzt und ob beziehungsweise, was ihr verbessern könnt.
- ▶ Ermittelt den Wissensstand zum Thema Nachhaltigkeit innerhalb eures Verbands, beispielsweise durch Umfragen oder Workshops.
- ▶ Formuliert klare Kernbotschaften, welche eure Werte in der Zusammenarbeit und strategischen Ausrichtung nach innen und außen widerspiegeln.
- ▶ Sorgt für eine authentische und transparente Kommunikation gegenüber euren Mitgliedern, um glaubwürdig als Vorbild aufzutreten. Nutzt Website, Social Media und öffentliche Veranstaltungen, um Nachhaltigkeitsmaßnahmen einer breiteren Öffentlichkeit sichtbar zu machen.
- ▶ Bindet bekanntere Athlet*innen in die Kommunikation mit ein: Sie sind häufig bereit, sich zu engagieren und können als Nachhaltigkeitsbotschafter*innen in die Öffentlichkeit wirken.
- ▶ Stellt sicher, dass alle eure Kommunikationsmaßnahmen barrierefrei sind (beispielsweise klare Sprache, Alternative Texte für Bilder/Grafiken, Farbkontraste).

Impulsgeber

Wie ihr eure Mitgliedsvereine unterstützen könnt:

- ▶ Teilt gute und erfolgreiche Beispiele aus eurer Region oder Sportart, um andere Vereine zu inspirieren und zu motivieren.
- ▶ Veröffentlicht regelmäßig einen Newsletter oder baut ein Online-Informationsportal auf, in dem beispielsweise gute Beispiele und neue Ideen zur Nachhaltigkeit vorgestellt werden. Auch können eure Mitgliedsvereine hier mit Gastbeiträgen eingebunden werden.
- ▶ Setzt eine Ansprechperson oder Beratungsstelle ein, die die Vereine dabei unterstützt, ihre Nachhaltigkeitskommunikation gezielt aufzubauen.
- ▶ Bietet Schulungen und/oder Leitfäden für die Vereine an zur Verbesserung ihrer Kommunikation.

Empfehlungen an Sportvereine: Vom Einsteiger zum Profi

Einsteiger

Sichert euch schnelle Erfolge

- ▶ Startet mit einer Bestandsaufnahme und prüft, welche Kanäle ihr für die interne und externe Kommunikation bereits nutzt. Was läuft gut, wobei könntet ihr schnelle Erfolge erzielen?
- ▶ Aktualisiert eure Website und prüft, ob alle wichtigen Informationen auch zu eurem Nachhaltigkeitsengagement aufgeführt sind.
- ▶ Wenn ihr einen Newsletter oder ein Mitglieder magazin habt: Setzt Nachhaltigkeit in einer Ausgabe als Schwerpunktthema.
- ▶ Hängt Informationen an den stark frequentierten Orten in eurer Sportstätte auf.

Fortgeschritten

Steigert eure Ambitionen

- ▶ Werdet euch über eure Ziele und Zielgruppen klar: Hinterfragt, warum und an wen ihr über Nachhaltigkeit kommunizieren wollt. Werdet euch klar, ob ihr über eure Aktivitäten sprechen oder auch zur Nachhaltigkeit im Allgemeinen aufklären wollt.
- ▶ Führt Vereinsumfragen durch, um Wissensstände, Erwartungen und Vorschläge zur Nachhaltigkeit vor allem auch als Vereinsaktivität abzufragen.
- ▶ Nutzt die Mitgliederversammlung als Wissenspool und gleichzeitig als Kommunikationskanal für Nachhaltigkeit in eurem Verein.
- ▶ Wenn noch nicht vorhanden: Baut Social-Media-Kanäle auf beziehungsweise bespielt bestehende Kanäle regelmäßig. Überlegt euch mit Blick auf eure Ziele und Zielgruppen gut, wo ihr präsent sein müsst und wollt.
- ▶ Führt einen Tag der offenen Tür durch, an dem ihr auch eure Nachhaltigkeitsaktivitäten vorstellt.
- ▶ Überprüft eure Materialien und die digitalen Kanäle auf Barrierefreiheit und stellt bei Bedarf nach und nach beispielsweise auf einfache Sprache, starke Kontraste, Alternative Texte für Bilder/Grafiken, einfache Navigation und größere Schrift um.
- ▶ Vielleicht habt ihr eine gute Idee für ein geeignetes Nachhaltigkeits-Maskottchen, das auch gut zu eurer Sportart passt.

Profi

Geht auf 's Ganze

- ▶ Setzt alle oben genannten Schritte für eine erfolgreiche und strategische Kommunikation um.
- ▶ Führt umfassende Mitgliederbefragungen zu Themen der Nachhaltigkeit und deren Stellenwert im Verein durch.
- ▶ Startet eine Kampagne unter einem konkreten Nachhaltigkeits-Motto, in der ihr eure Erfolge öffentlichkeitswirksam präsentiert. Nutzt Testimonials/Botschafter*innen, verbindet euch mit lokalen Medien, seid in den Sozialen Medien aktiv, führt Veranstaltungen durch.
- ▶ Bewerbt euch um Nachhaltigkeitspreise, über die ihr eine große Aufmerksamkeit für euren Verein generieren könnt.
- ▶ Veröffentlicht einen (regelmäßigen) Nachhaltigkeitsbericht, in dem ihr die Ziele und Fortschritte sowie Potenziale in den Bereichen Umwelt, Soziales und Finanzen transparent dokumentiert.

Damit wird's leichter:

- ▶ Seid euch stets bewusst: Der Weg ist das Ziel! Niemand erwartet, dass ihr perfekt nachhaltig handelt. Also berichtet stolz über das, was ihr schon leistet, aber seid auch transparent mit Blick auf Lücken und die so genannte „Luft nach oben“.
- ▶ Wenn ihr selbst noch gar nicht so viel zur Nachhaltigkeit beiträgt, so könnt ihr immer über nachhaltige Themen aufklären.
- ▶ Auch wenn die Schritte groß und viel erscheinen, ist gute Vorarbeit wichtig und spart im weiteren Verlauf Ressourcen.
- ▶ Das bedeutet auch: Überlegt immer, wo ihr am meisten Menschen erreichen könnt, die für euch und eure Arbeit wichtig sind.
- ▶ Besonders in der externen Kommunikation gilt: Weniger ist mehr – Fokussiert euch auf wenige Kanäle und setzt hier gezielt Maßnahmen um.



**Zu allen weiteren Handlungsempfehlungen, spannenden Erfolgsbeispielen
und praktischen Maßnahmen für Einsteiger und Fortgeschrittene zum
Thema Nachhaltigkeit im Sportverein und -verband kommt ihr hier**



Breitensport, Umwelt und Nachhaltigkeit

Handlungsempfehlungen für Sportvereine und -verbände – Praxisnah. Inspirierend. Machbar.

LAG 21
NETZWERK NACHHALTIGKEIT NRW

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz
und nukleare Sicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

UNTERSTÜTZT VOM

