

KOS-Schriften 14



Anpfiff fürs Klima

**Bewusstseinsbildung und Förderung von Handlungs-
kompetenz zur Klimabildung von Fußballfans**



Siegmond
Space & Education
gGmbH

Anpfiff fürs Klima

**Bewusstseinsbildung und Förderung von
Handlungskompetenz zur Klimabildung
von Fußballfans**



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Redaktion:

Gerd Wagner (KOS) und Daniel Guggeis
Dr. Alexandra Siegmund und Maximilian Humberger (S:SE)

Mitwirkende:

Fanprojekt Hannover, Fanprojekt Ingolstadt, Fanprojekt Stuttgart

Gestaltung:

Ingo Thiel

Fotos:

KOS, S:SE

Druck:

Druckerei Imprinta, Obertshausen

ISBN-NR: 978-3-89152-418-3

V.i.S.d.P.:

Michael Gabriel, KOS bei der dsj, Otto-Fleck-Schneise 12, 60528 Frankfurt am Main

1. Auflage, April 2025

Gefördert vom:



Gefördert aus Mitteln des Kinder- und Jugendplans des Bundes (KJP) vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL)

Inhalt

Einleitung	6
Grußwort der Bundesumweltministerin	8
Grußwort des Schirmherrn Timo Hildebrand	9
Prof. Dr. Alexander Siegmund (PH Heidelberg)	
Exkurs – Fußball im Klimawandel – wie gefährdet ist der Sport?	10
Anpfiff fürs Klima	
Wie können wir Fanarbeit und Klimakrise zusammenbringen?	12
Vernetzt euch	
Das World Café als Möglichkeit zur Fanbeteiligung	18
Wer wird Klima-Meister?	
Fans bewerten per App Stadien auf ihre Klima-Tauglichkeit	24
Trag es weiter, sag es weiter	
Öffentlichkeitsarbeit im Projekt Anpfiff fürs Klima als Baustein für eine erfolgreiche Projektarbeit	28
Anpfiff fürs Klima	
Aus Sicht der Fanprojekte	32
Verlängerung fürs Klima?	
Fazit und Zukunft des Projekts	36
Interview	
Jennifer Amann	40

Einleitung

Klimawandel und Fußball – zwei Themen, die die Massen bewegen und auf den ersten Blick wenig Gemeinsamkeiten haben. Doch auch der Fußball bleibt nicht von der Klimakrise verschont. Klimafolgen wie Starkregen oder extreme Hitze zeigen schon heute große Auswirkungen auf den Sport. Fußball- und Sportgroßveranstaltungen verursachen ihrerseits durch Reiseverkehr, hohen Wasser- und Energieverbrauch und den Bau- oder Ausbau von Stadien und Infrastruktur einen hohen CO₂-Ausstoß. Dem Fußball kommt also aufgrund seines hohen gesellschaftlichen Stellenwertes eine besondere Verantwortung zu, wenn es darum geht, dem Klimawandel und seinen Folgen entgegenzuwirken. Die DFL hat bereits reagiert und Nachhaltigkeit und Klimaschutz als Kriterien in ihre Lizenzierungsordnung für die Bundesliga und 2. Bundesliga aufgenommen. Um das Thema mehr ins Bewusstsein der Fußballfans zu rücken, haben die Siegmund: Space & Education gGmbH (S:SE) und die Koordinationsstelle Fanprojekte bei der Deutschen Sportjugend (KOS) das vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) geförderte Projekt „Anpfiff fürs Klima“ ins Leben gerufen. Denn Fußballfans sind wichtige Multiplikator*innen und Verantwortungsträger*innen, um ein breites Bewusstsein für Klimaschutz in der Fankultur, aber auch bei ihren jeweiligen Fußballvereinen zu verankern.

Die Siegmund: Space & Education gGmbH ist ein innovatives gemeinnütziges Unternehmen, das sich schwerpunktmäßig mit wissenschaftlichen und pädagogischen Bildungsprojekten und der Erstellung von Materialien zu umwelt- und klimarelevanten Themen beschäftigt sowie Evaluationen und Beratungen anbietet. Für verschiedenste Zielgruppen werden Lernmaterialien und Workshops mit digitalen und analogen Inhalten entwickelt und gestaltet, um eine größere Sensibilisierung der Gesellschaft für die Themen Umwelt, Natur und Klima zu erreichen.

*S:SE-Geschäftsführerin Dr. Alexandra Siegmund:
„Im Fußball sehen wir eine große gesellschaftliche Relevanz. Er begeistert jedes Wochenende tausende Menschen in den Stadien und vor dem Fern-*



seher. Aufgrund dieser Relevanz kommt ihm auch eine gewisse Verantwortung für gesellschaftliche Herausforderungen zu. Mit dem Projekt „Anpfiff fürs Klima“ wollen wir junge Fußballfans dazu befähigen, die gesellschaftliche Herausforderung des Klimawandels anzugehen und in ihren Vereinen mehr Klimaschutz und Klimaanpassung anzustoßen.“

Die Koordinationsstelle Fanprojekte bei der Deutschen Sportjugend (KOS) kümmert sich seit 30 Jahren um die inhaltliche Begleitung und Koordinierung der aktuell 71 sozialpädagogischen Fanprojekte in Deutschland. Fanprojekte sind professionelle Einrichtungen der Jugendarbeit und leisten seit über 40 Jahren erfolgreiche Arbeit im Bereich der Demokratiebildung, Gewaltprävention und Antidiskriminierung mit jugendlichen Fußballfans. Ihnen kommt eine wichtige Kommunikations- und Vermittlungsposition zu. Zudem sind sie Expert*innen zu aktuellen fankulturellen Themen.

Die KOS agiert als Schnittstelle zwischen dieser professioneller Fanarbeit und (sport-)politischen Institutionen.

Gerd Wagner, stellv. Leiter der KOS:

„Mit dem Projekt „Anpfiff fürs Klima“ möchte die KOS das Portfolio der pädagogischen Arbeit der Fanprojekte erweitern und die gut aufgebauten Strukturen im Bereich Fußball für die Sensibilisierung der jungen Menschen zum Thema Klima nutzen. Junge Fußballfans sollen durch das Projekt angesprochen und aktiv eingebunden werden, um bei ihrem eigenen Verein etwas zu bewirken.“



Kick-Off des Projekts war im Herbst 2022. In den ersten Monaten stand die inhaltliche Konzeptentwicklung im Vordergrund. Ziel dabei war es, insbesondere junge Fußballfans für die Themen Klimawandel, Klimaschutz und Klimaanpassung zu sensibilisieren und mit ihnen mögliche Formen der Beteiligung und des Aktivwerdens zu erarbeiten. Um dies zu erreichen, entwickelten die Projektpartner S:SE und KOS die Klima-Meister-App und einen dazugehörigen Grundlagenworkshop.

Durchgeführt wurden die Workshops in Kooperation mit den Fanprojekten vor Ort. In der Pilotphase des Projekts waren die Fanprojekte in Ingolstadt (3. Liga), Hannover (2. Bundesliga) und Stuttgart (Bundesliga) eingebunden, um die

Inhalte des Workshops und der App entsprechend zu testen, zu evaluieren und zu optimieren. Im weiteren Projektverlauf folgten Workshops in Heidenheim, Hofenheim, Wiesbaden, Köln sowie auf Schalke.

Gerd Wagner (KOS): „Die vorliegende Veröffentlichung aus der Reihe der KOS-Schriften soll Einblicke in unser Projekt „Anpiff fürs Klima“ geben. Dabei wollen wir im Rahmen einzelner Fachbeiträge die Besonderheiten unseres Projekts und unserer Zielgruppe, die Wichtigkeit von Klimaschutz und Klimaanpassung im Bereich des Fußballs und erste kleine Erfolge unseres Projekts aufzeigen.“

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!

Dr. Alexandra Siegmund (S:SE) und Gerd Wagner (KOS)



Die neu entwickelte Klima-App geht an den Start (v.l.n.r. Dr. Alexandra Siegmund, Maximilian Hieberger von S:SE, ehemaliger Parlamentarischer Staatssekretär des BMUV Christian Kühn, Daniel Guggeis, Gerd Wagner (KOS))

Grußwort der Bundesumweltministerin

Liebe Leserin, lieber Leser,

wer einmal im Hochsommer im Stadion war, weiß, wie wichtig Schattenplätze sind und wie gut es tut, bei Hitze ein kühles Wasser zur Hand zu haben.

Unsere Sommer sind von immer neuen Temperaturrekorden geprägt, manchmal bis in den September hinein. Heiße Tage gab es zwar schon immer, aber sie werden häufiger und extremer. Und auch Starkregen oder Überschwemmungen stellen uns immer öfter vor große Herausforderungen. Das gilt auch für den Sport.

Uns an diese Bedingungen besser anzupassen, ist elementare Gesundheitsvorsorge. Für den Sport bedeutet das zum Beispiel: Sporttreibenden und Fans ausreichend Schatten zur Verfügung stellen, Schutz vor Extremwetter bieten und die Gebäude und Sportstätten klimafit umrüsten. Nur so kann Sport auch in Zukunft ohne Gesundheitsrisiko und in entspannter Atmosphäre stattfinden.

In Deutschland sind 50 Millionen Menschen regelmäßig sportlich aktiv, über 28 Millionen Mitglieder zählen die Sportvereine. Gerade der Fußball als Breitensport bietet eine riesige Chance, Klimaschutz und Klimaanpassung voranzubringen. Genau da setzt das Projekt „Anpfiff fürs Klima“ an. Es vermittelt Wissen und sensibilisiert für klimabewusstes Handeln vor allem unter jüngeren Fußballfans. So konnten sie sich auch selbst einbringen und zum Beispiel große Stadien über eine App bewerten: Ist das Stadion mit ÖPNV erreichbar? Gibt es kostenloses Trinkwasser, kühlende Grünflächen? Das Projekt schafft Bewusstsein für die Zusammenhänge und hilft so, den Sport nachhaltig aufzustellen und klimafest zu organisieren. Das unterstützt das Bundesumweltministerium gerne.

Ihre Steffi Lemke

Ehemalige Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz



Grußwort des Schirmherrn Timo Hildebrand

Der Klimawandel betrifft uns alle, auch ihr als Fans könnt beim Besuch im Stadion seine Folgen spüren – aber wir alle können gemeinsam etwas dagegen tun! Fußball als Sport mit einer bedeutenden Reichweite hat dabei eine besondere Verantwortung und Profi-Vereine haben ein großes Potential, Klimaschutz und Klimaanpassung voranzubringen.

Klimaschutz und Klimaanpassung sind wichtig, damit das Stadionerlebnis in Zukunft weiterhin allen Fans Spaß macht. Ohne Sorge vor Hitze und Extremwetter. Die Projektidee von Anpfiff fürs Klima, mit euch Fans die Themen niederschwellig und lebensnah anzugehen, finde ich super – ich bin gespannt, welche Vereine eine Vorbildrolle in Sachen Klima einnehmen können!

Gemeinsam können wir schon im Kleinen große Wirkung erzielen. Beteiligt euch, schließt euch zusammen und helft mit, euren Verein klimafreundlich aufzustellen! Euer Engagement ist entscheidend, um das Stadion als Ort der Gemeinschaft auch in Zukunft zu bewahren. Über die Workshops von „Anpfiff fürs Klima“ könnt ihr dazu eure Vereine auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Club unterstützen.

Timo Hildebrand

Ehemaliger National- und VfB-Meistertorwart und Schirmherr für das Projekt „Anpfiff fürs Klima“



Prof. Dr. Alexander Siegmund
(PH Heidelberg)

Fußball im Klimawandel – wie gefährdet ist der Sport?



Der Klimawandel ist mehr als nur Trends und Durchschnittswerte. Seine Folgen werden Jahr für Jahr deutlicher und betreffen nicht nur ferne Südseeinseln und die Polkappen. Auch hier direkt vor unserer Haustür zeigen sich die Auswirkungen der klimatischen Veränderungen bereits deutlich. Die Wetter-Extreme nehmen zu, ein Hitze-Rekord jagt den nächsten, Niedrigwasser schränkt die Schifffahrt und die Kühlung von Kraftwerken durch Flusswasser ein und birgt ökologische Risiken. Stürme, Waldbrände, Hochwasser und Starkregen nehmen in ihrer Intensität zu und werden, wie 2021 im Ahrtal, zur Gefahr für Leib und Leben.

„Menschliche Aktivitäten haben eindeutig die globale Erwärmung verursacht, vor allem durch die Emission von Treibhausgasen. Dadurch lag die globale Oberflächentemperatur im Zeitraum 2011–2020 um 1,1 °C höher als der Wert von 1850–1900“ – dieses Zitat stammt aus dem aktuellen sechsten Sachstandsbericht des Weltklimarates (IPCC) und macht deutlich, dass die Ursache des Klimawandels klar und deutlich auf uns Menschen zurückzuführen ist. Daher bedarf es auch einer gesamtgesellschaftlichen Anstrengung, um dem Klimawandel und dessen Folgen, die uns alle betreffen, entgegenzuwirken. Dazu benötigt es sowohl Klimaschutzmaßnahmen zur Reduktion klimaschädlicher Treibhausgase als auch Klimaanpassungsmaßnahmen, die uns helfen, mit bereits heute stattfindenden Folgen des Klimawandels umzugehen.

Auch der Bereich des Sports ist davon nicht ausgenommen. Sommerliche Hitzewellen schränken die sportlichen Aktivitäten insbesondere in den Mittagsstunden ein, Starkregenereignisse sorgen für überschwemmte und unspielbare Plätze, mildere Winter für schneefreie Skipisten. Neben einer entsprechenden Anpassung an diese Folgen kann und muss im Sport aber auch etwas für den Schutz des Klimas getan werden. Nachhaltige Mobilität, erneuerbare Energien und ein sorgsamer Umgang mit den Ressourcen sind dabei nur einige Handlungsfelder, in denen Sportvereine, Verbände, aber auch Fans aktiv für mehr Klimaschutz werden können. Das Projekt „Anpfiff fürs Klima“ zeigt dabei aus Sicht des Fußballs Handlungsoptionen auf. Es liegt nun an Ihnen und Euch, diese auch umzusetzen.

Anpfiff fürs Klima

Wie können wir Fanarbeit und Klimakrise zusammenbringen?



Maximilian Hieberger (S:SE)



Daniel Guggeis (KOS)

Dem Klimawandel und seinen Folgen zu begegnen, ist zur Herausforderung für die gesamte Gesellschaft geworden. Um eine möglichst breite Sensibilisierung für die notwendigen Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen zu erreichen, bedarf es oft eines Blickes über den eigenen Tellerrand hinaus und einer kreativen Einbindung von neuen Zielgruppen. Hier setzt das vom BMUV geförderte Projekt „Anpfiff fürs Klima“ an und geht der Frage nach, wie sich Fanarbeit und Klimakrise zusammenbringen lassen.

Um insbesondere junge Fußballfans im Alter von 14 bis 27 Jahren – die Kernzielgruppe für die soziale Arbeit mit Fußballfans – zu erreichen, setzt „Anpfiff fürs Klima“ auf einen starken Lebensweltbezug und die Niederschwelligkeit der Inhalte. Im Vordergrund steht dabei die Vermittlung von Handlungswissen, um die Fans dazu zu befähigen, selbst aktiv zu werden und Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen im Fußball-Kontext anzustoßen.

Die im Rahmen des Projekts konzipierten Bausteine beinhalten einen aus vier Modulen bestehenden Fan-Workshop sowie eine eigens entwickelte App, mit der die Fans Fußballstadien und deren Umfeld auf ihre Klima-Tauglichkeit hin überprüfen können.

Im ersten von vier Modulen des Fan-Workshops wird den Teilnehmenden ein Überblick über die wissenschaftlichen Grundlagen der Themen Klimawandel, Klimaschutz und Klimaanpassung gegeben. Hiermit kann eine gemeinsame inhaltliche Basis für die weiteren Module des Workshops und die entsprechenden Diskussionen geschaffen werden. Neben grundlegenden Definitionen der Begrifflichkeiten, wie beispielsweise dem Unterschied zwischen „Klima“ und „Wetter“, liegt der Fokus vor allem auf einer anschaulichen und lebensnahen Darstellung der Ursachen und Folgen des Klimawandels sowie der entsprechenden Anpassungsmaßnahmen. So findet die Betrachtung dieser Themen nicht nur global, sondern auch regional und lokal statt. Je nach Standort werden im Workshop auch die Folgen und Maßnahmen der entsprechenden Städte vorgestellt, um einen möglichst direkten Bezug zu den Teilnehmenden und deren Lebenswelt herzustellen. Methodisch kommen dabei neben einer klassischen Powerpoint-Präsentation auch aktivierende Methoden wie das Blitzlicht zur Sammlung von Assoziationen zum Thema Klimawandel sowie ein Quiz zur Verteilung der CO₂-Emissionen zum Einsatz.

Der zweite Teil des Workshops wird als Online-Modul durchgeführt. Mit ihren Smartphones scannen die Teilnehmenden nach dem Impulsvortrag einen QR-Code und öffnen so ein Lern-Management-System, das auf die Verknüpfung der Themen Klima und Fußball ausgerichtet ist. Dort finden die teilnehmenden Fans Fotos mit fünf verschiedene „Hotspots“, gekennzeichnet durch ein Plus-Symbol

(siehe Abbildung 1). Jedem Hotspot ist ein Thema zugeteilt: Energie, Mobilität, Hitzeschutz, Konsum & Ernährung sowie Begrünung. Für die Fans sind dies Ansatzpunkte, um mögliche Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen in ihrem direkten Fußballumfeld zu identifizieren und Ideen dazu zu entwickeln.



Abbildung 1: Klima-Maßnahmen im Stadion.

Im Online-Modul werden den Fans zudem beispielhaft bestehende Klima-Projekte von Vereinen aus den ersten drei Profi-Ligen vorgestellt. Von der PV-Anlage auf dem Dach des neuen Europa-Park-Stadion in Freiburg, über den „FCA-Wald“ in Augsburg, den „Umweltgroschen“ des VfB Stuttgart, die Initiative von Hannover 96 gegen Wasserknappheit, das laut PETA vegan-freundlichste Stadion auf Schalke, bis hin zum „Klima-Slam“ beim FC Ingolstadt und einigen weiteren Projekten bekommen die Fans damit einen ersten Einblick in die laufenden Klima-Aktivitäten der Vereine.

Da das Rad nicht immer neu erfunden werden muss, bietet sich hier die Gelegenheit, Ideen für Projekte im eigenen Lieblingsclub zu sammeln und diese im Rahmen des World Cafés im Modul 3 zu diskutieren.

Darüber hinaus wird den Fans in Modul 2 außerdem eine Auswahl von Beteiligungsmöglichkeiten für Klima-Maßnahmen im Kontext des (Profi-)Fußballs aufgezeigt (siehe Abbildung 2). Im Übrigen ein wichtiger Beitrag zur Demokratie-

bildung und Selbststärkung junger Menschen. Die Ideen reichen von der Beteiligung über Vereinsgremien, über bestehende Nachhaltigkeitsprojekte, kommunalpolitische Beteiligungsformen, das Einbringen neuer Projekte gemeinsam mit anderen Fans bis hin zum Überdenken des eigenen Konsum- und Mobilitätsverhaltens – und natürlich der Nutzung der Klima-Meister-App zur Sensibilisierung für Klimaschutz- und Klimaanpassung im Kontext des Fußballs.



Abbildung 2: Klima-Aktivitäten – werde selbst aktiv!

Die „World Café“-Methode ist der zentrale Ansatz des dritten Workshop-Moduls. Sie fördert den kreativen Austausch zwischen Fußballfans über Klimaschutz und Klimaanpassung im Fußball. Ziel des Formats ist es, verschiedene Perspektiven zum Thema Stadionbesuch im Jahr 2040 zu sammeln, Ideen zu entwickeln und die Fans im Anschluss zu ermutigen, aktiv Klima-Maßnahmen im Kontext des Fußballs anzustoßen. Der Utopie-Gedanke soll die Fans anregen, nicht nur an den Status quo vor Ort zu denken, sondern darüber hinaus Anregungen für die Zukunft zu finden.

Im World Café arbeiten die Teilnehmenden in Gruppen an Thementischen. Jede Gruppe diskutiert ein konkretes Thema wie etwa klimafreundliche Stadien, nachhaltige Anreisemöglichkeiten, Maßnahmen zur Bewältigung von Extremwetterereignissen sowie der gesellschaftlichen Rolle der Vereine zum Klimawandel.

Darüber hinaus werden im Anschluss an das World Café Möglichkeiten besprochen, wie Fanprojekte und Fans gemeinsam ins Handeln kommen und bei ihrem Verein Maßnahmen und Projekte für mehr Klimaschutz und Klimaanpassung anstoßen können. Auf einer zweiten Ebene erfolgt ein Austausch zwischen Fanprojekt und der jeweiligen Abteilung der Fußballvereine (z.B. der Corporate-Social-Responsibility-Abteilung, kurz CSR).

Details und Ergebnisse aus den World Cafés in den Workshops an den Pilotstandorten werden im entsprechenden Kapitel vertieft.

In einem vierten Modul des Workshops wird den Teilnehmenden die Klima-Meister-App vorgestellt. Diese eigens entwickelte App nimmt eine wichtige Rolle im Projekt „Anpfiff fürs Klima“ ein. Mit ihr können die Fans die Stadien der ersten drei Profi-Ligen auf ihre Klima-Tauglichkeit hin überprüfen. Dazu wurden neun Kategorien erstellt, in denen die Fans anhand von zwei bis drei Fragen eine Bewertung auf Basis ihrer eigenen subjektiven Einschätzung abgeben können.

Die neun Kategorien sind: Begrünung, Hitzeschutz innen, Hitzeschutz außen, Regenschutz, Energie, Radinfrastruktur, ÖPNV, Verpflegung und Fanartikel. Auf Grundlage der abgegebenen Bewertungen wird die Klima-Meister-Tabelle erstellt. Am Ende der Saison zeigt die Tabelle, welche Vereine aus Sicht der Fans insgesamt und in den jeweiligen Kategorien gut abschneiden und so als Vorbild für andere dienen können.

Die Klima-Meister-App dient zur niederschweligen Sensibilisierung der Fußballfans für die Themen Klimaschutz und Klimaanpassung. Mit der App bekommen die Fans die Möglichkeit, mit offenen Augen ins Stadion zu gehen und ihre persönlichen Erfahrungen zu den vor Ort umgesetzten Klima-Maßnahmen in ihre Bewertung einfließen zu lassen. Dadurch entsteht auch für die Vereine eine

wichtige Möglichkeit für Feedback und Anregungen, die Verbesserungspotential und mögliche Best-Practice-Beispiele aufzeigt. Im entsprechenden Kapitel zur App in dieser Veröffentlichung wird die Funktion der App als Möglichkeit sogenannter Citizen Science vertiefend aufgegriffen.

Um mit den „Anpfiff fürs Klima“-Workshops nachhaltig möglichst viele Fanszenen zu erreichen, wurde in das Konzept auch die Train-the-Trainer-Methode integriert. Mit ihr sollen innerhalb der Fanszenen und dem Umfeld der Fanprojekte Multiplikator*innen ausgebildet und entsprechend dazu befähigt werden, Workshops eigenständig durchzuführen. Dazu erhalten sie alle Workshop-Materialien und eine dazugehörige Handreichung zur freien Verfügung. Mittelfristiges Ziel ist es, dass die Workshops in das Angebotsportfolio der Fanprojekte aufgenommen und entsprechend regelmäßig mit interessierten Fans durchgeführt werden.



www.anpfiff-fuers-klima.de

Vernetzt euch

Das World Café

als Möglichkeit zur

Fanbeteiligung

Die Idee des sogenannten World Cafés entstand in den 1990er Jahren. Damals suchte man nach Wegen, wie große Gruppen effektiv und in entspannter Atmosphäre zusammenarbeiten können. Die Methode basiert auf Gesprächen in lockerer Umgebung, um gute Ideen hervorbringen zu können (Knauf 2011).

Die World-Café-Methode ist somit ein kreatives Dialogformat, das dabei hilft, Menschen miteinander ins Gespräch zu bringen und gemeinsames Wissen, aber auch neue Anregungen zu fördern.

In kleinen, wechselnden Gruppen sprechen die Teilnehmenden an verschiedenen Thementischen über festgelegte Fragen. Nach einer bestimmten Zeit (zum Beispiel 15 Minuten) wechseln die Gruppen zum nächsten Tisch. Das geht so lange, bis alle World-Café-Gruppen sich an jedem Thementisch miteinander ausgetauscht haben.

Die Moderation kümmert sich um den Ablauf, wie Gruppeneinteilung oder Tischwechsel. Zum Abschluss werden die Ergebnisse der verschiedenen Thementische im Plenum zusammengefasst. So kann nochmal über die einzelnen Punkte, die gemeinsam erarbeitet wurden, diskutiert werden.

Was macht das World Café so besonders?

- Jede Meinung zählt – alle Teilnehmenden werden aktiv eingebunden.
- Vielfalt der Ideen – der Wechsel der Gruppen bringt unterschiedliche Ansichten zusammen.
- Kreativer Austausch: Die ungezwungene Atmosphäre regt neue Ansätze an.
- Gemeinschaft: Es entsteht ein Zusammengehörigkeitsgefühl, weil alle gemeinsam an Lösungen arbeiten.

Aus pädagogischer Sicht setzt das World Café auf kooperatives Lernen (vgl. Knauf 2011). Die Teilnehmenden bringen eigene Ideen ein, tauschen sich aus und lernen voneinander. Der Wechsel zwischen Gruppen fördert nicht nur Kreativität, sondern auch das Verständnis für andere Perspektiven. Ein zentraler Aspekt des World Cafés ist die zum einen persönliche, aber zugleich seriöse Kommunikation über verschiedene Themen in der Gruppe – oder wie die Erfinder*innen des World Café Juanita Brown und James Isaacs es einfach nennen: „Conversations that matter“ (Brown/Isaacs 2007).

„Anpffiff fürs Klima“ setzt die World-Café-Methode ein, um Fußballfans aktiv in die Planung und Gestaltung von Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen im Kontext des Fußballs einzubinden. Unter dem Titel „Wie sieht der Stadionbesuch im Jahr 2040 aus?“ begeben sich die Fans auf eine Reise in eine Zukunfts-Utopie und diskutieren an vier Themen-Tischen unter den Gesichtspunkten:

- Klimaschutz im Stadion: Wie sieht ein klimafreundliches Stadion der Zukunft aus? (z. B. Energieversorgung, Verpflegung)
- Anreise zum Stadion: Wie können Fans umweltfreundlich anreisen?
- Maßnahmen zur Klimaanpassung: Wie wird auf Extremwetterereignisse (Starkregen / Hitze) reagiert?
- Veränderungen im Verein: Was tragen die Vereine gesellschaftlich bei, um für mehr Klimaschutz zu sorgen?

Die oben beschriebenen Themen wurden zunächst in Kooperation mit den lokalen Fanprojekten an drei Pilotstandorten (Stuttgart, Hannover, Ingolstadt) erarbeitet und konkretisiert. Zusätzlich ermöglichte eine Online-Umfrage am Standort Stuttgart einen ersten Einblick, wie Fans über die Themen Klimaschutz und Klimaanpassung im Fußball denken.

Neben den oben genannten Pilotstandorten wurde der Workshop im Rahmen der zweijährigen Projektlaufzeit zudem in Heidenheim, Hoffenheim, Köln und Wiesbaden sowie auf Schalke durchgeführt.

Hier ein paar Einblicke in die Ergebnisse der Word Cafés:

In den teilnehmenden Fanszenen wird zunehmend darüber nachgedacht, wie Fußballveranstaltungen nachhaltiger gestaltet werden können. Ein zentraler Punkt ist die Mobilität der Fans, die Studien zufolge den größten Anteil an den CO₂-Emissionen pro Spieltag hat (vgl. Deutschlandfunk / CO₂OL 2019). Viele Fans überlegen daher, wie sie ihre Anreise umweltfreundlicher gestalten können – etwa durch die Bildung von Fahrgemeinschaften, die über spezielle Apps organisiert werden können, oder organisierte Anreisen per Bus und Bahn. Eine weitere Idee ist der Ausbau von guten, stadionnahen und sicheren Fahrradstellplätzen, der es Fans ermöglicht, unkompliziert und emissionsfrei mit dem Rad anzureisen.



Mit Timo Hildebrand konnte ein prominenter Schirmherr für das Projekt gewonnen und in verschiedene Aktivitäten, wie etwa eine Podcast-Aufnahme im VfB-Fanprojekt eingebunden werden. v.l.n.r. Can Mustafa (FP Stuttgart), Maximilian Himberger (S:SE), Daniel Guggeis (KOS), Timo Hildebrand (Schirmherr des Projektes „Anpffiff fürs Klima“)



Auch das Thema nachhaltiges Merchandise gewinnt immer mehr an Bedeutung. Fans wünschen sich standortübergreifend in den Workshops umweltfreundliche Produkte und legen Wert darauf, dass Fanartikel eine längere Nutzungsdauer haben. So wird beispielsweise angeregt, dass nicht jede Saison ein neues Trikot veröffentlicht werden muss. Stattdessen könnten zeitlose Designs und qualitativ hochwertige Materialien dazu beitragen, den Lebenszyklus von Fanartikeln zu verlängern, um so Ressourcen zu schonen und das Klima zu schützen.

Ein wichtiges Anliegen, das bei vielen Fans auf der Agenda steht, ist die Bereitstellung kostenloser Trinkwasserspender in den Stadien als Anpassungsmaßnahme an die sommerliche Hitze. Diese Forderung hat in Heidenheim, wo solche Spender im Stehplatzbereich eingerichtet wurden, bereits erste Erfolge gezeigt. Fans anderer Vereine wünschen sich ebenfalls die Einführung dieser Maßnahme, um eine kostenlose und nachhaltige Versorgung mit Trinkwasser sicherzustellen. Auch die Reduzierung von Notarzteeinsätzen aufgrund von Kreislaufzusammenbrüchen an heißen Spieltagen wird von den Fans dabei ins Spiel gebracht.

Beim Workshop im Fanprojekt SV Wehen-Wiesbaden zeigte sich zudem der Wunsch, die Diskussionen über Klimaschutz und Klimaanpassung im Fußball weiter auszubauen. Fans und Fanprojekt-Mitarbeitende regen dort die Einrichtung eines zusätzlichen Themen-Tisches an, der sich mit der Verantwortung der Verbände wie dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) auseinandersetzt. Ziel ist es, die Rolle und den Einfluss solcher Institutionen bei der Umsetzung nachhaltiger Konzepte zu thematisieren und ihre Verantwortung stärker in den Fokus zu rücken.

Wie von den World-Café-Entwickler*innen Isaacs und Brown vorgesehen, gibt es auch im Projekt „Anpfiff fürs Klima“ ein sogenanntes Follow-Up. Konkrete Ideen und Vorschläge aus den World Cafés sollen in Absprache mit Fanprojekt und Verein in die Tat umgesetzt werden. Ziel ist es, den Fans und Teilnehmenden ihre Selbstwirksamkeit bewusst zu machen. Ein erstes Beispiel für diese Selbstwirksamkeit zeigt sich in Hannover: Die Nachhaltigkeitsabteilung von Hannover 96 hat eine von den Fans geforderte Maßnahme – die Installation von Sonnencremespendern – bereits umgesetzt. Dies unterstreicht, wie wichtig die Einbindung der Fans in solche Prozesse ist und welche konkreten Veränderungen dadurch angestoßen werden können.

Das World Café im Projekt „Anpfiff fürs Klima“ bringt also Fans, Fanprojekte und die Verantwortlichen der Fußballvereine zusammen, um gemeinsam Ideen zu entwickeln, die ihre Fußballstandorte im Hinblick auf die Folgen des Klimawandels wappnen. Es stärkt nicht nur das Engagement der Fans, sondern sorgt

auch für praxisnahe Ergebnisse, die die Vereine inspirieren und konkret und niederschwellig umsetzbar sind. Dadurch bleibt das Fußballstadion auch in Zukunft ein Ort, an dem sich alle Fans wohlfühlen – und der zugleich einen Beitrag zum Klimaschutz und zur Klimaanpassung leistet.

Quellen:

Deutschlandfunk / CO₂OL (2019): *Klimasünder Fußballfan*. Online unter: <https://www.deutschlandfunk.de/serie-endspiel-ums-klima-1-klimasuender-fussballfan-100.html>

Brown, Juanita / Isaacs, James (2007): *Das World Café. Kreative Zukunftsgestaltung in Organisationen und Gesellschaft*, Heidelberg.

Knauf, Helen (2011): *Tiefgreifender Dialog: Elemente des World Cafés in der Hochschullehre*, Fulda.

Wer wird Klima-Meister?

Fans bewerten per App

Stadien auf ihre

Klima-Tauglichkeit



Wer wird Klima-Meister? Dieser Frage sollen Fans im Projekt „Anpiff fürs Klima“ mit der eigens dafür entwickelten Klima-Meister-App nachgehen. Die App beinhaltet ein Bewertungsraster mit neun Bewertungskategorien, denen jeweils zwei bis drei Fragen zugeordnet sind. Um möglichst viele Fußballfans zur Nutzung der App und damit zur Teilnahme am Projekt zu bewegen, steht bei den Fragen und der damit verbundenen Datenerhebung die Niederschwelligkeit im Vordergrund. Anstatt auf komplizierten CO₂-Bilanzen zur Berechnung des ökologischen Fußabdrucks, liegt der Fokus auf Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen, die für die Fans direkt beim Besuch des Stadions sichtbar sind. Auf diese Weise sollen sie mit offenen Augen ins Stadion gehen und für Maßnahmen sensibilisiert werden, die dem Klimawandel und seinen Folgen entgegenwirken.

Diese subjektive Betrachtung der Klima-Tauglichkeit aus Sicht der Fußballfans, also in erster Linie eine Laien-Perspektive, soll in Anlehnung an die Citizen-Science-Methode den Fußballclubs Rückschlüsse auf noch notwendige Klimaschutz- und Klimaanpassung ermöglichen und Hinweise zu Best-Practice-Beispielen innerhalb der ersten drei Profilfragen geben. Citizen Science ist definiert durch die „aktive Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern in verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses“ und hat „das Schaffen neuen Wissens“ (Bonn et al. 2016, S. 13) zum Ziel. So kann mittels der App-Nutzung durch die Fans verdeutlicht werden, ob aus deren subjektiver Sicht

- genügend Grünflächen und Bäume am Stadion vorhanden sind
- für die Fans im und um das Stadion herum ausreichend Schutz vor Hitze gegeben ist
- sichtbares Starkregen-Management betrieben wird
- das Stadion mit erneuerbaren Energien betrieben wird
- eine gute Fahrrad-Infrastruktur für die Fahrt zum Stadion und genügend Abstellmöglichkeiten am Stadion vorhanden sind
- das Stadion gut mit dem ÖPNV erreichbar ist ÖPNV-Fahrkarten im Stadionticket enthalten sind
- die Verpflegung im Stadion regional und biologisch ist
- vegetarische / vegane Alternativen angeboten werden
- Fanartikel nach nachhaltigen Standards produziert und vermarktet werden

Die Kategorienstellung erfolgte in enger Abstimmung mit dem Pilot-Fanprojekt in Stuttgart und über einen eigens entwickelten Fragebogen, in dem die VfB-Fans zu ihren Assoziationen in Sachen Klima und Fußball befragt wurden. Damit kann das Bewertungssystem hinter der App auf eine fundierte und lebensweltnahe Basis zurückgreifen.

Die Bewertung dieser Kategorien über die Klima-Meister-App eröffnet den Vereinsverantwortlichen neue Perspektiven für die Arbeit im Nachhaltigkeits-Kontext, indem die Fans deutlichen machen, was ihnen in Sachen Klimaschutz und Klimaanpassung wichtig ist und wo sie Verbesserungsbedarf sehen oder sich zusätzliche Informationen wünschen. In Kombination mit den Workshops (vgl. vorausgehendes Kapitel) kann so eine Win-Win-Situation hergestellt werden: Es entsteht eine Selbstwirksamkeit seitens der Fans, deren Ideen vom Verein angenommen und umgesetzt werden, die Vereine profitieren von neuen Ideen und der Beteiligung der Fan-Basis – und insgesamt profitieren alle von Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen, die auch in Zukunft noch ein gutes Stadionerlebnis für alle Fans ermöglichen sollen.

Literatur:

Grünbuch Citizen Science Strategie 2020 für Deutschland, Berlin 2016.

Online unter:

https://www.mitforschen.org/sites/default/files/assets/dokumente/gewiss-gruenbuch_citizen_science_strategie.pdf (zuletzt aufgerufen am 16.12.2024).



Beim VfB Stuttgart wurde die App gemeinsam mit dem ehemaligen Parlamentarischen Staatssekretär Christian Kühn und dem VfB-Vorstandsvorsitzenden Alexander Wehrle im Rahmen eines Spieltagsprogramms vorgestellt.

Trag es weiter, sag es weiter

Öffentlichkeitsarbeit im Projekt Anpff fürs Klima als Baustein für eine erfolgreiche Projektarbeit



Ein wichtiger Baustein für ein erfolgreiches Projekt ist eine gute Öffentlichkeitsarbeit. Das Projekt „Anpff fürs Klima“ hat sich zum Ziel gesetzt, Fußballfans für Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen zu sensibilisieren und ihnen entsprechendes Handlungswissen zu vermitteln. Um dieses Ziel zu erreichen, bedarf es einer breit angelegten Öffentlichkeitsarbeit, die möglichst viele Kanäle abdeckt, verschiedene Zugänge schafft und Menschen innerhalb wie auch außerhalb der Fußball-Welt erreicht.

Zu diesem Zweck wurden in das Projekt „Anpff fürs Klima“ gezielt Regionalzeitungen eingebunden, ein Podcast aufgenommen, ein Image-Film für das BMUV gedreht, Beiträge auf Social Media gepostet und gemeinsam mit den Fanprojekten und Vereinen Öffentlichkeitsarbeit betrieben. So hat der VfB Stuttgart einen Beitrag zum Projekt in seiner Stadionzeitung veröffentlicht und eine entsprechende Vorstellung gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden Alexander Wehrle und dem (ehemaligen) BMUV-Staatssekretär Christian Kühn im Rahmen eines Spieltagprogramms ermöglicht. Darüber hinaus wurde eine Abschlussveranstaltung mit Podiumsdiskussion durchgeführt, um dem Projekt einen würdigen Abschluss zu geben sowie Anknüpfungspunkte für weitere Aktivitäten zu eröffnen.

Mit Timo Hildebrand, Ex-National- und VfB-Meistertorwart, konnte ein ehemaliger Profi als Schirmherr gewonnen werden, der sich auch selbst für nachhaltige Themen (insbesondere nachhaltige Ernährung) einsetzt und auch heute nach seiner aktiven Karriere noch einen großen Bekanntheitsgrad besitzt. Mit ihm als Schirmherren konnte gezielt die Aufmerksamkeit auf das Projekt gelenkt

werden. Kurze Grußworte auf dem Projektflyer, der Projekthomepage und in der Klima-Meister-App, ein gemeinsamer Podcast sowie ein Auftritt im Image-Film des BMUV zum Projekt verleihen den Inhalten von „Anpiff fürs Klima“ für Fußballfans eine größere Relevanz, wenn sie mit ihnen eine bekannte Persönlichkeit verbinden, die diese Werte glaubhaft nach außen vertritt.

Im Rahmen der Abschlussveranstaltung zu „Anpiff fürs Klima“ wurde bei einer Podiumsdiskussion diskutiert, wie man dem Klimawandel aus Sicht des Sports begegnen muss und welche Rolle die Fans dabei spielen. In dem von der Fußballexpertin und Moderatorin Mara Pfeiffer geleiteten Gespräch kamen, neben der Projektleitung (Dr. Alexandra Siegmund & Gerd Wagner), mit dem Bundesabgeordneten Philip Krämer (Bündnis 90 / Die Grünen, stellv. Vorsitzender im Sportausschuss), dem CSR Manager Juri Geddert (Hannover 96) und dem Fanvertreter Manuel Gaber (Netzwerk Zukunft Profifußball) weitere Sichtweisen auf die Thematik zusammen. Die geladenen Gäste konnten so nochmals auf die Ergebnisse und Anliegen des Projektes aufmerksam machen und diese weiter transportieren.



Der (ehemalige) Parlamentarische Staatssekretär vom BMUV überreichte persönlich den Förderscheck an die Projektpartner S:SE und KOS

Anpfiff fürs Klima

Aus Sicht der Fanprojekte

Das Projekt „Anpfiff fürs Klima“ lief in enger Kooperation mit Fanprojekten an drei Pilotstandorten: Ingolstadt, Hannover und Stuttgart. Insbesondere der Standort Stuttgart wurde dabei in die Konzeption der Inhalte des Workshops und der Klima-Meister-App mit einbezogen, um einen möglichst großen Bezug zur Lebenswelt der Fußballfans herzustellen. Bei der pilothaften Durchführung der Workshops an den drei Standorten wurde das Workshop-Konzept mittels eines Fragebogens und teilnehmender Beobachtung evaluiert und entsprechend optimiert. Die jeweils rund zehn bis fünfzehn Teilnehmenden setzten sich an den drei Standorten sehr divers zusammen – während in Hannover größtenteils Fans aus der aktiven Szene anwesend waren, kamen in Ingolstadt auch beispielsweise Spielerinnen aus dem Damen-Team und in Stuttgart Mitglieder von Fridays for Future und der Klimaliste zum Workshop, die die Inhalte von „Anpfiff fürs Klima“ als Multiplikator*innen weiter in ihre Netzwerke tragen können.

Hier einige O-Töne aus der praktischen Fanarbeit:

Manuel Schröder, Fanprojekt Hannover 96

„In der großen Mehrheit sind sich Wissenschaftler*innen einig: der menschengemachte Klimawandel ist ein real existierendes Problem. Die Ängste unserer Klientel dazu wahrzunehmen, ihnen Handlungsansätze an die Hand zu geben und mit ihnen Lösungen zur Klimaanpassung zu erarbeiten, ist Teil unserer Arbeit. Die Fans in einer ihrer Lebenswelten dazu ermächtigt, konnten wir als Fanprojekt die Wünsche und Bedürfnisse in Richtung des Bezugsclubs transportieren und mit Hannover 96 realistische Maßnahmen absprechen, um auch den Fans zu zeigen, dass ihre Sorgen und Befürchtungen beim Klub positiv aufgenommen werden. So ist uns zusammen in positiven Gesprächen mit der CSR-Abteilung gelungen, erste klimaanpassende Maßnahmen umzusetzen. Beispielhaft sei die geplante Installation von Sonnencremespendern im Bereich der Fankurve im Norden des Stadions genannt, die aufgrund ihrer Ausrichtung an Sonnentagen stark beschienen wird.“

Florian Güntert, Fanprojekt Stuttgart

„Das Projekt hat bei interessierten Fans erfolgreich zum konstruktiven Austausch in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltschutz angeregt. Die Fans als eigene standortbezogene Expert*innen einzubinden, ist ein unverzichtbarer Mehrwert bei diesem sensiblen Thema und hat viel Diskussionsstoff ermöglicht.

Die Gedanken, die im Workshop geweckt wurden, haben es im Rahmen eines Redebeitrags sogar bis in die Vereinsmitgliederversammlung des VfB geschafft.

Auch wir als Sozialarbeitende im Fanprojekt werden zukünftig sowohl auf die Methoden im Workshop, als auch auf das vermittelte Fachwissen zurückgreifen, um jungen Menschen und Fans einen Input zu dem Thema zugänglich zu machen.

Sebastian Wagner, Fanprojekt Ingolstadt

„Im Fanprojekt Ingolstadt drehte sich 2024 vieles um die Frage, wie Fußball und Klimaschutz zusammenpassen können. In zwei spannenden Veranstaltungen wurde nicht nur über die Auswirkungen des Klimawandels auf den Fußball gesprochen, sondern auch die innovative Klima-Meister-App vorgestellt. Mit dieser App können Fans ihr Fußballerlebnis unter Nachhaltigkeitsaspekten bewerten und aktiv zur Verbesserung beitragen. Besonders die jungen Fans zeigten im Workshop ihr großes Engagement: Gemeinsam mit uns als Fanprojekt entwickelten sie kreative Ideen für einen klimafreundlicheren Fußball in Ingolstadt. Von nachhaltiger Anreise über umweltfreundliche Stadien bis hin zu regionalem Catering – die Vorschläge zeigten, dass ein umweltbewusstes Fußballerlebnis nicht nur möglich, sondern auch spannend sein kann. Die Initiative verbindet die Begeisterung für den Sport mit dem Bewusstsein für den Klimaschutz und zeigt, wie Fans, Vereine und die Gemeinschaft gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft im Fußball eintreten können.



Im Kontext der EURO 2024 wurde für das BMUV ein Image-Film zum Projekt „Anpff für Klima“ gedreht. Dieser kann unter folgender Adresse abgerufen werden: www.bmu.de/media/wer-wird-klima-meister-im-fussball



Verlängerung fürs Klima?

Fazit und Zukunft

des Projekts

Die Ziele unseres Bildungsprojekts „Anpfiff fürs Klima“ – junge Fußballfans für die Herausforderungen des Klimawandels zu sensibilisieren und sie dazu befähigen, selbst aktiv zu werden und geeignete Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen im Kontext des Fußballs anzustoßen – konnten im Rahmen der zweijährigen Projektlaufzeit in erste Erfolge umgesetzt werden. Workshops und Train-the-Trainer-Schulungen führten an insgesamt acht Standorten zu regen Diskussionen unter den Fußballfans und ermöglichten eine Vernetzung von Fans, Fanprojekten und den CSR-Abteilungen der Vereine. Auch einige der dabei entstandenen Ideen konnten schon an die Vereine herangetragen werden und befinden sich schon teilweise in der Umsetzung.

Die Erfahrungen im Projekt haben uns gezeigt, dass sich über die Themen Klimaschutz und Klimaanpassung neue Potentiale bei den Fanprojekten in Sachen Bildungsarbeit mit Fußballfans auftun. Die niederschwellige, lebensweltnahe Behandlung der Thematik eröffnet neue Zielgruppen innerhalb der Fanszenen und die Möglichkeit aktiv mit den Fans an neuen Ideen für mehr Klimaschutz und Klimaanpassung zu arbeiten. Dadurch werden die Fans in ihrer Selbstwirksamkeit gestärkt, ihre Teilhabe an demokratischen Prozessen wird gefördert, aber auch ihre Ängste und Fragen finden Raum zur Bearbeitung. Die Kooperation zwischen Fans, Fanprojekt und Bezugsverein wurde durch „Anpfiff fürs Klima“ auf positive Art und Weise gefördert. Besonders hilfreich war dabei der Kontakt zwischen Fanprojekt und CSR-Abteilung, der sich für beide Seiten auch in Zukunft gewinnbringend gestalten lässt. Indem die Vereine die Ideen der Fans übernehmen und umsetzen, schaffen sie einerseits ein Selbstwirksamkeitserlebnis seitens der Fans, das diese möglicherweise zu weiteren Aktivitäten motiviert, andererseits können Vereine im Sinne ihrer Vorbildfunktion eine positive Botschaft senden und auch andere Vereine sowie Fans inspirieren, ebenfalls umweltbewusster zu handeln und sich in Sachen Klimaschutz und Klimaanpassung aktiv mit einzubringen, um auch in Zukunft allen Fans ein gutes Stadionerlebnis zu ermöglichen. Indem Fußballvereine auf die Interessen und Anliegen ihrer Fans eingehen, können sie außerdem die Bindung und das Engagement ihrer Anhänger stärken. Aktionen und Initiativen zum Klimaschutz können das Gemeinschaftsgefühl fördern und die Loyalität der Fans erhöhen.

Die Wertschätzung für diese proaktive Verantwortungsübernahme durch Fans, Fanprojekte und Vereine spiegelt sich auch in der positiven öffentlichen Berichterstattung über das Projekt und die involvierten Gruppen wider.

In der Zusammenarbeit der beiden Projektpartner S:SE und KOS wurde deutlich, wie wertvoll ein Blick über den Tellerrand sein kann. Unsere jeweiligen Expertisen in der thematischen Konzeption und Durchführung von Klima- und

Umweltbildungsprojekten (S:SE) und der Arbeit mit der Zielgruppe Fußballfan (KOS) ergänzten sich optimal und trugen maßgeblich zum Erfolg des Projekts bei. Durch das lebensweltnahe Konzept von Workshop und App konnten die Fans als Zielgruppe gut erreicht werden. Über die Teilnahme am Projekt haben die Fans nicht nur ihr eigenes Bewusstsein und Engagement gestärkt, sondern auch einen Einfluss auf ihre Fankultur im Sinne von Peer Influence / Multiplikator*innen-effekt ausgeübt. Die Bereitschaft zur Teilnahme an den Train-the-Trainer-Schulungen zeigt, dass die Fans und die Fanprojekte bereit sind, die Thematik rund um das Thema Klimawandel weiterhin aktiv anzugehen und die Inhalte des Projekts eigenständig weiter in die Fanszenen zu tragen. Wir unterstützen sie dabei mit der Bereitstellung der Workshop-Materialien und einer entsprechenden Handreichung zur selbständigen Durchführung der Workshops, die auf der Projekthomepage heruntergeladen werden können.

Insgesamt zeigt das Projekt aus unserer Sicht die großen Potenziale von Fans und Fankultur auf, proaktiv und positiv auf ihr Umfeld einzuwirken. Es wurde deutlich, dass Fußballvereine die Interessen und Bedürfnisse ihrer Fans auch im Bereich Klimaschutz partizipativ wahrnehmen und durch ihr Handeln einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten wollen. Gleichzeitig stärken sie so ihre Position als verantwortungsbewusste und zukunftsorientierte Akteur*innen gegenüber Fans, Politik und Öffentlichkeit.

Eine nachhaltige Weiterführung und Verbreitung des Projekts „Anpff fürs Klima“ in weitere Fanszenen des Fußballs und auch anderer Sportarten mit organisierten Fangruppen wie beispielsweise Handball, Basketball oder Eishockey ist daher aus unserer Sicht für alle beteiligten Akteur*innen gewinnbringend und ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz und zur Ermöglichung positiver Stadionerlebnisse in der Zukunft.



Es diskutierten v.l.n.r.: Manuel Gaber (SC Freiburg), Dr. Alexandra Siegmund (S:SE), Philipp Krämer (Bundestagsabgeordneter der Grünen), Moderatorin Mara Pfeiffer, Juri Geddert (Hannover 96), Gerd Wagner (KOS)

Interview

Jennifer Amann



Jennifer Amann ist Doktorandin an der Loughborough University in Großbritannien. In ihrer Forschung untersucht sie, wie der Fußball aktiv zum Klimaschutz beitragen kann und welche Rolle Fans dabei spielen, um nachhaltige Veränderungen voranzutreiben.

Frau Amann, welche Fragestellungen untersuchen Sie in Ihrer langjährigen Forschung im Bereich Fußball & Klimaschutz genau?

Jenny Amann: Meine Forschung beschäftigt sich mit der gesellschaftlichen Wahrnehmung von Klimaschutz und wie dieser im und durch Fußball ermöglicht werden kann. Vor allem interessiert mich dabei, welche Rolle die Fans in diesem Kontext spielen. Es gibt zahlreiche Beispiele, wie vor allem Fans in Deutschland Position beziehen, Forderungen stellen und diese auch durchsetzen – ein aktuelles Beispiel ist der Investoreneinstieg in die DFL, der nach wochenlangen Fanprotesten abgesagt wurde.

Eine wichtige Erkenntnis meiner bisherigen Forschungsarbeit ist, dass wir bei ökologischen Themen nicht wirklich zwischen Fans und anderen Akteur*innen im Fußball unterscheiden können, sondern zwischen Menschen, für die das Thema einen hohen Stellenwert hat und Menschen, für die andere Themen dominieren. Denn Letztere finden wir nicht nur in den Fankurven sondern auch an den Entscheidungstischen der Vereine, in den Verbänden und Ligen – und selbstverständlich auch über den Fußball hinaus. Der Großteil der Bevölkerung ist besorgt über den Klimawandel, nur zeigt sich das nicht immer in den Handlungen. Die Gründe dafür sind vielfältig. Häufig hat es aber auch damit zu tun, dass wir uns in einer Welt bewegen, in der umweltfreundliches Verhalten oder die klimafreundlichere Alternative nicht die Norm sind.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass die Ressourcen, die Organisationen wie Climate Outreach und Klimafakten bereitstellen auch im Kontext Sport anwendbar sind und somit auf Vorwissen und Best Practice aus anderen Bereichen aufgebaut werden kann.

Woran hat sich der Einsatz von Fans im Klimabereich in England schon gezeigt?

Britische Fans haben unterschiedliche Initiativen gestartet. Pledgeball ist eine davon. Bereits vor einigen Jahren haben Huddersfield Town Fans die „Sustainable Stadium Campaign“ ins Leben gerufen und auch bei anderen Vereinen gibt es Fangruppierungen, die sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimawandel befassen, darunter die Sustaina-Bees (Brentford FC), Sustainable Clarets (Burnley FC) und Green Gooners (Arsenal). Clubübergreifend finden sich Fans in der Green Working Group der Football Supporters Association zusammen. Pledgeball hat im Dezember 2024 die erste Fan Sustainability Roadshow in Huddersfield abgehalten. Fußballfans versuchen derzeit darauf hinzuwirken, dass auch ökologische Nachhaltigkeit im neu geschaffenen Independent Football Regulator verankert wird und ich wage zu behaupten, dass all das Engagement auch dazu geführt hat, dass sich die Premier League und ihre Clubs auf einen Mindeststandard für Maßnahmen in Umweltfragen geeinigt haben. Insgesamt scheint auch das mediale Interesse in England – dank Kampagnen wie der Sport Positive Leagues und des Green Football Weekends – höher.

Können Sie kurz erklären, worum es bei Pledgeball genau geht?

Pledgeball ist eine von Fußballfans gegründete gemeinnützige Organisation mit Sitz in England, die Fans dazu ermutigt aus einer Liste mit konkreten, umweltfreundlichen Verhaltensweisen zu wählen und diese im Namen ihres Lieblingsvereins durchzuführen. Während auf dem Platz die eigene Mannschaft vielleicht gerade verliert, können Fans in der virtuellen Liga immer noch mehr Treibhausgasemissionen als die Fans des gegnerischen Teams einsparen und somit das ‚Spiel‘ gewinnen. Die gemeinsam für den jeweiligen Verein eingesparten Emissionen bestimmen dann die Position des Vereins in der virtuellen Pledgeball Tabelle.

In Interviews, die ich im Rahmen meiner Masterarbeit und auch darüber hinaus geführt habe, konnte ich feststellen, dass sowohl umweltbewusste Fans als auch Neulinge auf diesem Gebiet Pledgeball als eine neue und motivierende Möglichkeit wahrgenommen haben, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Für einige Befragten war die Unterstützung des Vereins ein Anstoß dafür, mit umweltfreundlicheren Verhaltensweisen zu experimentieren oder sich zumindest mit diesen auseinanderzusetzen. Als positiv wahrgenommen wurde, dass die Teilnahme freiwillig ist und man aus einer Liste konkreter Handlungen wählen kann. Einige dieser Verhaltensweisen praktizierten die Befragten bereits, waren

sich deren Auswirkungen aber nicht bewusst. Diese Erkenntnis motivierte die Teilnehmenden auch dazu, Neues auszuprobieren. Von großer Bedeutung war die Sichtbarkeit der gemeinsamen Bemühungen, die durch die Ligatabelle sowie den Wettbewerb am Spieltag sichtbar wurde: Auch andere Fans und der Verein setzen sich für Veränderung ein. Das wiederum erleichterte Gespräche über das Thema sowohl mit anderen Fans als auch dem Verein. Für mich am interessantesten war tatsächlich, dass sich die Haltung zu Veränderung ganz allgemein zu ändern schien: Veränderung wurde nicht mehr primär als schwierig und unangenehm wahrgenommen, sondern als möglich und als etwas, das, vor allem, wenn man es als Teil einer Gruppe macht, Freude bereiten kann.

Erste Ergebnisse aus der Partnerschaft zwischen Pledgeball und Forschenden des Centre for Climate Change and Social Transformations bestätigen diese Erkenntnisse.

Pledgeball geht aber noch einen Schritt weiter und hat gemeinsam mit der Football Supporters Association und einigen Championship Clubs die Sustainable Travel Charter ins Leben gerufen, um eine konstruktive Lösung für die Inlandsflugproblematik im Fußball voranzutreiben.

Wie bewerten Sie aus wissenschaftlicher Perspektive das BMUV-geförderte Projekt ‚Anpfiff fürs Klima‘ und seine Ansätze zur Förderung des Klimaschutzes im Fußball?‘

Leider konnte ich selbst noch keinen der Workshops besuchen, finde es aber wichtig, dass durch das Projekt ein Raum für Austausch zu diesem Thema geschaffen wird. Auch wenn der Fokus zunächst nur auf jungen Fans lag, so bietet das Projekt die Möglichkeit, Fangruppen jeden Alters, Vereinsverantwortliche und andere Interessensgruppen zusammenzubringen, um in den Dialog zu treten und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten, die den Fußball fit für die Gegenwart und Zukunft machen. Eins sollte klar sein, Klimaschutz ist nicht nur Aufgabe der Fans. Aber Fans haben einen großen Vorteil: sie sind viele und, wenn sie sichtbar machen, dass ihnen etwas ein Anliegen ist, bietet der Fußballsport eine breite Bühne, um gesehen und gehört zu werden.

Was muss der Fußball in Sachen Klimaschutz noch lernen?

Nicht nur der Fußball sondern wir alle müssen diesbezüglich noch viel lernen. Wie bereits erwähnt, gibt es jedoch schon viele wertvollen Ressourcen und wir müssen das Rad nicht neu erfinden. Im Fußball geht es vor allem darum, einen Weg zu finden, wie wir Klima- und Umweltthemen nicht als ‚on top‘ sondern als bestehenden Teil der Vereins-DNA und Arbeit vermitteln können. Wie bereits erwähnt, motiviert die Tatsache, dass es den Klimawandel gibt und wir alle davon betroffen sind, nicht alle Menschen zum Handeln. Wörter wie ‚Nachhaltigkeit‘ und ‚grün‘ sind vielerorts zu leeren Worthülsen verkommen. Hilfreich wäre es, Wörter wie ‚klimafreundlich‘ und ‚nachhaltig‘ greifbar zu machen und konkret zu benennen, was damit eigentlich im Vereinskontext gemeint ist und wie Mitglieder, Mitarbeiter*innen, Spieler*innen und die Region davon profitieren: Subventionierung der Anreise mit ÖPNV, Kooperationen mit lokalen Partner*innen, Verbesserung der Luftqualität ums Stadium herum ... Gleichzeitig höre ich sowohl in England als auch in Deutschland immer wieder die Frage „Wie erreichen wir die Fans mit diesem Thema?“ Hier braucht es in erster Linie Formate, bei denen Clubs und Fans zusammenkommen, um darüber zu sprechen und gemeinsam Ideen zu entwickeln. Das gilt im Übrigen nicht nur für den Fußball sondern auch für andere Sektoren.

Welche Bedeutung kommt hier einer guten internen und externen Kommunikation zu?

Klima- und Nachhaltigkeitskommunikation darf nicht als etwas verstanden werden, was man mal eben so nebenher machen kann. Es gibt schon viele Erkenntnisse und Handreichungen, wie man unterschiedliche Zielgruppen – auch fernab von Social Media – erreichen kann, aber es braucht auch die Ressourcen, vor allem die Zeit, sich damit zu beschäftigen. Denn es bedeutet, mit den Menschen, die ich erreichen möchte, wirklich ins Gespräch zu kommen, gemeinsam Ideen zu entwickeln und umzusetzen und diese auch zu evaluieren. Letztendlich geht es um eine gute Balance und die Erkenntnis, dass effektive Klima- und Nachhaltigkeitskommunikation, je nach Zielgruppe, auch ganz ohne Begriffe wie ‚Klimawandel‘ und ‚Nachhaltigkeit‘ auskommen kann – wenn unser Ziel ist, Menschen für ein Thema zu begeistern.

Die eine für alle passende Ansprache gibt es leider nicht, deshalb ist es wichtig, sich mit den Menschen, die man erreichen möchte, auseinanderzusetzen, sich der Absicht der Kommunikation bewusst zu sein und zu evaluieren, ob die Ansprache ihren Zweck erfüllt.

Welche Chancen ergeben sich auch für den Fußball und seine Fans aus einer offenen Auseinandersetzung mit Klimawandel und Klimaschutz?

Eine nachhaltigere, umweltverträgliche Gesellschaft bietet Vorteile, sei es für unsere Gesundheit oder auch, wenn längerfristig gedacht wird, finanziell. Es geht konkret darum, sich mit den Werten und der Lebensrealität von Menschen auseinanderzusetzen, sich der Co-Benefits zu bedienen und positive, lokal relevante und greifbare Zukunftsvisionen zu entwickeln. Der Ansatzpunkt sollte sein, nicht nur Einzelpersonen zu Veränderungen zu drängen, sondern auch den Kontext, in dem wir uns tagtäglich bewegen und Entscheidungen treffen, so zu gestalten, dass Veränderung gelingen kann.

Der Fußball, und das haben die Workshops des Anpfiff fürs Klima Projektes gezeigt, bietet die Möglichkeit, weg von einer Verbotsdebatte und hin zu einer partizipativen, positiveren und konstruktiven Auseinandersetzung mit Klimawandel und Co zu kommen – wenn wir uns nicht in der Berechnung von Fußabdrücken verlieren, sondern lebensnahe Umsetzungen von Klimaschutz miteinander besprechen und Realität werden lassen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Materialien (lieferbare Publikationen)

KOS-Schriften



Fanarbeit und Geschlecht

KOS-Schriften Nr. 13
Fanszenen zwischen Vielfalt und Diskriminierung und der Umgang der Fanarbeit mit sexualisierter Gewalt
Frankfurt am Main, 1994
1. Auflage, Dezember 2020
ISBN-NR: 978-3-89152-412-1



Stimmung ja - (Mit)bestimmung nein?

KOS-Schriften Nr. 12
Perspektiven für die Beteiligung jugendlicher Fans im Spannungsfeld von Jugendarbeit, Gewaltprävention und kommerzialisiertem Fußball
Frankfurt am Main, 1. Auflage, November 2018
ISBN-NR: 978-3-89152-643-9

KOSMOS



KOSMOS 12

Dreimal Doha – Fanbetreuung der KOS und der Fanprojekte bei der Weltmeisterschaft 2022 in Katar
Frankfurt am Main, Dezember 2023
ISBN-Nr.: 978-3-89152-416-9

Sonstiges



FANS WELCOME

Fanbetreuung bei der Europameisterschaft 2024 in Deutschland
Frankfurt am Main, 2024
ISBN 978-3-89152-419-0

Sonstiges



Fanprojekte 2025

Die soziale Arbeit mit Fußballfans in Deutschland Sachstandsbericht Fanprojektarbeit (1993–2025)
Frankfurt am Main, 2025



Steilvorlage

Veränderte Rahmenbedingungen, Herausforderungen und Ansprüche moderner Fansozialarbeit im Fußball
November 2024
ISBN-Nr.: 978-3-89152-417-6



Rechtsgutachten

Strafprozessualer Reformbedarf des Zeugnisverweigerungsrechts in der Sozialen Arbeit – Am Beispiel der sozialpädagogischen Fanprojekte im Fußball
Frankfurt am Main, 2018
ISBN-Nr.: 978-3-89152-642-2



Was ist was

Die wichtigsten Begriffe aus dem Arbeitsfeld der sozialpädagogischen Fanprojekte
Frankfurt am Main, Mai 2020

Erhältlich bei: Koordinationsstelle Fanprojekte bei der dsj,
kos.fanprojekte@dsj.de
Viele weitere KOS-Veröffentlichungen und Materialien finden Sie auch online zum Download unter www.kos-fanprojekte.de



ISBN-Nr.: 978-3-89152-418-3