

Nachhaltigkeit, ein Megatrend und seine Besonderheiten

Günther Bachmann, Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Keynote zur Veranstaltung Gesellschaftliche Verantwortung des Deutschen Fussball Bundes, DFB (Transskript, es gilt das gesprochene Wort)

Frankfurt, 28. November 2019

Sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrte Damen und Herren,

ich danke Ihnen für die Einladung und ich freue mich, dass Sie die Bedeutung der Nachhaltigkeit für Ihre Arbeit zum Thema machen.

Wir sind es gewohnt, dass Trends kommen und gehen. Bei Klimaschutz und Nachhaltigkeit ist das anders. Sie bleiben.

Aber dennoch: Was genau zum Klimaschutz zu tun ist und wie genau nachhaltiges Wirtschaften und Konsumieren zu verstehen sind, darüber geht es in der Debatte mitunter drunter und drüber. Es ist immer wieder nötig, sich der Grundlagen zu versichern.

Klima: Kohlenstoff ist Energie. Als Kohle und Benzin ist uns das geläufig. Aber auch Kohlendioxid ist Energie und wir pumpen sie ohne Unterlass und in immer größeren Mengen in die Atmosphäre. Das kann nicht ohne Folgen bleiben. Diesen Energiemengen bleibt gar nichts anders übrig als den Globus aufzuheizen und mehr Stürme zu produzieren. Der wissenschaftliche Erkenntnisgewinn über das, was in der Atmosphäre, in den Ozeanen, mit dem Eis und mit den Gletschern passiert und wie das letztlich die Erdtemperatur erhöht, ist enorm. Noch allem, was wir heute absehen können, wird es wesentlich wärmer als das, was gerade noch so geht. Eine einzige Zahl verdeutlicht das Ausmaß: Werden alle Inder im Jahr 2050 in Häusern wohnen, die üblichen, amerikanischen Standards an Komfort und Energie entsprechen - und wer wollte ihnen das verbieten - dann sind 70 Prozent der Gebäude erst noch zu bauen und dann wird alleine der indische Bausektor die Erde um 6 Grad C erwärmen.

Die Wüsten-Olympiade in Katar war insofern keine Zumutung für die Athleten, sondern ein bescheidener Wink aus der Zukunft.

Biodiversität: Im Mai 2019 schlägt der Weltbiodiversitätsrat Alarm. Die Wissenschaft hält der Menschheit einen deutlichen Spiegel vor. Eine Millionen Arten sind vom Aussterben bedroht – und schuld daran ist der Homo Sapiens, der auch sich selbst in immer größere ökonomische und sozial wirksame Gefahr bringt. Die fruchtbaren Böden werden weltweit asphaltiert. Zudem wandelt sich das

Klima in vielen Regionen so schnell, dass die natürliche, evolutionäre Anpassung der Pflanzen nicht mitkommt. Ob und wie es gelingt, die Menschen zu ernähren und dabei den Planeten nicht zu Grunde zu richten, ist das Merkmal von gelingendem oder scheiternden Gesellschaften.

Wirtschaft: Die Wirtschaft wächst zwar überall, aber Wachstum verringert den Hunger in der Welt nicht automatisch. Seit drei Jahren steigt die Anzahl der Menschen, die an Hunger leiden oder verhungern. 821 Millionen Menschen sind chronisch unterernährt. Für viele wird die Hungerfalle zur Fettfalle. Kein Land ist ausgenommen, keine soziale Gruppe. Fettleibigkeit steigt sogar schneller an als (nur) Übergewichtigkeit. Über 2 Milliarden Erwachsene sind übergewichtig. Aktuell sind 40 Millionen Kinder unter fünf Jahren übergewichtig, davon sind 44 Prozent sogar adipös. Ich betone das vor Ihnen als Sportfunktionäre. Gesundheit, physisch wie mental, und Nachhaltigkeit: Das ist die (noch) versteckte Agenda. Das Weitermachen wie bisher verspricht eine Wirtschaftskrise unbekanntes Ausmaßes. Ein Prozent mehr Hunger macht zwei Prozent mehr Migration. Unbedachtes Wirtschaftswachstum heißt: Wir wachsen uns arm.

Das alles gehört in den Kontext der Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit ist nicht nur „Umwelt“. Wenn das so wäre, bräuhete man den Begriff Nachhaltigkeit nicht. Das eine oder andere Umweltproblem kann man mit Umwelttechnik lösen, denken Sie zum Beispiel an die Deponietechnik. Aber heute haben wir nur noch große oder größere Probleme. Jedes Umweltproblem braucht Antworten, die größer als nur Umwelt sind. Das ist eine praktische Erfahrung, keine Theorie. Wo das Problem auf den Begriff Umwelt hört, hören die Lösungen auf Ökonomie und Sozial- und Gesellschaftspolitik. Und das mit Blick auf Zukunft und weltweite Aspekte. Allen Menschen ein würdevolles Leben zu ermöglichen, auch ihren Nachkommen und auch auf der ganzen Welt, und dabei die ökologischen Belastungsgrenzen nicht einzureißen - das bedeutet Nachhaltigkeit.

Das drücken die bei den Vereinten Nationen vereinbarten Welt-Nachhaltigkeitsziele aus. Sie machen das sehr konkret, mit Zahlen, Daten und Vereinbarungen. Die Bundesregierung unterstützt diese Ziele aktiv, woran der Rat für Nachhaltige Entwicklung einen gewissen Anteil hat. Als Rat der Bundesregierung treiben wir diese Agenda national wie international voran.

Das Besondere

Das Nachhaltigkeitsthema hat einige Besonderheiten, wenn man es mit anderen Themen vergleicht. In Form von kurzen Überschriften will ich Ihnen folgende Gedanken mitgeben:

- **Verschieben ist verschärfen.** Wer meint, Aktionen gegen den Klimawandel auch später (bei vermeintlich besseren Gelegenheiten, mit mehr Geld, mehr Wissen, mehr Unterstützung) angehen zu können, irrt. Denn er vergrößert die Probleme und seine eigenen Aufgaben. Beim Thema Nachhaltigkeit geht die Annahme fehl, man kann Zeit gewinnen.
- Die Agenda gilt **universell, das ist neu.** Erstmals hat die Welt eine gemeinsame Agenda, im Norden und Süden, für Industrieländer und für Entwicklungsländern, für arm und für reich. Eine weitere Besonderheit: Dabei fallen Unterschiede und Ungleichheiten nicht unter den Tisch, sondern sie werden gezielt angesprochen.
- Bei der nachhaltigen Entwicklung wird Glaubwürdigkeit besonders groß geschrieben, und zwar in folgendem Sinn. Der erhobene Zeigefinger zählt nur dann, wenn er durch das ureigene Handeln glaubhaft ist. Sportlich gesagt: **Eigene Form und generelles Anliegen müssen zueinander passen.** Praktisch gesagt: Ein Trikot für die Nationalmannschaft sollte dann eben auch aus fair bezahlten und ökologisch hergestellten Stoffen sein, oder aus recycelten PET Flaschen. Das geht. Es ist längst keine

exotische Vorstellung mehr. Auch wenn solche Herstellung noch lange die Regale der Discounter erreicht hat: Es zeigt, dass man die Zeichen der Zeit verstanden hat.

- Dazu gehört Augenmaß und die richtige Selbsteinschätzung. Alle Menschen, Sie, ich, jeder Mensch, den wir heute begegnen werden, zählt. Aber wir müssen uns ehrlich machen. **Niemand ist ein Vollzeitheiliger**. Maximal sind wir alle teilzeitheilig. Das macht mir auch keine Angst. Es ist ok, im Kleinen anzufangen. Es kommt nicht primär auf die Weite des Sprunges an, auf die Schrittlänge oder den Geschwindigkeitsrekord, sondern darauf, dass die Richtung der Bewegung stimmt, sichtbar ist und für einen selbst auch erfahrbar wird. Jeder Anfang ist schwer, aber er verspricht - das ist auch besonders beim Thema Nachhaltigkeit - eine Fülle von dann kommenden Anregungen, Mitmachenden, immer größeren Möglichkeiten. Es ist wie auf dem Platz: Erfolg macht stark. Vertrauen schafft Selbstvertrauen. Können schafft Kompetenz. So entsteht das Mehr, das man braucht, um übermächtig wirkende Probleme anzugehen.

Was bedeutet das für Ihre Aufgabe als CSR-Manager von Profi-Vereinen und für die Führungsverantwortung in Ihren Verbänden? Hier sind zwei Thesen:

1. **CSR is over**. Nachhaltigkeit zählt. Ich sehe das bei den Bewerbern um den Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Unternehmen. Dieser Preis ist die Leistungsschau des unternehmerischen Fortschritts. Den führenden Unternehmen geht es längst um das Kerngeschäft. Die Verantwortung für Nachhaltigkeit verankern sie in der Führung und dort, wo Innovation für alle Teile des Business Cases treibt. Vorbei ist die Zeit von CSR als Anhängsel, zu dem man hin und wieder lediglich rückwärts-bezogenen Bericht aufschreibt. Die Sorgfaltspflicht der Unternehmen endet nicht beim Kunden, an den Werkstoren oder an den Grenzen Deutschlands. Themen sind die Arbeits- und Sozialstandards, aber auch die Umweltstandards in den Herkunftsländern z.B. von Textilien oder Leder, Palmöl, Holz, Kaffee, Kakao oder Bananen und vielen anderen Rohstoffen und Produkten. Hier liegen Risiken und (!) Chancen. Hier ist die heutige Arena des Handelns. Kleider machen Leute, heißt es. Hier gilt: **Nachhaltigkeit schafft den Wert**.

In aller Klarheit will ich sagen: Integration, Inklusion und Interaktion - die drei Großen I - sind wichtiger denn je. Aber CSR muss heute in die DNA, in das Kerngeschäft des Unternehmens einfließen. Das geht über Verantwortungspolitik hinaus. Es fragt nach dem zukünftigen Geschäftsmodell in einer sich ändernden Welt. Neben Berichteschreiben, neben Good Will treten jetzt Innovation, neue Produkte, Lieferkettenmanagement, Lösungsbeiträge zum Klimaschutz - eben die volle Palette des Nachhaltigkeitsmanagements.

Der **Deutsche Nachhaltigkeitskodex** setzt genau hier an: bei allem, was den Wert des Unternehmens wirklich ausmacht. Kenngrößen zur Ökologie und zu Sozialem, zur Infrastruktur und zur Unternehmenskultur werden immer wichtiger. Mit einer Reihe von Branchenverbänden haben wir spezifische Leitfäden entwickelt. Wir entwickeln das Instrument der DNK-Erklärung laufend fort. Denkbar ist auch die Anpassung auf Ihre Branche.

2. Deutschlands Verantwortung ist größer als Deutschland. Wir haben eine Verantwortung, die weltweit ausstrahlt. Wir sind als Zukunftslabor gefragt. Wenn es einem reichen und sicheren Land wie Deutschland gelingt, aus Atom und Kohle auszusteigen und (!) eine moderne Volkswirtschaft aufzubauen und (!) das im demokratischen Prozess zu organisieren - dann wird das mehr ausstrahlende Wirkung haben als alle internationalen Verträge und Klimaabkommen zusammen. Und ich könnte das Gleiche sagen für die Kreislaufwirtschaft, für eine nachhaltige Landwirtschaft, für faire Löhne beim Im- und Export etc.

Das ist in der Öffentlichkeit bisher erst unzureichend angekommen. Dort dominieren die flehentlichen Aufrufe „wir müssen endlich etwas tun“, mit der Betonung auf Müssen, Notwendigkeiten, Zwang. Zunehmend wird das drohend oder auch sehr moralisch vorgetragen. Manchmal trifft das „Wir-müssen“ zu, aber viel seltener funktioniert es. Ich beobachte hierbei ein tragisches, mitunter aber auch ins Komische gehendes Unverständnis. Nämlich, wenn das „Wir-Müssen“ fortwährend wiederholt, moralisch aufgeladen, mit dem Stand der Wissenschaft begründet und mit immer düsteren Zukunftsbilder verstärkt wird - ohne dass Entsprechendes geschieht. Enttäuscht und tief verwundert wird dann gefragt, warum in aller Welt denn das Wissen nicht zum Handeln führe?

Es ist richtig, dass so erhebliche Finanzmittel in die Forschung gehen, und es könnten noch mehr sein. Aber weder erzwingt pure wissenschaftliche Erkenntnis das rationale Handeln, noch ist das von Panik und Angst zu erwarten. Zwischen Wissen und Handeln steht die Emotion, stehen Haltungen, Einstellungen, Vertrauen oder Misstrauen. Zwischen beiden stehen die ungewollte gesendeten Botschaften aus der Binnenlogik der jeweiligen Gemeinschaft(en). Kurzgefasst: Entscheidender ist aus meiner Sicht - oft, nicht automatisch immer - ein positiv aufbauendes „Wir-können“. Es signalisiert Kompetenzen: Wir können etwas tun oder etwas lassen. Wir können Lebensmittel so kaufen und verwenden, dass wir nicht im Schnitt 40 Prozent wegwerfen. Wir können das Flutlicht mit sauberen Energie machen. Wir können eine Vereinskultur zur Nachhaltigkeit entwickeln. Und so weiter.

Und der Fussball

Seit Thomas Bach hat das IOC eine Nachhaltigkeitsstrategie und eine „Sustainability and Legacy Commission“. Jetzt haben sich der DOSB und das Bundesinnenministerium vorgenommen, eine Nachhaltigkeitsstrategie für Sportgroßveranstaltungen in Deutschland zu entwickeln. Sie beziehen dabei Stakeholder mit ein. Ich finde das Vorhaben richtig und unterstütze es. Ich verkenne nicht, dass der Teufel im Detail liegt. Aber die Sache ist wichtig. Ich arbeite selbst an diesen Überlegungen mit. Sie sind für viele Sport-Fachverbände Neuland. Aber dieser Weg lohnt sich. Und das nicht nur zuwendungsrechtlich. Vielmehr denke ich, dass er sich auch für die Zukunft des Sports, für Mitgliederzahlen der Vereine und für die Sportstätten des Breitensports auszahlt.

Ich habe kürzlich mit Norbert Dickel am Spielfeldrand des BVB in Dortmund die Kampagne zu den 17 weltweiten Nachhaltigkeitszielen gestartet. Schauen Sie sich den Film mit Julian Brandt auf www.ziele-brauchen-taten.de an; dort gibt es auch weitere Filme von RENN.west, einem Nachhaltigkeitsnetzwerk, das die Kampagne führt. Das RENN-Netzwerk ist in allen Teilen Deutschlands aktiv. Ich rate Ihnen sehr an, sich in diesem Netzwerk aktiv zu engagieren.

Fussball ist ein „Lagerfeuer“, vielleicht das letzte große in unserer immer weiter sich differenzierenden Gesellschaft, in der Ichling-haftes Verhalten um sich greift und sich viele hin zum vermeintlichen Schnäppchen strecken. Fußball verbindet Menschen über alle sozialen, religiösen oder ethnischen Barrieren hinweg. Er vermittelt Werte wie FairPlay, Teamerfahrung, Leistungsorientierung, Toleranz und Solidarität. Profi- und Breitensport, Fankultur und Leistungswille, individuelles Könnerschaft und gegenseitige Hilfe: Das kann jetzt zusammengebracht werden mit Zukunftsverantwortung und Kreativität zur Nachhaltigkeit, mit einem Sustainability Made in Germany. Ohne Anstrengung und ohne Arbeit wird das nicht gehen. Aber wird sich lohnen.

Fridays for Future, Sports for Future: Das Aufbegehren gegen mangelnden Klimaschutz ist noch viel mehr. Aus meiner Sicht zeigt es: Menschen sehnen sich nach Führung. Sie wollen Teil von etwas Größerem sein. Sie wollen Verantwortung übernehmen, Kompetenzen erwerben und ihr Können zeigen. Sie sehnen sich nach dem Erzählen einer großen Geschichte. Einer Geschichte, die zu den großen Veränderungen passt, die uns auf dem **Weg von der leeren in die volle Welt, eine Welt mit bald zehn**

Milliarden Menschen begleiten werden. Und die wir gestalten können und werden. Die Verantwortung des Profivereins hört nicht am Stadiontor auf, sowenig wie die Verantwortung der Unternehmen am Werkstor endet.

Hoffnung zu haben und den Mut zur Nachhaltigkeit aufzubringen, ist heute ein Wagnis. Es einzugehen, wird immer populärer. Ich beobachte das in unseren regionalen Netzwerken aus Aktivisten, in Städten und Stadträten, in der Community beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis, in den Berliner interessierten Kreisen, in der Kulturpolitik, in der Wirtschaft.

Was kann das konkret heißen?

Ich bin gekommen, um Sie zu ermutigen, die Zeitläufte anzupacken. Ist es nicht Zeit, vom Teamwork auf den Platz für ganz Deutschland zu lernen?

Um der Nachhaltigkeit im Sport eine weit hörbare Stimme zu geben, muss man nicht abwarten. Man kann es jetzt (!) und überall tun. Gerade in Ihrem Kreis möchte ich aber ein deutliches Plus anregen. Ich rege an, dass Sie die Vorbereitung der UEFA 2024 hernehmen, um etwas auszulösen, das größer ist als das Fussballspiel in den Austragungsorten. Sie könnte Nachhaltigkeit und Sport beispielhaft in Szene setzen. Etwa nach dem Motto: Teamwork für Deutschland: auf dem Platz und im Land. In diesem Sinne könnte man die Sanierung der alten Sportstätten gerade auch in Städten und auf dem Land auslösen, wo die Anlagen in schlechtem Zustand sind. Dort würde dies als Nachhaltigkeitsinitiative gut ankommen, zumal wenn es mit Innovationen verknüpft werden würde. Gemeinschaftswerke solcher Art wirken dem Gefühl des Abgehängtseins entgegen, das heute so weit um sich greift. Und sie stärken die „licence-to-operate“. Die UEFA2024 will ja nicht auf den Glitzerschmuck für die Welt hochmöglicher Sponsoren und des großen Geldes reduziert werden.

Wer im Jahr 2024 gewinnen will, muss im Vorfeld und in der Vorbereitung die Welt der kleinen Vereine und des Ehrenamtes erreichen. Sonst wandert eines Tages alles in den E-Sport ab.

Von den Oberbürgermeistern der 10 deutschen Austragungsorte engagieren sich heute schon sechs in unserem Dialog zur kommunalen Führungsverantwortung zur Nachhaltigkeit. Wir nennen das den OB Dialog Nachhaltig Stadt. Sie geben den Städten eine wichtige Stimme in der Zukunftspolitik und bei der Gestaltung einer nachhaltigen Entwicklung in Deutschland. Dem Sport und dem Fussball fehlt diese Stimme noch, aber es spricht nichts dafür, dass das so bleiben muss.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.