

DMSB-NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Stand: 1. Februar 2022



INHALT

1. Zielsetzung	3
2. Zum Vorgehen	5
3. Identifizierung von Strategiefeldern und Stakeholdern	6
4. Strategiefelder	8
4.1 Steuerung	8
4.1.a Grundsatz.....	8
4.1.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder.....	9
4.2 Ressourcen.....	10
4.2.a Grundsatz.....	11
4.2.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder.....	11
4.3 Know-how	13
4.3.a Grundsatz.....	13
4.3.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder.....	14
4.4 Kommunikation	16
4.3.a Grundsatz.....	16
4.3.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder.....	16
5. Ausblick	19

1. ZIELSETZUNG

Umwelt- und Klimaschutz sowie Nachhaltigkeit sind zentrale Herausforderungen im derzeitigen gesellschaftlichen Diskurs – und das nicht ohne Grund. Deutlicher als je zuvor zeichnet sich ab, dass eine gesamtgesellschaftliche Strategie nötig ist, um die globalen Lebensgrundlagen dauerhaft zu sichern. Der Motorsport will diesen Transformationsprozess mitgestalten und damit seine Zukunftsfähigkeit unter Beweis stellen. Denn als öffentlichkeitswirksames Feld für die Entwicklung und Erprobung technischer Innovationen kann er als Speerspitze nachhaltiger Entwicklungen dienen. Der DMSB erkennt diese Herausforderungen an und will sie mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie mitgestalten.

Um als Verband selbst und im deutschen Motorsport insgesamt die notwendigen Transformationsprozesse einzuleiten, hat der DMSB die vorliegende Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Sie beschreibt die Handlungsfelder, auf denen Motorsport nachhaltiger gestaltet werden kann, trifft Aussagen über Zielsetzungen und skizziert einzuschlagende Wege. Es ist damit die Grundlage für alle weiteren Anstrengungen des DMSB auf diesem Feld.

Öffentliche Wahrnehmung und tatsächlicher Impact differieren

Der tatsächliche Impact von Motorsport auf die Umwelt ist vermutlich weitaus geringer, als es in der öffentlichen Wahrnehmung eingeschätzt wird¹. Dem Motorsport kann deshalb nicht die Aufgabe zukommen, einen gesamtgesellschaftlichen Transformationsprozess zu bewerkstelligen. Als traditionelles, manchmal öffentlichkeitsträchtiges Betätigungsfeld vieler Unternehmen aus der Automobil- und Zulieferindustrie sind aber seine Symbolkraft und sein subjektiv wahrgenommener Umwelteffekt groß. Das kann entscheidend sein, weil diese Seite seine öffentliche Akzeptanz maßgeblich beeinflusst. Ohne Akzeptanz und Interesse in einem nennenswerten Anteil der Bevölkerung würden aber viele Faktoren wohl negativ

¹ Zu diesem Ergebnis kam jedenfalls schon 2008 die Studie „Umweltbilanz des deutschen Motor Sport Bundes (DMSB)“ des ifeu – Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH. Eine Neuauflage der Studie, die dann auch aktuellere Ergebnisse liefert, ist derzeit in Arbeit.

beeinflusst, die eine extrem wichtige Rolle spielen: Behördenzustimmung bei Genehmigungsverfahren, Sponsorengewinnung, Verkauf von Eintrittskarten bzw. Gewinnung von Zuschauern (TV/Streaming) und viele andere Faktoren sind letztlich davon abhängig.

Weiterentwicklung von Umwelt- und Klimaschutz zum Nachhaltigkeitsdenken

Umwelt- und Klimaschutz sind im Motorsport seit rund zwei Jahrzehnten gelebte Praxis. Die Forderung nach Nachhaltigkeit eröffnet nun aber zusätzliche Perspektiven. Denn Nachhaltigkeit im Sinne der hier vorgelegten Strategie ist eine Wirtschaftsweise, die „dauerhaft durchhaltbar“ ist und in der sich die ökologischen, ökonomischen und sozialen Teilaspekte harmonisch ergänzen. Durch jede dieser drei Säulen der Nachhaltigkeit ergeben sich neue Chancen und Möglichkeiten für alle motorsportlichen Akteure, sie markieren aber auch einen Wandel, der gestaltet werden muss. Der innovative Spitzensport strahlt bei diesem Prozess voraussichtlich zunächst durch neue Technologien und Erkenntnisse in den Breiten- und Clubsport aus. Neue Rennklassen und -serien auf verschiedenen motorsportlichen Leistungsebenen machen den Motorsport anschließend noch deutlicher zu einem Schaukasten der Nachhaltigkeit.

Zentral: Glaubwürdigkeit

Den Startpunkt für die beschriebene Evolution vom Umwelt- und Klimaschutz zum Nachhaltigkeitsdenken setzt die Nachhaltigkeitsstrategie des DMSB. Sie definiert Eckpunkte und Handlungsfelder für das weitere Vorgehen. Dass dieser Prozess zwingend notwendig ist, liegt auf der Hand. Denn eine Erkenntnis muss jeder verinnerlichen, der gewillt ist, am Motorsport der Zukunft mitzuwirken:

Die Zukunftsfähigkeit des Motorsports ist entscheidend davon abhängig, dass er glaubwürdig nachhaltig ist.

Wenn das Ziel (nachhaltiger Motorsport) und die Eckpfosten (Handlungsfelder) bekannt sind, dann ergibt sich daraus ein Fahrplan („Roadmap“), der den weiteren Weg aufzeigt und damit das künftige Handeln lenkt.

2. ZUM VORGEHEN

Die Einsicht, dass sich der Motorsport einer nachhaltigen Entwicklung nicht verschließen kann, ist nicht neu. In der Vergangenheit dominierten Umwelt- und Klimaschutzziele die Bemühungen und führten zu zahlreichen richtungsweisenden Entscheidungen. So führte der DMSB 2002 als erster Spitzenverband unter dem Dach des Deutschen Olympischen Sport Bundes (DOSB) verbindliche Umweltrichtlinien ein, 2008 wurde erstmals eine fundierte wissenschaftliche Studie zu den Umweltauswirkungen des deutschen Motorsports durchgeführt. Die Preisträger des seit 2000 vergebenen DMSB-Umweltpreises sind ein Beleg für die Vielfalt an Initiativen, Motorsportthemen mit Umwelt- und Klimaschutz harmonisch zu verbinden. 2020 wurden das Bekenntnis zu Umwelt- und Klimaschutz sowie zur Nachhaltigkeit in zwei Positionspapieren² festgehalten.

All diese Ansätze waren in ihrer Zeit richtungsweisend. Für die Formulierung einer Zukunftsstrategie greifen sie aber mittlerweile zu kurz. Der DMSB formierte deshalb einen neuen Expertenbeirat zum Thema Nachhaltigkeit, in dem unter anderem Vertreter von Verbänden, der Industrie, der Forschung und Lehre verschiedener Hochschulen sowie Experten aus anderen Sportverbänden in wechselnder Zusammensetzung mitarbeiteten. Dieses Gremium erarbeitete mit Hilfe einer Szenarioanalyse in einem mehrstufigen Prozess die nun vorliegende Strategie.

Nach einer ersten Bestandaufnahme des Themenfeldes wurde durch den Expertenbeirat in mehreren intensiven Arbeitsmeetings untersucht, mit welchen Rahmenbedingungen der Motorsport in Deutschland künftig konfrontiert ist. Basis der Strategie ist dabei das sogenannte „Realistic Szenario“, das eine Entwicklung abbildet, die ohne größere Verwerfungen vom jetzigen Zustand in die Zukunft führt. Auf Basis dieser recht klaren Vorstellung von möglichen künftigen Entwicklungen fand schließlich im letzten Schritt die Identifikation und nähere Untersuchung der Strategiefelder statt. Sie werden im nächsten Abschnitt thematisiert, bevor abschließende schließlich die Überführung der Strategie in konkrete Maßnahmen skizziert wird.

² Unter <https://www.dmsb.de/de/ueber-uns/leitbild-und-werte/nachhaltigkeit> stehen diese Positionspapiere zum Download bereit.

3. IDENTIFIZIERUNG VON STRATEGIEFELDERN UND STAKEHOLDERN

Die Frage, welche Handlungsfelder für eine Nachhaltigkeitsstrategie des DMSB relevant sind, war der Ausgangspunkt. Dabei stand das in der vorangegangenen Szenarioanalyse als realistische Entwicklung beurteilte Zukunftsbild im Mittelpunkt. „Was muss der DMSB verfolgen, um die nachhaltige Entwicklung des Motorsports zu fördern und die Dynamik in seinem Umfeld im Sinne eines wünschenswerten Zukunftsszenarios zu beeinflussen?“ Es war also einerseits die Frage nach den beeinflussbaren Faktoren – den Strategiebausteinen – zu beantworten, andererseits ergab sich auch die Frage danach, welche motorsportlichen Akteure (Stakeholder) die Maßnahme entweder (mit-)tragen können oder durch sie erreicht werden sollen.

Die folgenden vier Bausteine wurden als Strategiefelder der DMSB-Nachhaltigkeitsanalyse identifiziert:

- **Steuerung** (Welche Stellschrauben hat der DMSB, um eine nachhaltige Entwicklung des Motorsports zu erreichen?)
- **Ressourcen** (Welche Ressourcen – insbesondere finanzielle – sind nötig und wie können sie generiert werden?)
- **Know-how** (Welches Wissen müssen die motorsportlichen Player erwerben, um eine nachhaltige Entwicklung mittragen zu können und wie kann es bereitgestellt werden?)
- **Kommunikation** (Wie kann innerhalb und außerhalb des Motorsports Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit geleistet und Glaubwürdigkeit erreicht werden?)

Um Maßnahmen ausrichten zu können und ihre Wirkung zu überprüfen, ist es wichtig zu definieren, welche Zielgruppen erreicht werden sollen. Andererseits ist auch zu fragen, welcher handelnde Akteur die jeweiligen Maßnahmen überhaupt verfolgen soll. Folgende Stakeholder wurden für die Nachhaltigkeitsstrategie des DMSB definiert:

- **Motorsportinterne Akteure**

- DMSB mit seinen Mitgliedsorganisationen
- Dachverbände und weitere Organisationen (DOSB, dsj, FIA, FIM, FIM Europe)
- Motorsportler (alle Generationen, alle Professionalisierungsgrade)
- Motorsportehrenamt (Sportwarte, Vereine)
- Veranstalter
- Promotoren / Serienorganisatoren
- Rennstrecken / Sportstätten
- Teams

- **Motorsportnahe Partner**

- Industrie (Hersteller, OEMs, Systemlieferanten)
- Motorsportfans aller Generationen (insbesondere Besucher von Veranstaltungen)

- **Externe Zielgruppen**

- Zuschauer (Vor Ort / TV / Stream)
- Gesetzgeber / öffentliche Hand
- Hochschulen und Forschungseinrichtungen
- Gesellschaft

4. STRATEGIEFELDER

Nach der Identifizierung der Strategiefelder werden diese im Folgenden einer näheren Untersuchung unterzogen. Daraus resultieren die eigentlichen strategische Aussagen, die somit den Kern der künftigen DMSB-Nachhaltigkeitsstrategie darstellen.

4.1 Steuerung

Im Strategiefeld „Steuerung“ geht es um die Frage, über welche strategischen Stellschrauben der DMSB verfügt, um eine nachhaltige Entwicklung des Motorsports zu erreichen. Es liegt auf der Hand, dass für Aktive und Zuschauer attraktiver Sport eine Grundvoraussetzung ist. Nur so wird die Akzeptanz, die Motorsport heute hat, in die Zukunft weitergetragen.

4.1.a Grundsatz

Der Motorsport der Zukunft verbindet die Kernideen seiner Attraktivität mit Nachhaltigkeitsdenken. Er ist wettkampforientiert und dadurch spannend, offen für Neues und garantiert allen Beteiligten ein hohes Maß an Sicherheit. Dabei zeichnet er sich durch einen verantwortungsvollen Umgang mit den (natürlichen) Ressourcen aus und überträgt seine Innovationsfreude auf alle Felder von Nachhaltigkeit.

Spannende, attraktive Wettbewerbe bilden den Kern jeder motorsportlichen Betätigung. Dabei steht es außer Frage, dass Motorsport – wie viele andere Sportarten (und überhaupt Freizeitbeschäftigungen) – nicht ressourcenschonend sein kann. Minimiert werden kann aber die Menge der für seine Ausübung benötigten Ressourcen. Das Fazit ähnelt dem Gedankengang, der der Einsicht folgt, dass Motorsport per se mit Sicherheitsrisiken verbunden ist: Die Forderung nach dem hohen Maß an Sicherheit, das heute über alle Disziplinen hinweg erreicht ist, ist kein Positionierungsinstrument für Motorsport, sondern eine notwendige Voraussetzung. Die Entwicklung muss dabei

zweigleisig erfolgen: Der DMSB muss Voraussetzungen und Anreize für nachhaltigeren und zukunftsfähigen Motorsport schaffen, die motorsportinternen und motorsportnahen Stakeholder müssen aber auch das Potenzial eines nachhaltigeren Motorsports erkennen und nutzen.

4.1.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder

Auf der Förderung von auf Nachhaltigkeit zugeschnittenen Motorsport-Reglements und -Wettbewerbe liegt künftig ein besonderes Augenmerk.

Grundlage jedes (motor-)sportlichen Wettbewerbs sind entsprechende Reglements. Sie sind ein wichtiges Steuerungsinstrument hin zu mehr Nachhaltigkeit. Der DMSB entwickelt deshalb gemeinsam mit relevanten Stakeholdern – insbesondere der Automobil- und Zulieferindustrie sowie den Motorsport-Veranstaltern – Ansätze für innovativen Motorsport. Mit klaren Zuständigkeiten werden die Kräfte im organisierten Sport gebündelt und gelenkt. Der DMSB und seine Mitgliedsorganisationen entwickeln Reglements, die attraktive, faire Wettbewerbe ermöglichen, in denen neue bzw. „alternative“ Fahrzeugkonzepte auch oder sogar exklusiv startberechtigt sind. Die DMSB-Kommissionen nehmen dabei eine federführende Rolle ein. Da das Entwicklungstempo und -potenzial im Spitzensport sich anders darstellt als im Breitensport, passen sie ihre Maßnahmen auf diese Bereiche an. Passend zu neuen Technologien schaffen Veranstalter in einem weiteren Schritt außerdem innovative, genehmigungsfähige Veranstaltungsformate, die Aktive und Zuschauer gleichermaßen ansprechen.

Der Motorsport entwickelt sich sichtbar nachhaltig.

Glaubwürdig wird die Entwicklung des Motorsports zu mehr Nachhaltigkeit, wenn die Entwicklungsschritte transparent und sichtbar gezeigt werden. Der DMSB handelt deshalb nicht nur selbst nachhaltig, sondern identifiziert und unterstützt Projekte, Unternehmen, Personen oder Institutionen, die sich vorbildlich verhalten. Die Zusammenarbeit mit geeigneten Kooperationspartnern (z. B. Industrie, Verbände,

NGOs) wird für eine breitere Wahrnehmung (und ggf. auch für eine nennenswerte Dotierung) Sorge getragen. Auch die Industrie trägt zur Sichtbarkeit der nachhaltigen Entwicklung bei, weil sie den Motorsport als Test- und Entwicklungsplattform nutzt. Besondere Glaubwürdigkeit erhält nachhaltiges Handeln, indem sich ihre Träger einer Zertifizierung durch unabhängige Dritte unterziehen.

Nachhaltigkeit im Motorsport beschränkt sich nicht nur auf das Sportgeschehen, sondern muss in allen Bereichen anhand konkreter Beispiele glaubwürdig und vielfältig vorgelebt werden.

Motorsport verfügt traditionell über ein hohes Innovationspotenzial – seine Akteure nutzen diese Eigenschaft gezielt für eine nachhaltige Entwicklung nicht nur in Bezug auf die eingesetzte Technik. Ansätze dazu bieten Logistikfragen, aber auch die Funktionsbereiche von Motorsportveranstaltungen. Eine fortschreitende Digitalisierung von Abläufen und Meetings verringert nicht nur Kosten, verkürzt zeitliche Abläufe und strafft so Prozesse, sondern trägt auch zur Nachhaltigkeit bei. Auch während Motorsportevents entwickeln Veranstalter, Teams und Promotoren / Serienorganisatoren Ansätze, um nachhaltiges Verhalten sichtbar vorzuleben.

4.2 Ressourcen

Zentrale Frage im Strategiebaustein „Ressourcen“ ist, welche finanziellen und sonstigen Mittel für eine nachhaltige Entwicklung des Motorsports benötigt werden und wie sie generiert werden können. Dabei richtete sich der Blick zumindest nicht ausschließlich auf finanzielle Mittel, wenn diese auch erfahrungsgemäß den größten Engpass darstellen, sondern auch auf alle weiteren benötigten personellen und materiellen Potenziale. Es geht damit also um die notwendigen Investitionen in die Zukunftsfähigkeit des Motorsports, die letztlich von allen getragen werden müssen, die von ihm profitieren.

4.2.a Grundsatz

Alle Akteure, die von motorsportlicher Betätigung profitieren, tragen im Rahmen der jeweiligen Möglichkeiten dazu bei, dass die für eine nachhaltige Entwicklung benötigten finanziellen, materiellen und personellen Ressourcen bereitstehen. Wer sich motorsportlich betätigen möchte, muss seine Zukunftsfähigkeit auch aktiv mitgestalten.

Eine nachhaltige Entwicklung des Motorsports setzt bei allen Stakeholdern die Bereitschaft voraus, ihren Teil beizutragen, insbesondere in finanzieller Hinsicht. Die Voraussetzung dafür schaffen verlässliche Rahmenbedingungen, planbare Entwicklungslinien und hohe Benefits durch motorsportliche Betätigung. Sie schaffen nicht nur die Basis, eine angemessene (finanzielle) Beteiligung anlocken zu können, sondern sie auch zu erwarten: Wer von einer attraktiven Bühne profitiert, soll auch zu ihr beitragen, indem die jeweiligen Ressourcen und Netzwerke zur Finanzierung nachhaltigen Motorsports genutzt werden. Auf Seiten des DMSB und aller weiteren Träger der Umfeldbedingungen (Reglements, Terminkalender etc.) richtet sich der Blick auch auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis: Attraktiv wird nachhaltiger Motorsport naturgemäß, wenn der Benefit eines motorsportlichen Engagements den verursachten Mitteleinsatz überwiegt.

4.2.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder

Die Verantwortlichen im DMSB gestalten nachhaltigere motorsportliche Rahmenbedingungen so, dass Akteure ein attraktives und innovationsfreudiges Umfeld vorfinden, in das es sich zu investieren lohnt.

Nachhaltiger Motorsport benötigt Investitionen, weil sich Reglements und Abläufe ändern, die bei den Akteuren (zum Beispiel Teams und ihre Fahrer oder auf Seite der Industrie) Kosten verursachen. Die von den DMSB-Kommissionen angestoßenen Neuerungen behalten deshalb stets auch die Verhältnismäßigkeit von benötigtem

Mitteinsatz (z. B. finanzieller Art) und erwartetem Effekt im Auge. Die Innovationsfreude motorsportinterner und -naher Akteure wird dabei durch entsprechend offene Reglements gezielt gefördert. Die Verantwortlichen des DMSB wirken bei ihrer Mitarbeit in internationalen Gremien darauf hin, Nachhaltigkeitsziele auch auf europäischer oder internationaler Ebene einzuführen, sodass sich letztlich das Feld, in dem sich Nachhaltigkeitsinvestitionen amortisieren können, größer wird. Umgekehrt bringen sie aus der internationalen Gremienarbeit Impulse für Nachhaltigkeit ein, die sich dann in den nationalen Regularien niederschlagen.

Für Nachhaltigkeitsprojekte werden die benötigten Mittel gezielt auch über Partnerschaften aller Art eingeworben.

Die Intensivierung von Nachhaltigkeit im Motorsport eröffnet neue Perspektiven für Partnerschaften. Für viele potenzielle Sponsoren und Partner – nicht nur solche mit klarem Motorsportbezug – passt ein nachhaltigeres Motorsportengagement gut zu den eigenen Nachhaltigkeitszielen, bei einigen ist es womöglich die Voraussetzung, sich überhaupt zu engagieren. Auch eine Förderung durch Mittel der öffentlichen Hand ist denkbar. Alle Akteure im Motorsport gehen an dieser Stelle mit der traditionellen Innovationskraft an die Ideenfindung und Akquisition. Automatisch haben Partnerschaften in diesem Zuge auch einen Leuchtturmeffekt – letztlich handelt es sich bei einem zusätzlich eingeworbenen Budget ja um einen Wettbewerbsvorteil, der die Wettbewerber zu eigenen Anstrengungen anspornt. Attraktive Partnerschaften werden auch in anderen Bereichen und von anderen motorsportlichen Akteuren eingegangen, etwa im Rahmen des nachhaltigen Infrastrukturbaus.

Die für nachhaltigeren Motorsport notwendigen Vorlaufinvestitionen werden durch verlässliche Rahmenbedingungen und zusätzliche Anreize gefördert. Es kommt ein (ausgesprochener oder imaginärer) Investitionspakt zustande.

Noch bevor sich das erste Rad im Wettbewerb dreht, sind Investitionen notwendig. Sie erfolgen, wenn sich die Investitionshöhe im Rahmen der wirtschaftlichen Kraft des

betroffenen Akteurs bewegt und die Amortisation durch langfristig stabile Rahmenbedingungen gesichert ist. Davon betroffen sind etwa die Entwicklung und der Aufbau geeigneter Geräte und Fahrzeugkonzepte oder die Aus- und Nachrüstung von Sportstätten. Aber auch der Einstieg neuer Akteure (Fahrzeughersteller, Sponsoren etc.) erfolgt, wenn die Bedingungen langfristig planbar sind. Die Akteure im DMSB sowie die Promotoren und Serienverantwortlichen stehen für diese Bedingungen ein, können sich im Gegenzug aber auch auf das Handeln der angesprochenen Akteure verlassen: Infrastrukturen werden bereitgestellt, neue Technologien für zukünftige Wettbewerbe gehen in die Entwicklung. Um allen Beteiligten zusätzliche Sicherheit zu bieten, wird eine formale Ausgestaltung für die Kooperation und Koordination verhandelt.

4.3 Know-how

Die Generierung bzw. der Erwerb von Wissen, seine Weitergabe, Bereitstellung und Speicherung sowie seine Aktualisierung sind die Fragen, die im Strategiefeld „Know-how“ zu beantworten sind. Dabei geht es einerseits um das persönliche Wissen zu Nachhaltigkeitsthemen, das jeder benötigt, der mit ihnen betraut ist (Wissensvermittlung), andererseits auch um die Generierung und Aktualisierung einer Know-how-Basis (Wissenserwerb).

4.3.a Grundsatz

Nachhaltiger Motorsport basiert auf fundiertem Wissen. Gezielt wird dieses identifiziert, erworben, bereitgestellt und vermittelt, um motorsportliche Akteure fit zu machen für eine nachhaltigere Zukunft.

Nur auf der Basis eines soliden Wissensfundaments werden sich Ideen und Kreativität in die richtige Richtung entwickeln. Fundiertes (Fakten-)Wissen und Methodenkompetenz sind zu erwerben und zu vermitteln. Der DMSB stellt eine Reihe

von Services bereit, die sich dabei als nützlich erweisen. So sind Wissensspeicher in Form der digitalen Plattformen des DMSB bereits vorhanden. Mit der DMSB Academy gibt es außerdem eine anerkannt kompetente Aus- und Fortbildungsinstitution, die eine wichtige Säule bei den Bemühungen darstellt. Künftig werden außerdem weitere wichtige Träger zum Wissenserwerb und -vermittlung identifiziert und genutzt. Damit wird das bereitgestellte Know-how vielfältiger und fundierter. Nicht zuletzt können so aber auch die notwendigen Investitionen in Know-how auf viele Akteure im und außerhalb des Motorsports verteilt werden.

4.3.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder

Quer durch alle motorsportlichen Funktionen, Hierarchiestufen und Disziplinen wird Wissen zu Nachhaltigkeit angeboten und vermittelt. Obligatorische Schulungen werden dabei ebenso genutzt wie freiwillige Angebote.

Der DMSB sorgt, insbesondere mit entsprechenden Angeboten der DMSB Academy, für einen angemessenen Wissenstransfer zu nachhaltigem Motorsport. Die Aus- und Fortbildungen zum Thema sind einerseits für wichtige Schlüsselpersonen obligatorisch, werden aber zusätzlich für die freiwillige Teilnahme konzipiert. So wird auf Dauer ein Basiswissen sichergestellt, das viele motorsportinterne und -nahe Stakeholder aus eigenem Antrieb ergänzen. Wenn nachhaltiges Verhalten als Wettbewerbsvorteil erkannt ist, wird der Wissenserwerb auf breiter Basis zu einer Selbstverständlichkeit.

Nachhaltigkeit im Motorsport wird greifbar gemacht durch die gezielte Sammlung und Bereitstellung von Basisinformationen sowie ihr Monitoring.

Nachhaltigkeit bleibt ein Schlagwort, wenn sie nicht am konkreten Beispiel sichtbar und nachvollziehbar praktiziert wird. Dazu bedarf es der systematischen Sammlung von Daten. Der DMSB entwickelt dazu ein System von Mess- und Kennzahlen, die künftig regelmäßig gesammelt werden (Nachhaltigkeitsmonitoring, Basiszahlen). Ergänzend sammelt der DMSB, auch mit Hilfe seiner Mitgliedsorganisationen, Informationen zu Nachhaltigkeits-Best-Practices (Projekt- und Maßnahmendatenbank).

Als sich dynamisch entwickelndes Feld ist Nachhaltigkeit von neuen Erkenntnissen und geänderten Schwerpunkten geprägt, die systematisch beobachtet werden und in die motorsportlichen Nachhaltigkeitsbemühungen einfließen.

Nachhaltigkeit ist ein Leitbild, zu dem zahlreiche weltweite Akteure immer wieder neue Erkenntnisse liefern. Relevante Entwicklungen, insbesondere im (sport-)politischen Umfeld, werden im DMSB identifiziert und verfolgt. Damit kann auch die Nachhaltigkeitsstrategie für den deutschen Motorsport kein statisches Dokument bleiben. Vielmehr wird sie regelmäßig an neue Erkenntnisse und sich wandelnde Schwerpunkte angepasst. Dazu gehört auch die turnusmäßige Erhebung von Kennzahlen über die DMSB-Umwelt- und Klimaschutzstudie³.

Die Zusammenarbeit mit motorsportnahen und -fernen Partnern stellt sicher, dass aktuelle Erkenntnisse aus dem Umfeld des Motorsports bei dessen nachhaltiger Entwicklung berücksichtigt werden.

Motorsport ist kein in sich geschlossenes System, sondern eng mit seinem Umfeld verzahnt. Diese Verzahnung ist gerade auch auf dem Feld der Nachhaltigkeit wichtig und wird systematisch angestrebt. So wird von allen, die die Entwicklung des Motorsports beeinflussen wollen (insbesondere vom DMSB als nationalem Dachverband), durch die Zusammenarbeit mit Forschungsinstitutionen und Hochschulen Wissen zum Thema Nachhaltigkeit aufgebaut und immer wieder aktualisiert. Das stellt sicher, dass sich Motorsport tatsächlich auf dem Stand neuer Erkenntnisse nachhaltig entwickelt.

³ Aktuell (Dezember 2021) läuft für diese das Ausschreibungsverfahren, sodass eine aktualisierte Version mit dann auch „frischem“ Zahlenmaterial im Jahresverlauf 2022 vorliegen wird.

4.4 Kommunikation

Im Strategiefeld „Kommunikation“ geht es einerseits darum, Öffentlichkeit für die Nachhaltigkeitsentwicklungen im Motorsport herzustellen. Andererseits geht es auch um eine Überzeugungsarbeit, die motorsportintern und in der breiteren Öffentlichkeit für Aufklärung, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit sorgt.

4.3.a Grundsatz

Über Nachhaltigkeitsleistungen im Motorsport wird motorsportintern und -extern umfassend informiert. Das auch mit nachhaltigen Akzenten actionreiche, emotional-mitreibende Geschehen überzeugt und aktiviert motorsportliche Akteure und beeinflusst das Image des Motorsports in der Öffentlichkeit positiv.

Wer im Motorsport nachhaltig handelt, der kommuniziert dies auch – dafür sprechen viele Gründe. So schafft eine offene, transparente und proaktive Kommunikation von Organisatoren und Verbänden Verständnis und Vertrauen gerade auch bei Szene-Insidern. Diese Überzeugungsarbeit ist essenziell, damit Nachhaltigkeitsbemühungen auf einer breiten Basis stehen. In der Allgemeinheit führt die Kommunikation der Maßnahmen zu einer verbesserten Akzeptanz. So wird ein Bewusstsein geschaffen, dass Motorsport bei aller Emotionalität und mitreibender Action verantwortlich handelt und im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsbestrebungen seinen gesellschaftlichen Beitrag leistet.

4.3.b Maßnahmen und Verantwortliche / Stakeholder

Der DMSB kommuniziert planmäßig und im Rahmen eines Kommunikationskonzeptes zum Thema Nachhaltigkeit. Mit kommunikationsstarken Aktivitäten und Projekten setzt er Akzente, die anderen motorsportlichen Stakeholdern als Anregung dienen.

Der DMSB ist als Dachverband ein relevanter Player in der Motorsport-Szene und geht deshalb als Impuls- und Ideengeber voran, um weitere motorsportinterne und -nahe Personen und Institutionen zu eigenen Kommunikationsmaßnahmen anzuregen. Er erstellt ein eigenes Konzept für die Kommunikation seiner Nachhaltigkeitsstrategie. Neben Kommunikationsmaßnahmen im engeren Sinne enthält dieses auch eine systematische Klassierung von Zielgruppen, sowie von Projekten und Maßnahmen.

Besucher von Motorsportveranstaltungen stellen eine wichtige Zielgruppe für die Kommunikation der Nachhaltigkeitsbemühungen dar. Sie erleben direkt am Ort des Wettbewerbs, wie Nachhaltigkeit gelebt werden kann ohne die sportliche Hochspannung zu mindern.

Veranstaltungen sind zentral bei der Umsetzung motorsportlicher Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Hier kann unmittelbar demonstriert werden, welche konkreten Maßnahmen umgesetzt werden und welche Effekte sie haben. So werden die künftige Entwicklung des Motorsports in der Praxis transparent und glaubwürdig demonstriert und zusätzliche, neue Zuschauergruppen angesprochen, die zwar Interesse und Begeisterung für Motorsport mitbringen, aber auch den Anspruch haben, dass Nachhaltigkeitsaspekte Beachtung finden⁴. Der DMSB macht es sich zur Aufgabe, nachhaltige Projekte in allen Disziplinen und Serien anzustoßen und zu fördern.

Nachhaltigkeit wird greifbar und glaubwürdig, wenn sie vorgelebt und vertreten wird. Dies gelingt mit direkter, persönlicher Ansprache durch Motorsport-Protagonisten und andere Botschafter, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen.

Überzeugungsarbeit gelingt mit persönlicher Ansprache am besten – dazu bedarf es Persönlichkeiten, die sich Nachhaltigkeit im Motorsport auf die Fahnen schreiben. Die Entscheidungsträger des DMSB sind dabei ebenso gefordert, wie externe Persönlichkeiten und Partner, die z.B. als Multiplikatoren fungieren. Zentral ist, dass alle

⁴ So legen viele Jugendliche Wert auf eine „nachhaltige Gestaltung von Umwelt und Gesellschaft“, so ein Ergebnis der 18. Shell-Jugendstudie aus dem Jahr 2019 (Download der Zusammenfassung unter: <https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie.html>)

diese Personen und Institutionen in ihrer Aufgabe begleitet werden – insbesondere durch Bereitstellung entsprechenden Know-hows.

Um Öffentlichkeit für die Nachhaltigkeit im Motorsport zu schaffen, werden systematisch (Massen-)Medien aller Art genutzt, um das Thema auf möglichst vielfältigen Kanälen präsent werden zu lassen.

Um Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit zu kommunizieren, werden alle Kanäle genutzt, über die ein breiteres Publikum erreicht werden kann. Der DMSB erstellt dazu ein Konzept, in dessen Rahmen eine regelmäßige, zeitgemäße und (im Rahmen der Möglichkeiten) reichweitenstarke Kommunikation stattfindet. Verstärkt wird das Signal, weil weitere motorsportliche Stakeholder zur Nachhaltigkeitskommunikation ebenfalls beitragen.

5. AUSBLICK

Mit der systematischen Untersuchung der Strategiefelder und ihrer Verdichtung zu Kernaussagen steht die Richtung fest, in die sich der Motorsport entwickeln muss. Der logische nächste Schritt ist, den Weg zu beschreiben, der in diese Richtung führt: Es ist die Ableitung und Festlegung konkreter Maßnahmen gefordert. Diese zu sammeln und zu systematisieren wird Inhalt und Aufgabe eines Maßnahmenpapiers sein, das basierend auf der Nachhaltigkeitsstrategie nun angegangen werden kann.