

# VEREINE UND VERBÄNDE – KLIMASCHUTZ ALS INTEGRIERTER BESTANDTEIL DER ORGANISATION

Wie können gemeinnützige Organisationen Klimasensibilität und Klimaschutz in den eigenen Reihen verankern? Das beleuchtet das vorliegende Policy Paper mit Blick sowohl auf Wege zur Reduktion von Treibhausgasemissionen als auch auf gesellschaftliche Wirkungen, die Vereine und Verbände mit ihrem Klima-Engagement erzielen können. Handlungsempfehlungen am Ende des Papiers drehen sich u. a. um die Anpassung von Förderrichtlinien, die Entwicklung eines Toolkits für Vereine und die Reform des Vereinsrechts.



## EINFÜHRUNG

Organisationsentwicklung betrifft nicht nur Unternehmen und öffentliche Einrichtungen, sondern auch gemeinnützige Organisationen wie Vereine und Verbände. Hinter dem abstrakt klingenden Begriff „Organisationsentwicklung“ verbirgt sich konkretes Handeln für ein besseres Vereinsleben, verbesserte Abläufe und verbesserte öffentliche Wahrnehmung. In Zeiten des Nachwuchsmangels, der problematischen Besetzung von Vereinsfunktionen (im Vorstand etc.), der gesteigerten beruflichen Flexibilitätsanforderungen und der Konkurrenz durch vielfältige andere Angebote, mit denen Menschen ihre freie Zeit gestalten können, geht es darum, den eigenen Verein oder Verband attraktiver zu machen, damit er besser funktioniert als andere und damit besser für die Zukunft aufgestellt ist.

## KLIMASCHUTZ UND ORGANISATIONSENTWICKLUNG

Organisationsentwicklung bezieht sich auf verschiedene Schwerpunktthemen. Dazu gehören der Umgang mit Ehrenamtlichen und ihrer Motivation, die Arbeit im Vorstand und die damit verbundenen Abläufe (Effizienz und Effektivität), die Kommunikationswege (Brief, Anruf, E-Mail, WhatsApp...) oder auch die Frage, wie sich bessere Ergebnisse bezüglich der satzungsgemäßen Ziele des Vereins oder Verbands erzielen lassen. Organisationsentwicklung beinhaltet auch Reaktionen auf allgemeine gesellschaftliche Situationen oder Herausforderungen, die zunächst nichts mit dem eigenen „Kerngeschäft“ zu tun haben, die aber so prominent und dringlich sind, dass sie sich auf Dauer kaum ausblenden lassen. Zu diesen allgemeinen, gesellschaftlich relevanten Herausforderungen gehört – neben Themen wie der Öffnung des Vereins für Menschen mit Migrationshintergrund, dem Umgang mit Fragen des Jugendschutzes oder der Abwehr rechtspopulistischer Zumutungen – heute auch der Klimaschutz als ein zentrales Thema, dem man angesichts der öffentlichen Diskussionen und der Dringlichkeit auch als Verein auf Dauer kaum ausweichen kann.

Etwa ein Drittel der weit über 600.000 Vereine und Verbände in Deutschland beschäftigen sich bereits mit Klimaschutzfragen und versuchen, ihre Klimabilanz zu verbessern oder wenigstens Sensibilität für das Problem des CO<sub>2</sub>-Ausstosses im Rahmen der Vereinsaktivitäten zu erzeugen. Die fast 30 Millionen ehrenamtlich Engagierten sind auch gesamtgesellschaftlich ein wichtiger Faktor für die Erreichung des Ziels der Klimaneutralität.

Um dauerhafte Veränderungen in Richtung Klimaschutz anzustoßen, bedarf es eines integrierten Verständnisses von Organisationsentwicklung. Hierbei ist wichtig, dass Klimaschutzfragen im eigenen Wirkungsrahmen systematisch Beachtung finden. Aber wie? Ein Vereinsfest oder eine Jahreshauptversammlung ohne Einweggeschirr? Ein Sportverein, der mit seinen Mitgliedern organisiert mit Fahrrad, Bus und Bahn zu den Wettkämpfen fährt? Eine Sprachschule, die Klimaschutzthemen in ihrem Unterrichtsmaterial anspricht? Ein Bundesverband, der Klimaschutz in der Satzung verankert? Die Beispiele markieren Zugänge zum Thema Klimaschutz und sind zugleich Elemente eines Prozesses, der Organisationen sich selbst verändern lässt – Elemente einer den Klimaschutz integrierenden Organisationsentwicklung.

## KLIMASCHUTZ ALS MOTIVATION UND GEWINN FÜR VEREINE UND VERBÄNDE

Die von vielen Menschen geteilte intrinsische Motivation, sich angesichts der Bedrohungen und Gefahren durch den Klimawandel für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen zu interessieren und einzusetzen, ist auch für Vereine eine gute Grundlage für die Berücksichtigung von Klimaschutzfragen. Die überzeugte Annahme der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDG) ist für viele Motivation genug. Doch gibt es neben diesen ethisch-moralisch gefärbten Überzeugungen, die nicht von jedem geteilt werden (und werden müssen), auch ganz handfeste Argumente für Klimaschutz im Verein. Dabei geht es um geringere Energiekosten durch Energieeffizienz und bessere technische Lösungen, außerdem und nicht weniger wichtig um Imagegewinne für den Verein oder Verband und damit um eine größere Attraktivität für aktuelle und potenzielle neue Mitglieder.

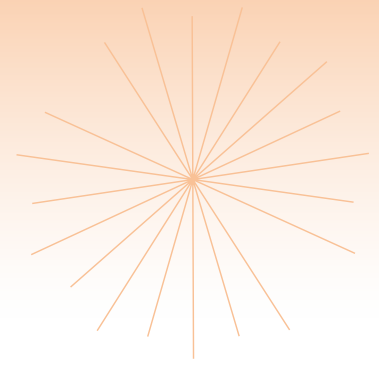
Das Thema Klimaschutz ist für Vereine und Verbände, die nicht der Umweltbewegung zuzurechnen sind, zunächst kompliziert und sperrig. Doch kann es neue Dynamik und Bewegung bringen und als ein Element des sozialen Zusammenhalts wirken, da man sich gemeinsam des Bewusstseins für Modernität und Zukunftszugewandtheit versichern kann.

Der Klimaschutz in Vereinen und Verbänden hat erhebliche gesellschaftliche Wirkungen und sollte daher gefördert werden. Gemeinnützige Organisationen wirken durch die Vielfalt ihrer Themen und Aktivitäten (Sport, Freizeit und Geselligkeit, Kultur, Wohlfahrtspflege, Inklusion, Zuwanderung und Integration usw.). Ihre Wirkung entfalten sie in sehr unterschiedlichen Lebenswelten und Milieus. Dieses Potenzial lässt sich ohne Weiteres auch für den Klimaschutz nutzen. Wenn Vereine und Verbände sich organisatorisch in Richtung Klimaneutralität bewegen, können sie durch ihre Multiplikationsfunktion auch gesellschaftlich wirken. Man geht mit gutem Beispiel voran und erzielt damit gesellschaftliche Wirkung.

## ANSATZPUNKTE FÜR DIE UMSETZUNG

Wie kann nun eine gemeinnützige Organisation das Thema Klimaschutz so in seine eigene Arbeit integrieren, dass es kein „Add-on-Thema“ wird, das man neben den vielen anderen Aufgaben „auch noch“ machen muss? Wie können organische Veränderungsprozesse hin zum Klimaschutz gelingen? Wo bietet der Klimaschutz Chancen für die Organisationsziele oder wo ergänzt oder unterstützt Klimaschutz die Ziele einer Organisation? Wo liegen Zielkonflikte und wie lassen sie sich überwinden? Diese Fragen stehen für anstehende Veränderungsprozesse im Mittelpunkt. Hierbei sollte es darum gehen, Klimaschutz als integralen Bestandteil der zukünftigen Arbeit zu verstehen.





Die Umsetzung von Klimaschutzaktivitäten erfordert Anpassungen auf strategischer, praktischer und kommunikativer Ebene. Dabei ist es weniger bedeutend, wo eine Organisation ansetzt, sondern dass sie ihren ökologisch motivierten Transformationsprozess selbst in die Hand nimmt und intern irgendwo beginnt (Vorstand, Satzung, Leitbild, Mitgliederbasis usw.).

Berücksichtigung des Klimaschutzes im Verein oder Verband wird in den allermeisten Fällen bedeuten, zunächst den ökologischen „Fußabdruck“ (Footprint) zu verkleinern, d. h. dazu beizutragen, dass die Menge der eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen (durch Ressourcenverbrauch, Mobilität, Alltagsbetrieb usw.) verringert und perspektivisch auf null reduziert wird (klimaneutrales Handeln). Häufig ist der Footprint einer Organisation Ausgangspunkt für Veränderungsprozesse. Je größer der Footprint, desto klarer die Forderungen nach Energie- und Ressourceneinsparungen, Effizienzsteigerungen und Investitionen in Nachhaltigkeit. Dieses Handeln in Richtung Klimaneutralität wird zwar oft rhetorisch begrüßt, hinkt aber in der Umsetzung den Erwartungen hinterher. Tenor: Jetzt müssen wir etwas umsetzen, was von außen an uns herangetragen wurde und mit unseren satzungsmäßigen Aufgaben wenig bis gar nichts zu tun hat.

Erfolgversprechender sind Ansätze, welche die gesellschaftliche Wirkung eines Vereins oder Verbandes durch Klimaschutz unterstützen und damit verbessern. Wenn klar wird, dass angezielte Verbesserungen beim Klimaschutz auch die Wirkungsbedingungen des Vereins oder Verbandes fördern (öffentliches Image, Sichtbarkeit bei potenziellen Neumitgliedern, Bestätigung und Rückhalt für die bestehenden Mitglieder), wird die Akzeptanz für ökologisch orientiertes Handeln zunehmen. Hierbei wird gemeinhin vom (ökologisch motivierten) „Handabdruck“ (Handprint) gesprochen. Über die Verknüpfung der eigenen Kernthemen bzw. satzungsmäßigen Zwecke mit Klimaschutzfragen entsteht die Möglichkeit, innerhalb von bereits existierenden Kommunikations- und Handlungsstrukturen für den Klimaschutz aktiv zu werden. Damit besteht die Chance, dass Klimaschutz in laufende Prozesse und Angelegenheiten integriert werden kann und nicht in Konkurrenz zur eigentlichen Vereinsarbeit steht.

Der Handprint umfasst die Gestaltung der eigenen Handlungsräume und bringt positive Geschichten hervor, die auf Selbstwirksamkeit fußen und den eigentlichen Organisationszweck mit Klimaschutz proaktiv verknüpfen. Der Footprint schafft einen direkten Bezug in die eigene alltägliche Praxis sowie einen unmittelbaren Handlungsspielraum für Veränderungen. Diese Vorgänge zusammenzudenken, heißt Klimaschutz als integralen Bestandteil der Organisationsentwicklung zu sehen. So betrachtet ergibt sich eine Vielzahl an Möglichkeiten, Klimaschutz im Selbstverständnis von gemeinnützigen Organisationen zu verankern.

## HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



- **Förderung integrierter Organisationsentwicklung:**  
Klimaschutz in gemeinnützigen Organisationen sollte als strukturell relevanter Prozess betrachtet werden. Damit vor allem kleinere Organisationen dazu in der Lage sind, bedarf es der gezielten Förderung etwa seitens der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), der Länder und der Kommunen, die entsprechende Programme auflegen sollten. Bei der Förderung von gemeinnützigen Projekten sollte – analog zur Verwaltungspauschale – eine Förderung von Klimaschutzmaßnahmen enthalten sein.
- **Anpassung von Förderrichtlinien für gemeinnützige Organisationen:**  
Förderprogramme zur Transformation in Richtung Klimaschutz für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) etwa durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) sollten für gemeinnützige Organisationen geöffnet werden, damit diese sich (wie Unternehmen) Mittel für die Weiterentwicklung des Vereins oder Verbandes in Richtung Klimaneutralität beschaffen können.
- **Charta der gemeinnützigen Organisationen für den Klimaschutz:**  
Das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) initiiert eine Charta der gemeinnützigen Organisationen in Deutschland für „Engagement für Klimaschutz“. Diese Charta können alle Vereine und Verbände unterzeichnen, die das Ziel der Klimaneutralität verfolgen und mit Maßnahmen unterlegen. Das BBE stellt hierfür ein Online-Tool zur Verfügung, um die Vernetzung von Organisationen und Personen sowie die Vermittlung von Ideen und Projekten zu gewährleisten.
- **Entwicklung eines Toolkits:**  
Viele Vereine benötigen konkrete und praxisorientierte Hilfestellung beim Klimaschutz (Wie lässt sich das Thema in der Organisation etablieren? Wo sind die konkreten Ansatzpunkte? Was könnten die ersten Schritte sein?). Daher soll ein Instrumentenkasten (Toolkit) für Klimaschutz im Verein entwickelt werden. Dieser Instrumentenkasten soll mit einem entsprechenden Curriculum verbunden werden, um Vereinen und Verbänden Schulungen anbieten zu können.

## HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- **Reform des Vereinsrechts:**

Auch Vereinen und Verbänden, die Klimaschutz von Haus aus nicht verfolgen, muss die Möglichkeit für ein entsprechendes Engagement gegeben werden, ohne die Gemeinnützigkeit zu gefährden. Durch eine Änderung des Vereinsrechts (Bürgerliches Gesetzbuch – BGB) lassen sich satzungsmäßige Zwecke so fassen, dass Aktivitäten zum Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen dem Gemeinnützigkeitsstatus einer Organisation nicht schaden.

Wir bedanken uns bei allen Beteiligten unserer Dialogforen sowie insbesondere beim Bundesverband Soziokultur für ihre Anmerkungen.

## DIESES POLICY PAPER IST ONLINE VERFÜGBAR UNTER:

→ → → [engagiert-fuer-klimaschutz.de/policy-papers](https://engagiert-fuer-klimaschutz.de/policy-papers)



## IHRE FRAGEN UND HINWEISE RICHTEN SIE GERNE AN:

→ → → [klimateam@b-b-e.de](mailto:klimateam@b-b-e.de)



Engagiert  
für Klimaschutz

Der Ideenwettbewerb  
des Bundesnetzwerks  
Bürgerschaftliches Engagement

Gefördert durch die  
STIFTUNG  
MERCATOR