

EWSE

EMPOWERING WOMEN
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

TOOLKIT FÜR DIE ORGANISATION VON SPORTVERANSTALTUNGEN





The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Einleitung

Dieses Dokument ist ein Produkt des Erasmus+ Sportprojekts „Empowerment of Women through Sport Events - EWSE“, welches von unterschiedlichen Interessensgruppen des Konsortiums erstellt wurde.

Das Ziel des EWSE - Projekts ist die Förderung einer inklusiven, zugänglichen und nachhaltigen Sportveranstaltungs-Kultur in Europa durch den Aufbau eines Qualitätsnetzwerks für das Training und die gegenseitige Unterstützung sowohl unter erfolgreichen Sportlerinnen, als auch unter Frauen, welche Interesse daran haben, Managerinnen und Organisatorinnen von Sportveranstaltungen zu werden.

Dieser Leitfaden baut auf der Analyse des Status Quo (IO1) auf, und hat zum Ziel, allen an der Organisation der Sportveranstaltungen interessierten Personen Tipps und wichtige Informationen zu geben. Er ist aber insbesondere den Frauen- und Mädchensportveranstaltungen gewidmet und beschäftigt sich mit bestehenden Barrieren in unterschiedlichen Lebensbereichen und damit, wie diese überwunden werden können.

Dieses Dokument ist ein Toolkit zur Erhöhung der positiven sozialen Auswirkungen im Bereich der Sportveranstaltungen und dient der Förderung der Kapazität von Organisator*innen. Wir sind uns dessen bewusst, dass es nicht leicht ist, eine „perfekte Veranstaltung“ zu organisieren, sowie auch alle in diesem Dokument angesprochenen Empfehlungen durchzuführen. Das geschieht vor allem aufgrund des Mangels an Ressourcen, an Zeit und Infrastruktur, was im Großen und Ganzen am meisten Frauenveranstaltungen betrifft. Ziel ist es, die Veranstaltungen zu verbessern, sich jedes Mal auf den einen oder anderen Punkt aus unserer Checkliste zu konzentrieren und nicht zu versuchen, alles auf einmal umzusetzen. Veränderungen benötigen Zeit und wir können uns jedes Mal verbessern.

Inhaltsverzeichnis

Modul 1: Frauenförderung in Führungspositionen im Sport (ASSIST - Italien)	3
Modul 2: Gendergerechtigkeit in Medien (AMA-Frankreich)	6
Modul 3: Gewinnen Sie Fonds und Sponsoren (AMA-France)	11
Modul 4: Zugänglichkeit (IWA-Irland)	16
Modul 5: Inklusion und gleichgestellte Teilnahme der Frauen/Mädchen und Migrant*innen (VI-DC-Österreich)	25
Modul 6: Nachhaltigkeit (VIDC - Österreich)	32

Modul 1: Frauenförderung in Führungspositionen im Sport (ASSIST - Italien)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Die im Sportsystem auf allen Ebenen andauernden, strukturellen Barrieren, die insbesondere im Führungsbereich eingebettet sind, hindern Frauen daran, die höchsten Führungspositionen zu erreichen. Trotz des sukzessiven Anstieges der Frauenbeteiligung am Sport, gibt es immer noch sehr wenig Frauen in Führungspositionen in olympischen und paralympischen Komitees, europäischen und nationalen Dachverbänden und nationalen Sportföderationen. Laut den Daten, die über das Sydney Scoreboard gesammelt wurden, eine interaktive Website, die die Präsenz von Frauen auf Sporttafeln international verfolgt, zeigen die Ergebnisse, dass Frauen nach wie vor unterrepräsentiert sind: als Vorstandsmitglieder (globaler Durchschnitt 19,7 %). Im Gegensatz zu den weit verbreiteten Annahmen hat ein kürzlich durchgeführtes Projekt „Step Up Equality“ zum Thema Frauenförderung in Führungspositionen im Sportbereich gezeigt, dass Frauen an Führungspositionen äußerst interessiert sind. Laut der durchgeführten Studie gibt es mehr Frauen in unteren Managerpositionen als in höheren und sowohl die bestehenden Unterstützungsstrukturen als auch berufliche Werdegänge für Frauen sind unzureichend.

Laut den Aussagen der Frauen in Führungspositionen sind die häufigsten Hindernisse, mit welchen sie konfrontiert sind, wenn sie die Führungsposition im Sport annehmen, kein unterstützendes Umfeld, Mangel an Wertschätzung und finanzieller Anerkennung.

Geschlechterdiskriminierung ist im Sport stark verbreitet und erscheint in verschiedenen Formen:

- 67% der Frauen in Führungspositionen werden aufgrund ihres Geschlechtes anders behandelt
- 69% der Frauen in Führungspositionen bezeugten unterschiedliche Behandlung der Frauen aufgrund ihres Geschlechtes.

Heutzutage ist es notwendig eine Pause einzulegen und über die Diversität im Sport zu reflektieren, die das Leben aller Menschen betrifft und jede Reflexion bietet die Möglichkeit an, neue Aspekte des Sports aufzugreifen.

Die Organisation der Sportveranstaltung muss sich mit folgenden Punkten auseinandersetzen, so dass man weitere Schritte vornehmen kann:

- - Die Kompetenz und die Fähigkeit der Organisator*innen
- - Der Umgang mit allen Details, die für den Erfolg der Veranstaltung relevant sind

Das ist ein komplexes Leistungsmodell, welches viele Fähigkeiten voraussetzt und oft vom aktuellen Komitee, bestehend aus vielen Mitarbeiter*innen, eingesetzt wird. Aus diesem Grund nimmt das Konzept der Führung und des Team-Buildings einen wichtigen Platz im Bereich der Sportveranstaltung und des Sportmanagements.

Die wichtige Kompetenz ist es, alles schrittweise zu machen und fokussiert auf realistischen, konkreten Prozess zu bleiben. Das kann daher als eine Art der Problemlösungsentwicklung gesehen werden. Man sucht nach dem nächsten, möglichen Schritt, bei dessen Entscheidung alle Akteur*innen involviert werden, die zur Organisationsentwicklung beibringen können.

II. Praktische Tipps

1# Sensibilisierung für die Geschlechtergleichheit in den Unternehmen und Organisationskomitees

Es gibt unterschiedliche Wege, wie Menschen für Sexismus und die Geschlechterungleichheit in den Vereinen, Clubs oder Unternehmen sensibilisiert werden können. Möglich ist es, unterschiedliche Aktivitäten zu machen und die Zeit für das Präsentieren der Statistiken zu organisieren, welche wichtige (bestehende) Lücken zwischen Männern und Frauen hinsichtlich Repräsentation, Löhne sowie auch Medienpräsenz im Sportbereich zeigen werden. Zum Beispiel, im "ESWE-Report" (verfügbar auf der Projektwebsite) mehrere sind die Vorschläge, um eine Diskussion über die Gleichstellung der Geschlechter anzustoßen. Sie können auch alle auf dieses Thema bezogenen Ressourcen mit den an der Organisation beteiligten Menschen teilen.

2# Förderung der Geschlechtergleichheit unter Mitarbeiter*innen und Teilnehmer*innen

Es gibt einfache Tools, wie in Ihrem Team die Geschlechtervielfalt und Gleichstellung gefördert werden kann und Frauen zur Beteiligung ermutigt werden können:

- Flexible Arbeitsvereinbarungen: um die Frauen nicht weiter zu bestrafen, die die Mehrheit der Hausarbeit machen müssen, erlauben Sie Ihrem Personal, die Besprechungen zu verweigern, wenn sie zu früh oder zu spät beginnen. Als eine weitere Option dafür können Sie die Arbeitszeitverkürzung anbieten. Zum Beispiel: wenn die Person 95% arbeiten möchte, bekommt sie 95% vom Bruttolohn und hat dann die Möglichkeit, 13 Urlaubstage zu nehmen, wann er oder sie will.
- Telearbeit: Homeoffice gibt dem Personal die Flexibilität in ihrer Alltagsorganisation. Es ist wissenschaftlich bewiesen, dass Frauen die Telearbeit öfter nutzen als Männer.
- Karenz: Versuchen Sie, die Person in die Implementierung ihrer Vertretung zu involvieren. Manche Unternehmen schlagen vor, dass ihre Manager*innen die Karenzcharta verwenden, um sicherzustellen, dass sie eine angemessene Sprache verwenden, die frei von den diskriminierenden Wörtern ist.
- Offene Gehaltsrichtlinie: Wenn Frauen dessen bewusst sind, wieviel Männer bezahlt werden, wird es leichter sein, das Lohngefälle zu reduzieren.

3# Schaffen Sie ein sicheres und integratives Umfeld

Um das Gleichgewicht zwischen den Teilnehmer*innen in Ihrem Team zu versichern und je mehr wie möglich Feedback und Kommentare beispielsweise während des Meetings zu bekommen, kann es nützlich sein, die Sprechzeit jeder Person so einzuplanen, dass alle den gleichen Rede-

anteil haben und sich auf diese Weise an den Entscheidungen beteiligen können.

Es ist wichtig, eine Kontaktliste parat zu haben und sie den Mitarbeiter*innen zu Verfügung zu stellen, im Fall, dass es zu Problemen kommt. Sie sollen wissen, an wen sie sich wenden können, wenn das notwendig ist. Erstellen Sie eine Charta der guten Verhaltensweisen, die das Bewusstsein der Gleichstellung fördern und lassen Sie sie von allen Mitarbeiter*innen unterschreiben.

4# Organisieren Sie und teilen Sie Aktivitäten, um an der Verbesserung Ihrer Fähigkeiten als gute Führungskraft zu arbeiten

- Erstellen Sie eine Broschüre mit den sportbezogenen, bestehenden Trainingskursen in Ihrem Land und stellen Sie sie während der Veranstaltung zur Verfügung
- Organisieren Sie während der Veranstaltung ein Workshop, das sich auf das Thema Managerposition bezieht: das Sprechen, das Auftreten in Meetings, Aufmerksamkeit der Zuhörer auf sich zu ziehen, usw. Zum Beispiel: Theaterkurs

In Italien hat zum Beispiel Assist die LEA geschaffen, was abgekürzt für „Leadership Empowerment Academy“ steht, welche offen sowohl für Frauen als auch für Männer ist. LEA ist eine Art des Studienganges, welcher denjenigen gewidmet ist, die sich die Fähigkeiten und das Wissen entweder als Freiwillige oder Professionelle im Bereich des Sportmanagements aneignen möchten. LEA zielt darauf ab, die von den Athlet*innen, Trainer*innen, Techniker*innen, Mitarbeiter*innen und Sportmitarbeiter*innen repräsentierten Ressourcen zu fördern, die sich wünschen, ihren Talent und ihre Leidenschaft auch im Managementbereich zu zeigen.

5# Vorbilder:

Die aktuellen Vorbilder/Beispiele der erfolgreichen Frauen in Führungspositionen können während der Veranstaltung und sogar auch bei ihrer Vorbereitung als Inspiration für Komitee dienen.

- Alice Milliat - der Fokus: der historische Kontext und die Werte für Frauenemanzipation <http://www.sportmagazinevfg.it/racconti/alice-milliat-donna-sportiva-visionaria/>
- B.J.King - der Fokus: Der Kampf um die Frauenrechte im Sport und LGTB Gemeinschaft <https://tennis.it/settembre-1973-king-riggs-la-battaglia-dei-sessi-cambio-il-tennis/>
- Megan Rapinoe - der Fokus: die Rolle auf dem Spielfeld und in der Freizeit; die Lohngerechtigkeit <https://olympics.com/en/news/football-megan-rapinoe-talks-activism-retirement-forbes-summit>
- Ein nationales Beispiel, das jeder/jede in eigener Sportgeschichte findet

Modul 2: Gendergerechtigkeit in Medien (AMA-Frankreich)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Die Studien haben gezeigt, dass die Medien eine der einflussreichsten Rollen der Sozialisation in der Bestimmung der Geschlechternormen haben, deren Inhalt als ein wichtiger sozialer Lernprozess gesehen werden kann. Aufgrund dessen, dass Medien vor allem unter Jugend äußerst populär sind und viel genutzt werden, lässt es sich sagen, dass sie einen großen Einfluss auf die Bildung der Inspirationen und Vorbilder aller Menschen haben.

Medien und Sport können die Geschlechterstereotypen vermitteln, die Ungleichheit konsequent aufrechterhalten und die Geschlechterunterschiede hervorheben.

Frauen werden oft nicht als echte „Athletinnen“ betrachtet, weil sie einerseits in den Medien objektifiziert sind und die Aspekte ihrer Körper und ihres Privatlebens hervorgehoben werden. Andererseits bringt das zur Reproduktion der hegemonialen Männlichkeit im Sport bei. Diese falsche Darstellung der Frauen im Sport sorgt für den Mangel an Interessen unter Sportfans und verstärkt die negative Einstellung der Gesellschaft gegenüber Frauen im Sport. Die Medieninhalte sind von großer Wichtigkeit für den Erfolg der Sportveranstaltungen hinsichtlich Publikum und Sponsoren. In diesem Teil des Leitfadens wird erläutert, wie man eine nachhaltige und langfristige Strategie für die Visibilität der Frauenveranstaltungen gestalten kann.

Eoin J. Tolan (2013) hebt hervor, dass die patriarchalen Werte, welche in der Vergangenheit mit dem Sport assoziiert wurden, im Sinne von Unterrepräsentierung der Athletinnen und ihre Darstellung als Frauen zuerst und dann als Athletinnen durch Medien gefördert werden. Das hat zur Folge die Hypersexualisierung und Bevormundung der Frauen.

Die Studie, die von Cambridge University Press nach der Olympiade und Paraolympiade in Rio 2016 durchgeführt wurde, hat ergeben, dass sich die Kommentare über Frauen mehr auf ihr Aussehen oder ihr persönliches Leben bezogen haben. Die Worte die dabei verwendet wurden, waren „reif“, „älter“, „schwanger“ und „verheiratet“ oder „nicht verheiratet“, hingegen für Männer waren es: „schneller“, „groß“, „stark“, „echt“, „äußerst gut“, usw.

II. Praktische Tipps

1# Wie kann man die Aufmerksamkeit der Medien auf sich ziehen?

Nutzen Sie positive Ereignisse aus der Vergangenheit: erzählen Sie die Geschichten über Athletinnen, welche mit ihren Erfolgen zur Emanzipation der Frauen beigetragen haben (jede Nation

hat ihre berühmten und wenig bekannten Heldinnen, wie z.B. Alice Miliat, B.J.King, usw.)

Storytelling über Sportlerinnen und Wettbewerben: erzählen Sie die Geschichten über bei der Veranstaltung anwesenden Athletinnen. Sprechen Sie über ihren Werdegang, Karriere, womit sie sich im Laufe ihrer Karriere auseinandersetzen mussten, was für sie beim Wettbewerb auf dem Spiel steht.

Die Pressemitteilung schreiben: Die Pressemitteilung ist ein kurzes Dokument, welches den Journalist*innen ein Projekt, ein Event oder ein Werkzeug präsentiert. Die Ankündigung einer Veranstaltung ist der richtige Moment, eine Pressemitteilung zu verschicken.

Die Pressemitteilung ist eine Grundlage der Zeitungsartikel für Journalist*innen, die Interesse an ihren Informationen haben könnten. Denken Sie daran, dass Sie nicht die einzigen sein werden, die ihnen Artikel schicken. Wählen Sie beim Schreiben des Artikels einen journalistischen, präzisen, synthetischen und neutralen Ton, um Ihre Chancen zu verbessern.

Die ideale Pressemitteilung ist eine halbe Seite lang: die Überschrift soll informativ und aussagekräftig sein. Der erste Satz soll folgende Fragen beantworten: „was, wer, wann, wo“ und der Rest des Textes soll die Antworten auf die Fragen „warum und wie“ beinhalten, am besten mit den Zwischentiteln. Am Ende schreiben Sie unbedingt die Kontaktdaten einer Person, welche kontaktiert werden soll und fügen Sie einen Paragraph hinzu, um Ihren Verband bestmöglich vorzustellen.

Was die Frist für Pressemitteilungen angeht, sollen sie zwei bis drei Tage vor dem Projektbeginn verschickt werden. Im Fall, dass die erste Pressemitteilung nicht erfolgreich ist, seien Sie geduldig und halten Sie durch. Journalist*innen werden sie allmählich kennenlernen und auch mehr reagieren.

Ein kleiner, praktischer Tipp: Schicken Sie Ihre Datei immer als Invisible Carbon Copy (ICC), wenn Sie sie per E-Mail an alle Ihren Kontakte (Partner, unterschiedliche Kontakte) aussenden.

2# Erstellen Sie eine Datenbank mit allen Medien und Journalist*innen (lokal, regional und international)

Es ist wichtig, eine Liste mit den potentialen Medien zu erstellen, die Sie gerne kontaktieren würden. Nutzen Sie Ihr Netzwerk und Ihren Wissenskreis, um die Kontakte zu finden. Versuchen Sie herauszufinden, welche Medien sich schon mit dem Thema Frauenveranstaltungen beschäftigt haben, denn es ist wahrscheinlicher, dass sie Ihr Event unterstützen und fördern werden.

Machen Sie einen kleinen Ordner mit den Kontaktinformationen der relevanten Journalist*innen, sodass Sie persönlich alles unter Griff haben können. Alleine das Aussenden der Pressemitteilung genügt nicht: Es obliegt Ihnen, Ihre ausgesuchten Medien zu kontaktieren und sie davon zu überzeugen, warum Ihr Artikel für ihre Leser*innen interessant ist.

Die „Internationale Sports Press Survey“ aus dem Jahr 2011 hat ergeben, dass mehr als 90 % der Artikel von Journalisten verfasst wurden und sich mehr als 85% davon auf die Sportler fokussiert haben. Um präziser zu sein, wurden nur 8 % der untersuchten Sportartikel von Journalistinnen unterzeichnet.

Aus diesem Grund ist es wichtig, bei der Erstellung Ihrer Datenbank auch Journalistinnen zu berücksichtigen.

3# Erreichen Sie lokale Medien und Presse

Mehr Chancen für eine Rückmeldung haben Sie von lokalen Medien, als von den nationalen. Das kann aber auch interessant sein, um die Menschen aus der Umgebung anzulocken, was dabei helfen kann, dass die Veranstaltung überhaupt stattfindet. Ebenfalls kann das eine große Motivation vor allem für Frauen und Mädchen sein, ein Teil der Organisationsstruktur zu werden, unabhängig davon, ob es sich um einen Club oder einen Verein handelt.

Die regionale Presse ist ein Informationsmedium, welches von den Ereignissen aus der Region berichtet. Man soll über regionale Medien hinausschauen: Journalist*innen im Bereich der schriftlichen Presse, das Internet, das Radio und der TV im Herzen der regionalen Informationen. Diese Medien verfügen über Vielzahl an unterschiedlichen Leser*innen und Hörer*innen. Die regionale Presse ist ein gutes Kommunikationswerkzeug, welches für die Organisation verwendet werden kann, um einen guten Ruf zu bekommen und die Veranstaltung zu veröffentlichen.

4# Soziale Netzwerke nutzen

Wendie Renard hat beispielsweise mehr als 130 000 Folger auf Twitter und Maria Shaparova mehr als 8 Billionen. Die Statistik zeigt aber, dass die vereinfachenden Argumente, dass es kein Interesse an Sportlerinnen gibt, einfach nicht richtig sind. Soziale Medien können ein wertvolles Werkzeug dafür sein, den Inhalt zu verlangen und ihn zu teilen. Je schneller das social-Networking-Sites wachsen, desto schneller wird der hochgeladene Inhalt verbreitet. Virales Marketing ist daher eine anlockende Art und Weise, Frauensport und die Frauenveranstaltungen zu fördern.

Kommunikationskanäle

- Webseiten: Die Erstellung einer Webseite, welche Ihrem Turnier gewidmet ist, ist ein Knotenpunkt für alle ausgewählten Kommunikationskanäle. Zusätzlich zu den praktischen Informationen: bevorzugen Sie interaktive Inhalte, teilen Sie am meisten Videos und Photos (die Inhalte, die für Internetnutzer als interessant empfunden werden). Ihre Internetseite soll unbedingt die Texte über Ihre Partner, ihre Eintrittskarten (sie können das Kartenverkaufssystem in Ihre Internetseite integrieren) haben. Widmen Sie Ihrer Geschichte auch einen Teil der Internetseite. Seien Sie kreativ! Letztendlich, was als altmodisch gilt und was oft nicht berücksichtigt wird, sind die Newsletter und die Mailingliste für Fachleute, die aber ein interessantes Werkzeug sind, um eine Veranstaltung zu fördern.
- Soziale Netzwerke: soziale Netzwerke können sehr nützlich für das breitere Publikum sein. Machen Sie unterschiedliche Gewinnspiele, um ein Ticket oder ein Geschenk zu gewinnen - die Beiträge und Posts, die auf sozialen Medien mit „gefällt mir“ markiert oder kommentiert werden, um ein Ticket und unterschiedliche Preise zu gewinnen, werden Ihre Sichtbarkeit erhöhen. Soziale Medien sind der aller beste Ort, die exklusivsten Inhalte zu teilen, welche schon am Anfang dieses Artikels erwähnt wurden. Beachten Sie bitte dabei, die Besonderheiten aller Netzwerke zu respektieren.
- Facebook ist ein wirklich gutes Tool für die Werbung der Veranstaltungen. Erstellen Sie eine Veranstaltungsseite mit dem Datum, Ort und Illustrationen. Kommunizieren Sie praktische Information. Vergessen Sie nicht, Ihre Freunde einzuladen und

sie zu ermutigen, Ihre Veranstaltung auch über ihre Kontos zu teilen. Facebook ist eine Plattform, wo man unterschiedliche Inhalte teilen kann: humorvolle und intrigante Videos, Fotos, Links zu den Artikeln die sich auf Ihr Turnier beziehen. Facebook ist eine Kontaktplattform, die Ihnen vor, während und nach der Veranstaltung zur Verfügung steht.

- Twitter kann vor dem Event als ein Portal für Ihre Internetseite dienen, das praktische Informationen für potentielle Teilnehmer*innen liefert. Hiermit bietet sich die Möglichkeit, ein Rautezeichen „#“ zu erstellen, das speziell für Ihre Veranstaltung ist. Twitter wird nützlicher während der Veranstaltung sein: teilen Sie live Fotos und Videos von den Spielen und begleitender Unterhaltung. Vergessen Sie nicht, in jedem Tweetbeitrag, unterschiedliche Bilder zu posten, denn so werden Ihre Tweets sichtbarer sein. Kommentieren Sie live Spiele mit Ihren Rautezeichen (Hashtag).
- LinkedIn, gleich wie Twitter, kann auch als ein Portal genutzt werden, das praktische Informationen für alle Beteiligten liefert, vor allem wenn sich das Event auf die Geschäftsleute/Professionellen orientiert.
- Instagram und TikTok könnten auch in derselben Weise verwendet werden, vor allem wenn das Event die jüngeren Teilnehmer*innen ansprechen soll.

5# Finden Sie die Botschafter

Um Ihre Kommunikation lebendiger zu machen und die Sichtbarkeit zu gewinnen, starten Sie die Suche nach den Botschaftern für Ihre Veranstaltung. Denken Sie dabei an die neuen Generationen, an die so genannten „Influencers“. Wenn Sie gezielt die Jugend als Zielgruppe haben möchten, können Ihnen die Influencers dabei helfen, die kleinere aber relevantere Gruppe zu erreichen. Wählen Sie sie vorsichtig nach der Sportart aus, abhängig vom Turnier und seinem Profil. Die Influencer müssen regelmäßig aktiv sein und ihre Folger*innen sollen ihnen treu sein, so dass Sie im Sinne von Ihrem Ruf davon profitieren können. Bieten Sie Ihnen den Austausch der Sichtbarkeit an (retweet, Instagram oder Facebook-Story): die Teilnahme am Turnier oder noch besser, dass sie sich um einen Teil auf der Internetseite der Veranstaltung kümmern.

6# Beispiele:

- Organisieren Sie ein spezielles Radioprogramm zum Thema „Geschlecht und Sport“: laden Sie lokale, berühmte Sportler*innen zu der Teilnahme an der Diskussion an, wie Frauen und Männer in der Sportberichterstattung gezeigt werden. Versuchen Sie die Zuhörer*innen in die Diskussion miteinzubeziehen.
- Geben Sie Frauen den Mikrofon: erwähnen Sie Sportkommentatorinnen, um zu zeigen, dass das Geschlecht keine Rolle in der Qualität der Sport-Kommentierung spielt und berichten Sie von Ihrer Gleichstellungspolitik langfristig gesehen.
- Erwähnen Sie sowohl gemischte als auch Frauensportarten: Berichten Sie von den gemischten oder Frauensportveranstaltungen in Ihrem Land oder in Ihrer Region. Das kann Ihnen dabei helfen, eine ausgewogene Sportberichterstattung für diese Sportarten zu erreichen.
- Messen Sie mithilfe von Gender - Indikatoren den Stand der Geschlechtergleichstellung inhaltlich und in Ihrem Unternehmen.

Modul 3: Gewinnen Sie Fonds und Sponsoren (AMA-France)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Die sozialen und kulturellen Barrieren üben ihren Einfluss direkt auf die wirtschaftliche Sphäre, den Zugang zu den Umsätzen der Sportveranstaltungen und wirtschaftliche Chancen für Frauen aus. Sport, sowie auch Sportveranstaltungen repräsentieren berufliche Möglichkeiten, den Job für viele Leute und eine Einstellungsquelle. Daher lässt sich sagen, dass je höher die Barrieren sind und je länger die Ungleichheit in der Anerkennung der Frauenwerte herrscht, desto niedriger berufliche Chancen für beide sind, Männer und Frauen, was zu Problemen bei der Suche nach stabilen und relevanten Sponsoren für die Veranstaltungen führen kann. Die finanziellen Schwierigkeiten geben weniger Raum für die Auswahl der Sponsoren, die für Frauensportveranstaltungen passend sind, vor allem wenn danach gestrebt wird, einen positiven Einfluss auf die Jugend, bzw. Mädchen durch diese Events zu haben. Zwecks Förderungsgewinnung werden wir uns im diesem Teil des Leitfadens mit dem Thema beschäftigen, wie wichtig es ist, sowohl ein gutes Netzwerk zu haben, als auch die besten Bedingungen zu schaffen, um unterschiedliche Sphären zu erreichen. Wir werden auch die zugängliche, finanzielle Unterstützung erwähnen.

Frauensport lockt an: im Fernsehen, Stadien oder sozialen Medien. Laut dem Deloitte Bericht ist Frauensport auf einem guten Weg, mehr als 1 Billion Dollar wert zu sein. Um dorthin zu gelangen, ist es notwendig, sich auf nachhaltige Investitionen aller Akteure in der Sportwirtschaft zu verlassen.

Auch wenn die Begeisterung für Frauensport wächst und die Brands langsam das Potential für das Sponsoring erkennen, ist die Kluft immer noch entsetzlich. Obwohl Frauen im Jahr 2021 15 von 25 Medaillen bei der Olympiade in Frankreich gewonnen haben, haben sie nur 20% der Sponsoreninvestitionen in Frankreich repräsentiert.

Das ist aber eine große Chancen für Brands/Marken, weil weibliche Fans in der Regel empfänglicher für die Sponsoren-Aktivierung sind als männliche Fans.

II. Praktische Tipps

1# Klare Kommunikation bei der Veranstaltung: der Slogan, die visuelle Identität, Online Plattform (soziale Medien oder Webseite), ansprechbare Kontakte. Klare Kommunikation bei einer Sportveranstaltung wird dem Publikum ein besseres Verständnis über die Zielgruppe und Ziele der Veranstaltung geben, sowie auch darüber, welche Interessensgruppen involviert sind. Das ist ebenfalls für die Nachhaltigkeit der Sportveranstaltung von großer Wichtigkeit, denn ein gu-

tes Branding wird für die Sichtbarkeit der Veranstaltung und die Anerkennung der Publikum sorgen, was das Event von den anderen hervorhebt. So dass eine Veranstaltung zustande kommt, soll man sich daher an einen guten Kommunikationsplan für die sozialen Medien halten. Das motiviert die Sponsoren, involviert zu bleiben und die Veranstaltung zu unterstützen. Um nach maximaler Anzahl an Teilnehmer*innen zu streben und einen guten Ruf zu gewinnen, soll eine gute Kommunikationsstrategie Folgendes haben:

- Einen klaren Zeitplan für die Veröffentlichung verschiedener Werkzeuge oder Materialien. Unterschiedliche Anleitungen sollen im großen Maße beachtet werden, so dass man eine stabile und logische Strategie implementieren kann.
- Man soll gut über die Zielgruppe informiert sein (über ihren Hintergrund, ihr Alter usw.). Die Kommunikationsstrategie soll so adaptiert werden, dass sie das Interesse der potenziellen Teilnehmer*innen weckt.
- Präzises und all inclusive Budget. Das Budgetmanagement ist vielleicht nicht der einfachste Teil, aber sicherlich ist er einer der wichtigsten und soll daher unter Erwägung gezogen werden, zwar noch vor der Ausarbeitung der Kommunikationsstrategie.

Zum Beispiel: Wenn man eine Sportveranstaltung organisiert, die die Teenagerinnen involviert, soll man mit den Tools wie soziale Medien (Instagram, Facebook, TikTok) arbeiten. Wenn man aber ein Event für Frauen im Alter von 50 bis 60 Jahren organisiert, soll der Fokus auf andere Tools wie E-Mails, LinkedIn, Webseiten usw. liegen.

- Auf der Internetseite der Veranstaltung sollen Agenden gut präsentiert sein und es soll einen Link zur Registrierung geben. Einen Registrierungslink zu haben, ist erforderlich dafür, dass die geplante Veranstaltung gut bei der Zielgruppe ankommt. Dadurch können die Organisatoren einen besseren Überblick betreffend die Anzahl der registrierten Teilnehmer*innen haben und auf diese Weise können auch ihre Hintergründe besser verstanden werden. Diese Information ist nützlich, um die Kommunikationsstrategie weiter auszubauen.
- Kommunikationsmaterialien: Roll-Up soll während einer Veranstaltung gut sichtbar sein, Flugblätter, Programme, interessantes visuelles Material (Fotos und Videos), die über Webseite, soziale Medien, Newsletters, Mailingliste verbreitet werden sollen. Es wäre von großem Vorteil, die Übersetzung vom wichtigsten Material in Erwägung zu ziehen, vor allem im Fall, dass das Event die Zielgruppe international ansprechen soll.
- Anstecknadeln mit den Personenamen und den Namen von der Organisation (wenn anwendbar), was in der Liste der Registrierten gefunden werden kann. Das kann beim Netzwerken helfen.
- Nach der Veranstaltung kann an allen Beteiligten ein Feedbackbogen gesendet werden, der dabei helfen soll, die Stärken und die Schwächen der jeweiligen Veranstaltung zu verstehen. Das kann zur Verbesserung der zukünftigen Veranstaltungen beitragen.

2# Öffentlich zugängliche Förderungen: der Stadtrat, der Landesrat, Projektausschreibungen (national oder europaweit). Machen Sie das Erasmus+ Programm sichtbar und die Möglichkeiten bekannt (vor allem bezogen auf die Inklusion, Geschlechtervielfalt, usw.). Nur wenig Menschen und Organisationen sind mit solchen Möglichkeiten vertraut, die europaweit schon existieren. Das kann als eine gute Option vor allem im Sportbereich gesehen werden. Alleine kann nur der

Versuch, ein Projekt zu machen und darüber mit anderen Partnern zu diskutieren, nützlich sein, um die Organisation zu verbessern, indem man aus ihren Erfahrungen lernt und sich neues Fachwissen aneignet. Das kann auch ein neuer Schritt in der Projektentwicklung europaweit sein. Viele Projekte auf dem europäischen Niveau haben Fokus auf Sport, Geschlechtergleichheit, Vielfalt und Inklusion. Zögern Sie nicht, die Leiter und Partner des für Sie relevanten Projekts zu kontaktieren. In vielen Fällen werden sie Ihnen mit der Begeisterung eine Rückmeldung geben und auf alle ihren Fragen eingehen.

Machen Sie eine Liste mit den öffentlich verfügbaren, finanziellen Unterstützungen jedes Landes:

- In Frankreich ist es z.B. möglich, sich um die Finanzhilfen auf dem Niveau der Lokalbehörden, Städte oder Regionen zu bewerben. Es gibt Beihilfe von „Ile-de-France Region für Sportveranstaltungen“. Das französische, olympische Komitee hat ein Dokument im Jahr 2021 veröffentlicht, in welchem unterschiedliche finanzielle Unterstützungen für Sportvereine abhängig von den Landesteilen aufgelistet wurden.
- Es gibt Förderungen bei der Unterstützung der Vereine im Allgemeinen und es zahlt sich aus, zu überprüfen, ob Ihre Organisation dafür infrage kommt.

3# Das Netzwerken: Empfänger, Vereine, Sportclubs, Mentoren, Unternehmen, Schulen, Universitäten usw.

- Kontaktieren Sie Sportclubs über soziale Medien, Telefon oder E-Mails
- Registrieren Sie sich für offene Events, die relevant für Ihre Branche sind (Sportforum, Feminist Forum oder Round-Table Gespräche), um Kontakte zu knüpfen und über ihre Aktivitäten zu sprechen.
 - Identifizieren Sie wichtige Interessensgruppen
 - Bereiten Sie Fragen im Voraus vor
 - Hören Sie zu
 - Fragen Sie nach Ratschlägen
 - Bleiben Sie auch nach der Interaktion im Kontakt (Folge-Emails zum Beispiel)
- Sprechen Sie mit anderen Verbänden, um eine Zusammenarbeit vorzuschlagen (Austausch im Sinne von Kommunikation; beide Verbände können die Nachrichten über die Veranstaltung teilen)

4# Finden Sie Sponsoren für Ihre Veranstaltung: viele Unternehmen haben Interesse daran, ein Event zu unterstützen, vor allem im Bereich des Sports. Sie werden Ihnen nicht nur bei der Werbung Ihrer Veranstaltung helfen, sondern können Ihnen eine finanzielle Unterstützung anbieten und bei der Strukturierung Ihres Events behilflich sein. Es kann gut sein, diejenigen Firmen zu kontaktieren, die in der Vergangenheit schon ähnliche Veranstaltungen/Projekte unterstützt haben. Wenn man die potenziell interessierten Sponsoren findet, soll man eine klare und gut strukturierte Veranstaltungspräsentation parat haben, was Ihre Professionalität zeigen wird. Ein Vorteil davon ist es auch, dass Sponsoren selbst einsehen können, wie Sie von dieser Art der Partnerschaft profitieren können. Dadurch können Sie auch unterschiedliche Optionen bezogen auf die Involvierung geben (ihr Logo auf Kommunikationsmaterial inklusive Sporttrickots, welche während des Events getragen werden).

5# Rekrutierung der Influencer: Um eine gute Werbung für die Veranstaltung zu gewährleisten,

kann die Rekrutierung der Influencer nützlich sein. Das wird für eine bessere Sichtbarkeit Ihres Events sorgen und zur Involvierung ihrer Folgern/Gruppen beitragen. Die Bedingungen sollen fallweise kommuniziert werden.

6# Schaffen Sie kulturelle oder soziale Dimension der Veranstaltung: Diese Dimension ist nah mit den Zielgruppen verbunden. Kulturelle oder soziale Dimension einer Veranstaltung bringt dazu bei, sowohl die Anzahl der potenziellen Teilnehmer*innen zu erhöhen, als auch die die Anzahl der Sponsoren, Influencer, usw., die Ihnen mit der Förderung des Events hilfreich sein können.

7# Messung der wirtschaftlichen und sozialen Auswirkung der Veranstaltung

Das wirtschaftliche Modell und der Einfluss der Sportveranstaltungen wurden fast immer gemessen, wenn es um die Sportveranstaltungen geht. Weniger Aufmerksamkeit wurde aber den sozialen Einfluss geschenkt. Laut dem Obersten Rat für Sozial- und Solidarisches Wirtschaften besteht die soziale Auswirkung aus allen Folgen der Aktivitäten einer Organisation (Entwicklungen, Wechsel und Auflösung), mit welchen direkte oder indirekte Interessensgruppen (Empfänger, Kunden und Klienten), Leute innerhalb der Organisation (Mitarbeiter, Freiwillige) und die Gesellschaft generell betroffen sind. Die Messung der sozialen Auswirkung einer Sportveranstaltung kann den Organisationen und Interessensgruppen ermöglichen, die Vorteile und Interesse der Initiative zu sehen, während der soziale Aspekt im Bezug auf Sportaktivitäten verstärkt wird. Im Jahr 2017 hat UNESCO den Kazan Aktionsplan angenommen, welcher sich mit dem Thema des Entwicklungsbedarfes der gemeinsamen Indikatoren, um die Mitwirkung des Sportunterrichtes, Sports und physischer Aktivität zu messen.

Schritte für die Messung der sozialen Auswirkung einer Veranstaltung:

- Definieren Sie die Indikatoren und spezielle Themen, die analysiert werden sollen
- Definieren Sie den Rahmenumfang
- Erstellen Sie einen Fragebogen für die Teilnehmer*innen und Interessensgruppen
- Führen Sie Interviews mit den Teilnehmer*innen und/oder Interessensgruppen durch
- Machen Sie die Auswertung der Feedbacks und Daten
- Veröffentlichen Sie die Ergebnisse

Modul 4: Zugänglichkeit (IWA-Irland)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Die Möglichkeit, ein inklusiveres und zugänglicheres Modell für die Sportveranstaltung anzubieten, ist möglicherweise mehr aus dem Frauensport zu generieren, oder besser gesagt, aus dem Equalsport. Wenn man die Zugänglichkeit der Veranstaltungen analysiert, lässt sich feststellen, dass dennoch wenig Organisatoren die Fähigkeiten und das Wissen haben, um den Parasport oder die Familien der Athlet*innen mit Behinderungen in ihre Veranstaltungen zu engagieren. Das bezieht sich auch auf alle Menschengruppen mit speziellen Bedürfnissen oder Unterstützung bei der Teilnahme an der Sportveranstaltungen; das kann beispielsweise auch eine kulturelle Minderheit sein. Dieser Teil des Leitfadens gibt Ratschläge und Beispiele, wie man sich das Wissen aneignet und die Fähigkeiten der Organisationen mit dem Schwerpunkt auf Zugänglichkeit und die Integration der Veranstaltungen ausbauen kann.

Richtlinien für Barrierefreiheit

Die Equal Status Acts 2000 - 2012

Die Equal Status Acts schützen Menschen mit Behinderungen vor der Diskriminierung sowohl am Arbeitsplatz als auch in der breiteren Gesellschaft. Als ein Beispiel dafür wäre es, wenn eine Sportorganisation, ein Club oder ein Freiheitszentrum eine Person aufgrund ihrer Behinderung schlecht behandelt. Gesetzlich ist es vorgeschrieben, dass man „eine vernünftige Unterkunft“ für Menschen mit Behinderungen finden soll, die Teilnehmer*innen, Mitarbeiter*innen oder Freiwillige sein können. Das bedeutet auch, dass manche Gebäude aus diesem Grund auch physisch umgeändert werden müssten. Rollstuhlrampen, automatische Eingangstüre, niedrigere Theken bei der Rezeption, Hörschleifen (Audio-Induktionsschleife), Informationsmaterial, angepasst an die Bedürfnisse der Beteiligten (größere Buchstaben, Braille, usw.). Der Begriff „vernünftige Unterkunft“ bedeutet, dass es dafür gesorgt wird, dass Menschen mit Behinderungen besondere Güter und Dienstleistungen nutzen können.

Behindertengesetz 2005

Behindertengesetz 2005 verpflichtet öffentliche Dienstleister gesetzlich, den Zugang zu Dienstleistungen und Einrichtungen für Menschen mit Behinderungen zu unterstützen. Nach dem Gesetz haben Menschen mit Behinderungen Anspruch auf:

- Einschätzung ihrer Gesundheits- und Bildungsbedürfnisse
- Erstellung der individuellen Serviceauszüge, in denen festgelegt wird, welche Dienstleistungen sie erhalten sollten
- Zugang zu unabhängigen Beschwerde- und Berufungsverfahren
- Zugang zu öffentlichen Gebäuden und Arbeitsplätzen im öffentlichen Dienst

II. Praktische Tipps

1# zugängliche Veranstaltungen

Zugänglichkeit: Für viele Menschen mit Behinderungen ist der Zugang durch mehr als nur physische Barrieren verweigert. Das passiert auch auf kultureller, wirtschaftlicher oder Organisationsebene.

Organisation erfolgreicher Veranstaltungen: Die Bewertung der Zugangsvoraussetzungen einer Veranstaltung verlangt eine Planung im Voraus. Je früher die Bedürfnisse der Teilnehmer*innen bestimmt werden, desto besser sind die Chancen, ihre Bedürfnisse auch effektiv zu erfüllen. Man soll auch extra Zeit berücksichtigen, denn manche Änderungen brauchen länger, um umgesetzt zu werden.

Veranstaltungsort: Wenn Sie eine Veranstaltung planen, fragen Sie unbedingt den Standort-Anbieter, welche Einrichtungen den Menschen mit Behinderungen zur Verfügung stehen und ob es potentielle Schwierigkeiten gibt, die angesprochen werden müssten. Bei der Standortsuche erkundigen Sie sich immer danach, ob es in der Vergangenheit Probleme mit der Zugänglichkeit gab. Wenn möglich, vereinbaren Sie einen Besichtigungstermin, um sicherzustellen, dass alles bezüglich der Zugänglichkeit, Einrichtung und Dienstleistungen den Menschen mit Behinderungen entspricht. Vor Ort können Sie auch die potentiellen Probleme ansprechen.

2# Zugang

- Standort-Anbieter soll mit dem Behindergesetz und allen Vorschriften vertraut sein, um einen zugänglichen Standort zu gewährleisten.
- Finden Sie heraus, ob der Veranstaltungsort einer Barrierefreiheitsprüfung unterlag. Das kann auf eine positive Einstellung betreffend der Zugänglichkeit hinweisen.
- Achten Sie auf die Barrierefreiheit für Toiletten, Aufzüge, Erfrischungsbereiche und andere Orte, die während der Veranstaltung genutzt werden und wie nah sie dem Meetings- oder Funktionsräumen für das Event sind.
- Achten Sie darauf, dass alle Delegierten mit Bewegungseinschränkungen dieselben Eingänge wie andere Delegierten nutzen. Die Delegierten in Rollstühlen sollen selbständig die Rampen verwenden können.
- Entsprechend ausgebildetes Personal: Bewusstsein für Behinderung und Barrierefreiheit; fragen Sie danach, ob der Veranstaltungsort auch ein bestimmtes Mitglied des Personals hat, der/die bei allen Problemen hilfreich sein kann.

Veranstaltungsplanung und Administration

Budget: Organisator*innen sollen mit zusätzlichen Ausgaben rechnen und sie einplanen, denn es kann sein, dass viele Vereinbarungen auch extra kosten können. Wichtig ist es, dass man das Budget entsprechend plant.

Programmplanung: Man soll flexibel sein und den Zeitpuffer einplanen. Hier soll man auch an die Änderungen und Adaptationen denken.

- Menschen mit Bewegungseinschränkungen brauchen vielleicht mehr Zeit, um sich vom Zimmer zum Zimmer zu bewegen.
- Die Unterstützenden beim Event können regelmäßige Pausen oder den Mitarbei-

terwechsel verlangen, so dass sie nicht zu müde werden.

- Diabetiker brauchen möglicherweise öfters Erfrischungspausen.

3# Vortragende, Moderatoren und Aussteller

- Geben Sie den Vortragenden, Moderator*innen und Aussteller*innen vor dem Event die Anleitungen über die Erwartungen bekannt. Beispielsweise setzen Sie eine Abgabefrist, so dass die Bereitstellung der Informationen in alternativen Formaten ermöglicht wird und überprüfen Sie dabei die verwendete Terminologie.
- Sorgen Sie dafür, dass alle Vortragenden völlig über die Bereitstellungs-methoden der Veranstaltung und über die möglichen Bedürfnisse der Teilnehmer*innen informiert sind. Als ein Beispiel dafür kann es sein, dass die Vortragenden einen an dem Regelsystem angeschlossenen Mikrofon nutzen müssen.
- Besprechen Sie mit den Vortragenden, dass der Inhalt und die Präsentationsfolien dem Publikum mündlich kommuniziert werden soll und dass sie die Präsentationsrichtlinien befolgen. Ermutigen Sie die Vortragenden, sich dem Publikum zu stellen, so dass die Lippenleser ihre Präsentation verstehen können.
- Überprüfen Sie die Anforderungen der Vortragenden und Moderator*innen, im Fall dass zusätzliche Vereinbarungen gemacht werden müssen, wie z.B.: das Bedürfnis an Dolmetscher, persönliche Assistenten oder Informationen in alternativen Formaten.

Informationen vor der Veranstaltung

Werbung

- Alle Werbungsinformationen sollen deutlich und klar formuliert werden; vergewissern Sie, dass erwartete Ergebnisse/ Auswirkungen genannt werden.
- Machen Sie das Werbematerial für die Veranstaltung in unterschiedlichen Formaten über verschiedene Medien (Druck, Web, E-Mails, Foren, usw.)
- Entscheiden Sie sich dafür, ob Sie es auch möchten, dass Ihre Zielgruppe auch Menschen mit Behinderungen sind. Wenn ja, dann sollte Ihre Werbung auch in diesem Kreis sichtbar sein. Sie können dafür die Behindertenorganisationen oder andere Netzwerke nutzen.
- Geben Sie den Teilnehmer*innen je früher wie möglich Informationen über den Veranstaltungsort.

Registrierungsvereinbarungen

- Bei der Erstellung einer Registrierungsform ist es unbedingt erforderlich, den Delegierten zu ermöglichen, in einem extra Feld ihre speziellen Anforderungen notieren zu können: persönliche Unterstützung, Zugangs- oder Ernährungsbedürfnisse.
- Stellen Sie alternative Registrierungsoptionen zur Verfügung: online, telefonisch, SMS oder E-Mail
- Wenn die Organisator*innen die Informationen über Anforderungen der Delegierten erhalten haben, ist es wichtig, diese auch mit ihnen zu spezifizieren. Z.B. es kann sein, dass es nicht möglich ist, die Dokumentation für Braille zu erstellen - vielleicht bevorzugen Sie die Informationen im elektronischen Format.
- Informieren Sie die Teilnehmer*inne rechtzeitig, wenn es zu den Schwierigkeiten bezüglich ihrer persönlichen Anforderungen kommt.
- Bieten Sie Informationen in alternativen Formaten (erfahren Sie, wo sie solche

Dienstleistungen finden können). Geben Sie genaue Standortinformationen (inklusive alternative Formaten): Details über reservierte, barrierefreie Parkplätze, Karten und Anweisungen über Routen - wenn überhaupt relevant, fügen Sie noch die Routen zwischen den Gebäuden hinzu.

- Details über die öffentlichen Verkehrsmittel und die Barrierefreiheit: barrierefreie lokale Taxiunternehmen, öffentliche Verkehrsmittel, Eingänge, Parkplätze, Unterkünfte und soziale Einrichtungen.
- Toiletten für Assistenzhunde; frisches Trinkwasser

Buchungsbestätigung

Schicken Sie den Delegierten die Buchungsbestätigungen in angemessenen alternativen Formaten.

Bieten sie die Möglichkeit an, zusätzliche individuelle Anforderungen/Vereinbarungen hinzuzufügen, die vielleicht nachträglich, bzw. nach dem Buchen ergänzt werden können. So dass Sie sicher sind, dass alle Bedürfnisse erfüllt sind, müssen Sie den Delegierten eine Frist für die Information über alle Anforderungen setzen (beispielsweise eine Woche vor der Veranstaltung). Auch wenn Sie nach dem Ablauf der Frist über die Anforderungen informiert sind, seien Sie kulant und kommen Sie entgegen. Bestätigen Sie die Details über Vereinbarungen, welche verabredet wurden, um den Bedürfnissen nachzugehen: barrierefreie Zimmer, Unterstützung bei Gebärdensprachen, oder reservierte Parkplätze.

Die Bereitstellung der zusätzlichen Anforderungen für die Unterstützung

Finden Sie Vermittler der professionellen Hilfsarbeiter/Support-Arbeiter und buchen Sie sie im Voraus, je früher wie möglich.

Berücksichtigen Sie die Zeitplanung der Veranstaltung und Sitzungsoptionen, wenn Sie die Anzahl der Mitarbeiter*innen für das Engagement planen. Mehr als ein Dolmetscher wird bei einer Veranstaltung gebraucht, die länger als 2h dauert und genug Hilfsarbeiter*innen müssen dabei sein, um den Delegierten volle Auswahl an Workshopsitzungen anbieten zu können.

Machen Sie im Voraus genug Kopien von den Präsentationen. Auf diese Weise können Hilfsarbeiter*innen den Inhalt jeder Sitzung kontextualisieren und sich darauf vorbereiten.

Besorgen Sie die Anstecknadeln mit den Namen für Hilfsarbeiter*innen, wenn das möglich ist. Planen Sie genug Zeit für Hilfsarbeiter*innen ein, so dass sie effektiv arbeiten können. Beachten Sie dabei Hilfsarbeiter*innentausch und Pausen.

Reservieren Sie die Sitzplätze für Hilfsarbeiter*innen an einem geeigneten Ort.

Häufige Probleme im Bezug auf Hilfsarbeiter*innen

- A. Dolmetscher und Mitarbeiter der Kommunikationsunterstützung (CSW)
 - Stellen Sie fest, welche Kommunikationsunterstützung die Teilnehmer*innen brauchen. Das können Gebärdensprachendolmetscher, Lippensprecher oder Palantypisten sein.
 - Sprechen Sie mit den Delegierten darüber, was die beste Position für einen Dolmetscher und Hilfsarbeiter ist. Ein Lippensprechen würde zum Beispiel passende

- Belichtung brauchen.
- Denken Sie daran, dass ein Palatypist Steckdosen und einen Tisch braucht. Stellen Sie den Bildschirm so, dass alle Delegierten den Output sehen können.
- B. Mitschreiber*innen: überlegen Sie, welcher Notizgerätyyp gebraucht wird: manuell oder elektronisch. Sorgen Sie dafür, dass sie erfahren, wie detailliert von ihnen verlangt wird, sich Notizen zu machen: wörtlich oder zusammengefasst.
- Finden Sie die Einrichtungen für die Mitschreiber*innen: Tisch, Steckdose oder zusätzliche Belichtung und ob sie neben dem Delegierten sitzen sollen, den sie unterstützen
- C) Möglichmacher*innen: Falls Organisator*inne der Veranstaltung Möglichmacher*innen einstellen, schulen Sie sie über ihre Aufgaben ein: Unterstützung bei der Bewegung um den Veranstaltungsort, beim Zugang zum Catering und beim Einsteigen/Aussteigen aus dem Taxi.
- Falls das Personal als Mitmacher*innen genutzt wird, vergewissern Sie, dass sie gut eingeschult sind und für die Aufgaben als Möglichmacher*innen während des Events verfügbar sind.
 - Sorgen Sie dafür, dass Möglichmacher*innen leicht zu erkennen sind. Erwarten Sie nicht von anderen Delegierten als Möglichmacher*innen zu agieren; behinderte Menschen sollen nicht warten, bis andere Teilnehmer*innen frei sind, um ihnen zu helfen.

Alternative Formate:

- Machen Sie elektronische Kopien aller Präsentationen und Workshopsunterlagen und schicken Sie sie den Delegierten im Voraus, wenn das von Ihnen verlangt wird.
- Stellen Sie sicher, dass die Kopien und Handouts auch in alternativen Formaten erscheinen und dass sie im Voraus verfügbar sind, wenn das nötig ist.
- Nach der Veranstaltung laden sie alle Unterlagen hoch.

Extra Ausrüstung

Folgende Ausrüstung ist möglicherweise notwendig:

- Schleifensysteme
- Mobile Mikrofon
- Tragbare Rampen - für Eingänge und Bühnen
- Barrierefreie Informations- und Computertechnologie
- Höhenverstellbare Rednerpulte

Vergewissern Sie, dass es Zeichen gibt, die zeigen, dass diese Ausrüstung zur Verfügung steht.

Informations- und Computertechnologie (ICT)

Geben Sie unbedingt bekannt, wenn Sie bei der Veranstaltung oder Workshops beabsichtigen, sich auf die ICT zu fokussieren. Listen Sie die Arten der Aktivitäten auf, die stattfinden werden und Programme, welche genutzt werden. Das kann den behinderten Delegierten Möglichkeit geben, einzuschätzen, wie sie am besten auf die Workshops zugreifen und welche Anforderungen sie haben, denn es kann zum Beispiel dazu kommen, dass es Schwierigkeiten in der Kompatibilität mit der unterstützenden Technologie gibt.

Wo es möglich ist, schlagen Sie vor, dass die behinderten Delegierten ihre eigenen Ausrüstung mitbringen. Viele bevorzugen das, weil sie damit besser vertraut sind. Ein blinder Benutzer kann eine Sprachausgabesoftware auf seinem Computer haben, oder jemand mit Verletzung durch wiederholte Belastung eine spezielle Tastatur oder Handgelenkauflagen.

Wenn eine bestimmte Software bei Workshops verwendet wird, stellen Sie den behinderten Delegierten im Voraus die Kopien davon, so dass überprüft werden kann, inwiefern die Software mit ihrer unterstützenden Technologie kompatibel ist. Auf diese Weise machen sich Delegierten mit der neuen Software vertraut.

Unterstützungsplanung während der Veranstaltung

Digital Signage

Falls Sie (oder der Veranstaltungsort) digitale Signage zur Verfügung stellen, beachten Sie Folgendes:

- deutlicher Druck mit dunklen Buchstaben auf hellem Hintergrund. Verwenden Sie große Schrift „sans serif“ mit großen Anfangsbuchstaben und Text in Kleinschrift - vermeiden Sie Blockbuchstaben.
- Die Höhe des Textes soll Menschen in Rollstühlen entsprechen, so dass sie problemlos lesen können (1400-1700mm oder 22-67 Inches)
- Das Personal soll bewusst über die Gleichberechtigung und Behindertenproblematik sein und soll wissen, wie sie behinderte Teilnehmer*innen begrüßen sollen.

Wenn Sie schon die speziellen Anforderungen der Delegierten oder Vortragenden kennen, schulen Sie ihr Registrierungspersonal ein und erklären Sie Ihnen, welche zusätzliche Aufgaben sie haben werden. Dazu gehört zum Beispiel die Vorstellung der Dolmetscher den Delegierten, die Gebärdensprachen benötigen.

Möglicherweise wird es notwendig sein, die Teilnehmer*innen gut zu informieren und Teilnehmer*innenpakete in alternativen Formaten zu geben. Wenn sie bei der Registrierung an der Rezeption verteilt werden sollen, sorgen Sie für ein adäquates System vor Ort, um die Empfänger der alternativen Pakete zu erkennen.

Alle Namensschilder sollen Schriftgröße minimum 18 haben, wenn möglich „bold“.

Sitzordnung

Abgesehen von der geplanten Sitzordnung ermöglichen Sie auch die freie Wahl der Sitzplätze und genug Raum am Gang und zwischen Reihen für die Navigation der Rollstuhlfahrer, für das Begleiten der blinden Delegierten, usw. Das soll sowohl bei Workshops, als sich bei Pausenräumen und Cateringeinrichtungen berücksichtigt werden.

Erste Hilfe und medizinische Unterstützung

Informieren Sie sich über die potenziellen medizinischen Bedürfnisse und wenn jemand spezifische medizinische Unterstützung braucht, seien Sie bereit, entsprechend zu handeln. Stellen Sie Räume für die Einlagerung der Arzneimittel wie Insulin zur Verfügung und denken Sie daran, gut ausgebildetes Personal zu haben, falls jemand einen epileptischen Anfall bekommt.

Erfrischungsbereiche

Überprüfen Sie, ob die Rollstühle navigierbar sind und es genug zugängliche Räume gibt, um allen die gleiche Behandlung zu gewährleisten.

Wo es möglich ist, verwenden Sie verschiebbare Tische und Stühle, oder sorgen Sie für genug Raum zwischen Sitzplätzen. Seien Sie dessen bewusst, dass fixe Sitzplätze erhebliche Schwierigkeiten für die meisten Menschen darstellen können.

Die Erfrischungsgetränke sollen für alle Delegierten verfügbar, auf einem gut zugänglichen Ort platziert sein und an den Theken passender Höhe serviert sein.

Überprüfen Sie, ob es auch Menüs in alternativen Formaten gibt, oder eine Unterstützung, die die Optionen erläutern kann. Zugänglich sollen Getränke und Speisen sein. Finger Buffet wird Menschen ermöglichen, ohne Geschirr zu essen und keinen Teller halten zu müssen.

Ermöglichen Sie persönliche Unterstützung für diejenigen, die das verlangen. Das ist vor allem für Buffet oder Selbstbedienung wichtig.

Die Verwendung der Web Technologien bei der Unterstützung der Veranstaltung

Einhaltung der Richtlinien

Um sicherzustellen, dass das im Internet präsentierte Material möglichst inklusiv ist, ist es ratsam, die Richtlinien aus a 3 zu verwenden.

TechDis (www.techdis.ac.uk) bietet Tipps über die Auswahl spezifischer Richtlinien, aber als ein Wegweiser dafür, ist es empfohlen, dass sich die für die Unterstützung der Veranstaltung verwendeten Internetseiten nach World Wide Web Consortium's Web Accessibility Initiative Richtlinien richten. Das kann auf www.w3c.org/wai gefunden werden. Am Anfang sollen die Webentwickler auf das Erreichen der „Double-A“-Konformitätsstufe der WCAG 1.0 Richtlinien abzielen. Jedoch sollen die Entwickler den Status der neuen Richtlinien auf ihre Aktualität überprüfen, die auf derselben Internetseite gefunden werden können.

Vergewissern Sie, dass alle Online Formen, die von den Delegierten ausgefüllt werden müssen, zugänglich sind.

„Reiner Text“ Alternativen sind nicht universell barrierefrei. Eine gut erstellte Webseite, die sich auf Richtlinien aus W3C richtet, wird in vielen Fällen das Bedürfnis nach „reinem Text“ negieren. Entwickler sollen dessen bewusst sein, dass solche Version der Webseite als „eine zugängliche Alternative“, eigentlich manche Nutzer hindern kann. Lange Textseiten können ein Problem darstellen, vor allem beim Navigieren für Benutzer der Bildschirmleseprogramme, Leute mit den Schwierigkeiten, lange Textteile zu verarbeiten und für diejenigen, deren Erstsprache sich von der auf der Internetseite benutzten Sprache unterscheidet - inklusive British Sign Language Benutzer. Automatisierte „reiner Text“ Generatoren sind sehr gängig. Dennoch können sie Schwierigkeiten bei der Suche auf manchen Seiten für Menschen mit Spracherkennungssoftware darstellen, sowie auch für dyslexische Menschen und Menschen mit anderen kognitiven Störungen.

Erklärung zur Barrierefreiheit und User Testing

Bei der Verwendung der Webtechnologien, die als Unterstützung für Veranstaltungen und Aktivitäten dienen, ist es äußerst wichtig, dass behinderte Benutzer....???

Es ist empfehlenswert, dass es Erklärung oder Regelung zur Web-Barrierefreiheit gibt. Laden Sie Menschen mit Behinderungen dazu ein, unsere Elemente von der Webseite zu testen und uns Feedbacks zu geben, wie sie es empfunden haben und ob das Getestete für sie nützlich war. Seien Sie bereit, Änderungen vorzunehmen, so dass die Informationen bei den Nutzern besser ankommen und bieten Sie das Material in unterschiedlichen Formaten an.

Kontaktinformationen:

Eine Kontaktstelle soll auf der Internetseite der Veranstaltung gut sichtbar für alle Menschen ein, die Schwierigkeiten haben, auf die Informationen zuzugreifen.

Modul 5: Inklusion und gleichgestellte Teilnahme der Frauen/Mädchen und Migrant*innen (VIDC-Österreich)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Hintergrund

Auch wenn jegliche Formen der Diskriminierung in den letzten 10 Jahren im europäischen Sportbereich reduziert wurden, prägen die Diskriminierungsformen wie Rassismus, Homophobie, Sexismus und Rechtsextremismus - immer noch sowohl die Spitzensportarten, als auch die populären. Genau das erschwert die Möglichkeit, dass bestimmte soziale Gruppen am Sport teilnehmen und repräsentiert ein großes Problem aus der Perspektive der Menschenrechte, weil alle das Recht auf die Teilnahme haben müssen, während sie ihre Integrität und ihren Stolz beibehalten.

In vielen Gesellschaftsbereichen ist die Vielfalt zur Realität geworden und wird als positiv und bereichernd empfunden. Sport vor allem hat das Potenzial für die Gleichstellung der Menschen ihre Vereinigung - alle können theoretisch gesehen unabhängig von Geschlecht, Hintergrund, Ethnität, Religion, gesellschaftlichem Schicht, Alter oder sexueller Orientierung am Sport aktiv oder passiv teilnehmen.

In vielen Fällen ist „Sport für alle“ immer noch unerreichbares Ideal. Der Grund dafür sind oft die Vorurteile, stereotypische und negative Einstellungen gegenüber bestimmte Gesellschaftsgruppen, wie beispielsweise Migrant*innen, LGTBQI, oder Frauen und Mädchen. Das führte zur ungleichen Behandlung, Diskriminierung oder Exclusion auf allen Ebenen. Athlet*innen, Trainer*innen, Beamten, Entscheidungsträger*innen, Fans oder Sportjournalist*innen werden anders behandelt und das erschwert ihren Zugang zum Sport.

Global gesehen gehören die Migrantinnen und Frauen der ethnischen Minderheiten zu den am meisten ausgeschlossenen und vulnerablen Gruppen in Europa. Sie stoßen auf doppelte Diskriminierung: als Frauen und als Migrantinnen gehören sie nicht zur angeblichen Mehrheit. Dieser Trainingskurs ist geschaffen, den Vereinen und Organisator*innen zu helfen, die gleiche Teilnahme der Frauen und Mädchen, sowie auch der Migrantinnen als auch Minderheiten zu fördern-sowohl in ihrer alltäglichen Clubkultur, als auch bei der Organisation der Sportveranstaltungen.

Sport, als eine wichtige Facette der Gesellschaft, repräsentiert Chancen für die soziale Integra-

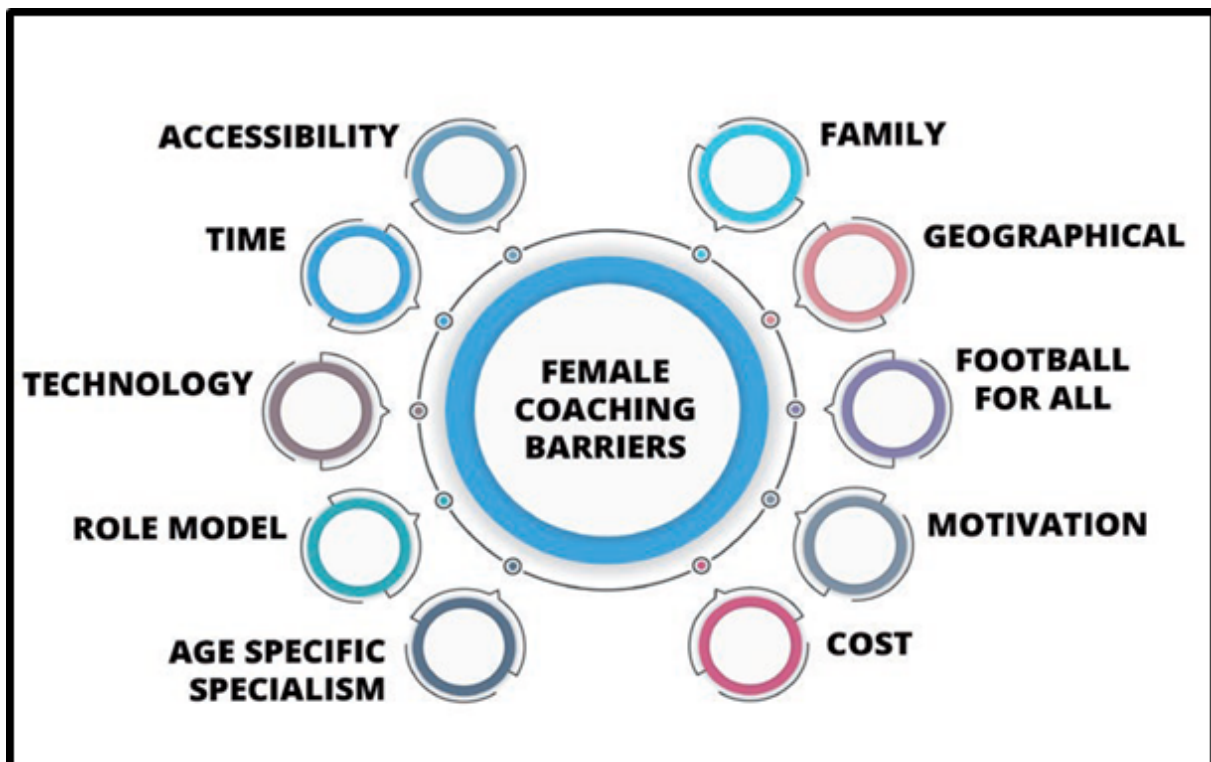
tion - im Sportbereich kann es zur sozialen Exclusion kommen, ähnlich wie in der Gesellschaft. Ungeachtet dessen, ob das absichtlich oder unabsichtlich passiert, kann die Auswirkung auf die Teilnahme und den Sport groß sein. Durch Sport bleibt man physisch aktiv, sozialisiert sich mit den anderen, verbessert das Wohlbefinden und die psychische Gesundheit, lernt und baut die Fähigkeiten aus und Vieles mehr.

Trotzdem verzögert sich die völlige Realisation dieser Vorteile für marginalisiert Gruppen wie Frauen, Migrant*innen, Minderheiten und Flüchtlinge, denn das Männliche dominiert immer noch.

Das Training über soziale Integration, Antidiskriminierung und gleiche Teilnahme der Frauen und Mädchen soll auf zwei Teilen basieren:

1. Die Barrieren und Status Quo verstehen

Die Diversifizierung des europäischen Breitensports und europäischer Sportveranstaltungen, sowie auch die Entfernung der Barrieren bleiben eine große Aufgabe in organisiertem Sport (Clubs, Vereine, usw.), aber auch (informell) bei den Initiativ- und Freizeitgruppen (Sport auf den öffentlichen Orten, in den Parks usw.). Laut der Studie aus dem Jahr 2018, durchgeführt von Statistics Austria, sind nur 14% der Menschen mit Migrationshintergrund die Mitglieder der österreichischen Sportverbände, davon sind 19% Männer und 8% Frauen. In der ethnischen Mehrheit ist es hingegen so, dass 31% Männer und 18% Frauen Mitglieder sind. Um diese Zahl zu erhöhen, muss man die Barrieren brechen und die Teilnahme der unterrepräsentierten Gruppe muss gefördert werden.



2. Strategien, um die Beteiligung aller Menschen am Sport zu erhöhen

Die Hauptmethoden sind heutzutage immer noch die Erhöhung des Bewusstseins durch unterschiedliche Werbungen und Bildungsarbeit, internationalen Austausch, Studien und Förder-

ungen, Netzwerken und Ratschläge für Minderheiten und produktive Initiativen, Sportclubs und Vereine. Die Fairplay Initiative arbeitet gemeinsam mit relevanten Interessensgruppen in den Feldern des Sports und der Antidiskriminierung. Die langfristige Version der Fairplay Initiative ist, eine Sportkultur zu schaffen, die frei von der Diskriminierung und Exklusion ist.

Unterschiedliche Sportler*innen sollen dazu ermutigt werden, für Diversität und gegen Diskriminierung zu arbeiten, vor allem dort, wo sie am meisten Einfluss haben.

Aktuelle europäische Sportinstitutionen betonen den integrativen Charakter des Sports, zumindest auf verbaler Ebene. Das Engagement für den gemeinsamen Kampf gegen Rassismus und Homophobie, für nachhaltigere Sportveranstaltungen und Gleichstellungsprojekte im Sport ist äußerst positiv. Das Netzwerk der Menschen zu schaffen, die die Integration unterstützen, gehört zu den wichtigen Projekten. Dazu leistet die Fairplay Servicestelle einen großen Beitrag mit ihren Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich der Vielfalt und Inklusion im Sport.

Das Weißpapier für Sport für europäische Kommission aus 2007 betont das Potenzial des Sports für soziale Kohäsion, Solidarität, Integration und Inklusion der Migrant*innen oder anderer Minderheiten und eigentlich aller Bewohner*innen, unabhängig vom Geschlecht, Ethnizität, Alter, Religion und Glauben, sexueller Orientierung und sozialem oder wirtschaftlichem Hintergrund.

Laut dem Bundesgesetz zur Förderung von Sport (BSFF 2017 § 2 (1)) ist die Aufgabe der Sportförderung unter anderem, die soziale Integration der Menschen mit Migrationshintergrund durch den Sport zu fördern, sowie auch „die Bestimmung der für Sport speziellen Angebote für Menschen, die physisch nicht aktiv sind“.

Absatz 112 der administrativen Regelungen des österreichischen Fußballverbandes (ÖFB) regelt die Problematik der Diskriminierung. Einerseits werden die Strafen für Spieler*innen, Trainer*innen, Beamten und Clubs definiert, andererseits können diese Sanktionen mit bestimmten Maßnahmen kombiniert werden, welche geeignet sind, dem diskriminierenden Verhalten entgegenzuwirken (§ 112 (5)).

II. Praktische Tipps/ Checklisten

Es ist im Interesse des organisierten Sports, die Antidiskriminierung und Diversität anzusprechen. Einerseits können neue Zielgruppen gewonnen werden und das volle Potential des Sports kann genutzt werden, andererseits ist es wichtig, die soziale Verantwortung zu tragen: alle haben das Recht auf einen respektvollen Umgang während sie ihre Integrität im Sport beibehalten.

Organisator*innen der Veranstaltungen, Clubs oder Vereine können auf unterschiedlichen Ebenen agieren und zur Reduktion der Diskriminierung im Sport beitragen. Zum Beispiel:

Niveau 1: Marginalisierte Zielgruppe direkt einzuladen und auf sie zuzukommen

- Angebote und Veranstaltungen für Mädchen und marginalisierte Gruppen zu machen

Hintergrund/Barrieren: Einer von den Hauptgründen, warum wenig Mädchen Teil der Fußballclubs sind, ist der Mangel an Angeboten. Es gibt ein Paar Mädchenclubs

und Teams, wo sie theoretisch gesehen spielen könnten, was aber selten explizit gemacht wird. Viele Mädchen treiben zuerst Volleyball, Handball oder Basketball, obwohl sie seit immer Fußball spielen wollten.

- Laden Sie explizit marginalisierte Zielgruppen ein (Clubflugblätter, Fotos, usw.)
Hintergrund/ Barrieren: Mädchen und BPOC fühlen sich sehr oft von den Vereinen und ihrem Werbematerial nicht angesprochen. Ebenso sind sie unsicher, ob sie überhaupt bei einem solchen Event willkommen sind.
- Schaffen Sie ein sicheres Umfeld und persönliche Events/Trainingssitzungen, um die Mädchen/Migrantinnen einzuladen
Hintergrund/ Barrieren: schon von Klein an werden Mädchen wenig ermutigt, den Sport zu treiben, verbringen weniger Zeit für physische Aktivitäten und sind wesentlich unsicher, wenn sie zum ersten Mal das Mitglied eines Clubs werden. Gleichzeitig sehen sie in der Öffentlichkeit und auf den Fußballfeldern Jungen, die schon mehr können, alleine deswegen, weil sie öfters spielen. Hilfreich wäre es für viele Mädchen, wenn sie in einem geschützten Raum den gewünschten Sport ausprobieren können.
- Diversität in jedem Aspekt leben
Hintergrund/Barrieren: Alle Menschen haben unterschiedliche Hintergründe und Erfahrungen wegen ihrer sozialen Herkunft, Sexualität, Geschlechtsidentität, Hautfarbe, Religionen, Behinderungen etc. Diversität und Inklusion bedeuten den auf allen diesen Unterschieden reflektierenden intersektionalen Zugang.

Niveau 2: Kommunikation (Dach- und professionelle Organisationen, Ligen und Clubs)

Klare Kommunikation bezüglich der Diskriminierung: intern (Antidiskriminierungsparagraph in allen Dokumenten und Statuten); extern (Sichtbarkeit in Medien: Webseiten, gedrucktes Material, soziale Medien, usw. und in Sporteinrichtungen: (Werbebanner und Stadion- oder Hallenbestimmungen)

Der ständige Zugang und Intervention bei diskriminierenden Vorfällen: Anleitungen, Prozedere, Kontaktpersonen für die Diskriminierten in Vereinen/Ligen und generell für dieses Thema.

Antidiskriminierende Sprache: Hintergrund/ Barrieren: Der Effekt der Sprache soll nicht unterschätzt sein. Die Sprache spielt eine große Rolle dabei, ob wir uns respektiert und wohl fühlen. Folglich ist Respekt der zentrale Aspekt hier.

Demokratische Konversations- und Diskussionskultur während der Veranstaltung

Niveau 3: Kampagne (Verbände, mit der Unterstützung der Dach- und Profiorganisationen)

- Die Posters und Banner mit den Botschaften zur Inklusion
- Organisation der Veranstaltungen im Rahmen eines spezifischen Events, um die Auswirkung zu stärken: Welttag der Flüchtlinge, Fairplay Aktionswoche, EWOS
- Organisation von etwas, was größer ist als Sportveranstaltung: Medienkampagne, etc.
- Stereotype brechen: Hintergrund, Barrieren: Beispielsweise Stereotypen, wie Mädchen und Jungen sein sollen und dass die Mädchen keinen Fußball spielen sollen - solche Stereotypen bestehen immer noch unter Eltern, Spielern und Clubs. Es ist wichtig dem entgegenzuwirken und Gegenbilder zu schaffen.

Niveau 4: machen Sie Vorbilder, um die Identifizierung zu fördern, indem Sie marginalisierte Gruppen und Frauen/Mädchen sichtbar machen:

- Referenzen und Vorbilder: Spieler*innen und Beamte/Trainer*innen unterstützen im Voraus die Vielfalt und laden diverses Publikum ein
- Machen Sie Queer, Migrant*innen, Athlet*innen usw. sichtbar (intern und extern): Fotos in Clubs oder Garderobe, etc.

Hintergrund/ Barrieren: Wo ich mich selber sehen kann, fühle ich mich willkommen. Das betrifft nicht nur die Webseiten und soziale Medien, wo Frauen und Mädchen im Club gleich gesehen werden und gleich repräsentiert werden müssen, wie Jungen und Männer, sondern auch vor Ort: wenn ihre Bilder in Clubs oder Kantinen nicht aufgehängt sind, werden sie nicht ernst genommen (..?)

Niveau 5: Antidiskriminierung und Inklusion - Ausbildung und Bewusstsein (Dach- und Profivverbände, Ligen und Clubs)

- Soziale Aktivitäten & Inklusion und Antidiskriminierungsworkshops als ein Teil der Veranstaltung: Dauer 2-3 Stunden, Zielgruppe: Kinder und junge Leute zwischen 10 und 20 Jahren
- Inklusions- / Antidiskriminierungstraining für alle Trainer*innen und alle Vermittler*innen des Events: Dauer 1.5 Stunden, Zielgruppe: Athlet*innen, Trainer*innen, Vermittler*innen, Schiedsrichter*innen.

- Stellen Sie Awareness Managers während der Veranstaltungen ein
Hintergrund/Barrieren: Kontaktpersonen, denen Sie vertrauen, sind wichtig, im Fall, dass es zu Problemen kommt und dass Sie Hilfe brauchen. Es beginnt und endet mit kleinen Sachen im Fall der Diskriminierung und Misshandlung. Es ist viel leichter, wenn Kontaktpersonen in einem Verein zur Verfügung gestellt werden, weil in vielen Fällen die Probleme früh erkannt und behandelt werden können, bevor sie eskalieren und man sie nicht mehr lösen kann. Das gibt Sicherheit und schafft das Vertrauen im Club.

Niveau 6: Die Infrastruktur

- Persönliche und sichere Retreats für Mädchen
Hintergrund/Barrieren: Besonders bei den Reisen soll darauf geachtet werden, dass Mädchen ihre eigenen Räume haben: Einerseits brauchen sie ihre eigenen Räume im Sinne von Gleichstellung und andererseits dienen diese als sichere Retreats, wo Mädchen zusammen sein können und Beziehungen zwischeneinander stärken. Dieses Bedürfnis ist völlig berechtigt und gilt als Respekt.
- Gleiche Trainings- und Spielzeit für Mädchen und marginalisierte Gruppen
Hintergrund/Barrieren: Frauen- und Mädchenteams haben sehr oft nicht die gleiche Trainingszeiten wie Jungen- und Männerteams. Spielerinnen berichten davon, dass Mädchen nur 2 Mal wöchentlich eine Stunde lang trainieren dürfen, während Jungen öfters trainieren können und bessere Zeiten für ihre Trainings haben. Das gib den Mädchen den Eindruck, weniger wert zu sein. Idealerweise sollen Trainings und Spiele getrennt gehalten werden, aber zur selben Zeit gehalten, um die Interaktion und den Austausch zu ermöglichen. Auch die Qualität des Spielfeldes, wo der Sport getrieben wird, soll sich nicht unterscheiden. Wenn der Club unterschiedliche Sporteinrichtungen hat (Spielplatzoberfläche, Sichtbarkeit und Zugang zum Publikum), neigen sie dazu, die Spiele für Jungen auf besseren Spielplätzen

abzuhalten. Planen Sie Frauenspiele um eine angemessene Uhrzeit, so dass alle daran teilnehmen können.

- Minderheitstrainer*innen and Kontakt-/Vertrauenspersonen
Hintergrund/ Barrieren: Generell gesehen ist es beim Umgang mit Minderheiten besonders notwendig, dass im Trainingslager oder bei den Gastspielen, aber auch auf dem Bank, als Kontaktperson, immer eine desselben Geschlechtes anwesend ist. Mädchen haben Recht darauf, über ihre Probleme mit den Erwachsenen desselben Geschlechtes zu sprechen. Das ist die Frage des Wohlbefindens, der Unterstützung, sowie auch die fundamentale Frage der Sicherheit.

Modul 6: Nachhaltigkeit (VIDC - Österreich)

I. Warum ist das Thema wichtig?

Hintergrund

Die Umweltauswirkung der Sportveranstaltungen bleibt immer noch das Thema, mit welchem man sich noch lange nicht auf eine systematische und organisierte Art beschäftigen wird. Die Schwierigkeiten bei der Förderung der systematischen und effektiveren Gegenmaßnahmen um die Umwelt sind trotz des generellen Bewusstseins meistens die Fragen der Wirtschaft. Es gibt viel Verbesserungspotenzial und dieser Teil des Leitfadens beschäftigt sich mit den Vorschlägen für die Zukunft.

Sportclubs sind Orte, wo viele Leute zusammenkommen und ihre Ideen austauschen. Sportclubs und andere Arten von Sportveranstaltungen haben das Potenzial, positive und kraftvolle Botschaften einem breiteren Publikum zu vermitteln und so zu besserer Nachhaltigkeit beizutragen, wie von Vereinten Nationen „Ziele für die nachhaltige Entwicklung“ (SDGs) definiert wird.

Sportclubs und Sportveranstaltungen haben große Verantwortung und können als ein positives Beispiel für Nachhaltigkeitsherausforderungen durch proaktive Zugänge zum Umwelt- und Klimaschutz genommen werden, sowie auch für die soziale Gerechtigkeit.

Die vereinenden und positiven Sportqualitäten tragen schon teilweise zu SDGs bei. Aber Sportclubs können viel mehr machen, um die Nachhaltigkeit ihrer Alltagsaktivitäten und der Veranstaltungen, die sie organisieren, zu verbessern, indem sie bewusst die Maßnahmen in den Bereichen vom Transport zwischen Trainings und Spielen bis zu den nachhaltigen Trophäen ergreifen. Aber wie kann Sport eigentlich effektiver und nachhaltiger agieren?



Die Schulung für Sportclubs angeboten von Fairplay Initiative hat zum Ziel, das alltägliche Clubleben und die Sportveranstaltungen nachhaltiger zu machen, so dass alle Aktivitäten im Einklang mit der Umwelt sind und sozial nachhaltig sind. Die Aktivitäten der Sportclubs sollen auch aktiv zum Erreichen des SDGs beitragen.

Was ist die Nachhaltigkeit?

In Österreich leben wir weit über unsere Verhältnisse hinaus. Global gesehen brauchen wir eine bessere nachhaltige Entwicklung. Nachhaltigkeit bedeutet, dass man die Ressourcen effizienter nutzt. Heutzutage sollen Menschen nicht auf die Kosten anderer aus anderer Weltregionen und zukünftiger Generationen leben. Die Nachhaltigkeit beeinflusst alle Lebensebenen und die Wirtschaft, weswegen sie die Aufgabe der ganzen Gesellschaft ist. Sie braucht die ökologisch umsetzbare Entwicklung, die sozial fair und wirtschaftlich effizient ist. Nachhaltigkeit muss „eine langfristige Wert“ haben und zu den unten aufgelisteten 17 Zielen positiv beitragen:

Die Schulungen zum Thema „Nachhaltigkeit“ sollen folgende Themen beinhalten:

- Wie kann man die Auswirkung auf die Umwelt reduzieren, wenn man eine Sportveranstaltung organisiert? (ICT: zum Beispiel Zugang zur Energie und Mülltrennungstechnologie bei der Veranstaltungsorganisation).
- Die Lebensmittelabfälle reduzieren; Wiederverwertung von Material (Golf- und Tennisbälle), wie kann man die Ressourcen schonen (Wasser für Tennisfeld auf dem Sandplatz).
- Eventlogistik: nutzen Sie existierende Einrichtungen
- Kontaktieren Sie Verbände mit Erfahrung in Öko-Verantwortung und Nachhaltigkeit
- Konzentrieren Sie sich mehr auf die Nachhaltigkeit als auf die Zeit für Projekt

II. Praktische Tipps/ Checklisten

In welchen Bereichen kann die Nachhaltigkeit verbessert werden, wenn eine Sportveranstaltung organisiert wird?

Sportclubs haben viele Optionen für die Adaptation ihrer Aktivitäten auf die Nachhaltigkeit. Um diese Optionen je klarer wie möglich zu kommunizieren, wurden sie in Kategorien der alltäglichen Clubaktivitäten und Sportevents (natürlich, mit manchen Überlappungen) unterteilt.

Sportveranstaltungen

Einerseits gibt es eine Tendenz, sich mehr auf größere Sportevents mit Bezug auf Umweltauswirkung oder soziale Ungerechtigkeit zu fokussieren. Andererseits muss man feststellen, dass kleine oder mittelgroße Veranstaltungen zumindest eine wichtige, wenn auch nicht äußerst wichtige Rolle spielen, denn sie finden öfters statt und haben breitere Auswirkung. Unten sind manche Überlegungen zu finden, die dabei helfen können, Nachhaltigkeit bei Sportveranstaltungen, Catering, Unterkunft und soziale Nachhaltigkeit zu verbessern.

1# Veranstaltungsaktivitäten

- Stellen Sie den Besucher*innen die Wiederverwertungsoptionen zur Verfügung (SDFs 6, 13)

- Wiederbenutzung oder Wiederverwertung der während der Veranstaltung benutzten Güter und Vorräte; notieren und kontrollieren Sie das ganze Volumen und Proportion des nichtsortierten Mülls (SDGs 6,12,13)
- Passen Sie Trophäen, Starter/Finisher Tüten, Startnummern, Absperrband und Ähnliches an Nachhaltigkeitskriterien an. Selbstproduzierte oder fair und/oder ökologisch produzierte Ware haben einen Gebrauchswert. (Pflanzen im Topf als Geschenk statt Schnittblumen) (SDG 12)
- Werbegeschenke sind limitiert (und nachhaltig/ethisch) oder eliminiert (SDGs, 12, 13)
- Unterstützen Sie lokale Geschäfte und gebrauchte Ware. Versuchen Sie je mehr wie möglich Leute einzustellen, gebrauchte Ware zu teilen oder sie wiederzuverwenden. (SDGs8,12)
- Verwenden Sie statt plastische Konfetti entweder Blumenblätter oder biologisch abbaubare Konfetti. (SDGs 12, 13)
- Laser Shows statt Feuerwerke (SDG 13)
- Seifenblasenmaschine statt Luftballons (SDGs 12, 13)
- Wasserbasierte Nebelmaschinen statt konventionelle Nebelmaschinen (SDGs 13,15)
- Halten Sie den Veranstaltungsort sauber, um den Teufelskreis zu vermeiden (je schmutziger der Raum ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Besucher*innen den Müll hinter sich lassen werden) (SDFs 6,13,15)
- Nutzen Sie die Eröffnungszeremonie für Social Messaging (SDGs, 1,3,4,5,8,10,16)
- Halten Sie sich an die Rahmenbedingungen betreffen der Lautstärke (das hat einen negativen Einfluss nicht nur auf Menschen, sondern auch auf die Tierwelt) (SDG 15)

2# Catering

- sorgen Sie dafür, dass es ein Konzept des Abfallmanagements für die Mülltrennung und Wiederverwertung gibt (SDGs, 6,13)
- Verwenden Sie wiederverwertbares oder kompostierbares Geschirr. Vermeiden Sie Plastik und Einwegprodukte. (SDGs, 12,13)
- Vermeiden Sie Plastik, Einwegflaschen und Dosen (verwenden Sie Abfalldeponierungssystem) (SDDs 12, 13)
- Bieten Sie Leitungswasser an (SDGs 6,13)
- Bieten Sie regionale, saisonale, organische Lebensmittel und Getränke an - nachhaltiges Fleisch und nachhaltiger Fisch. Geben Sie auch vegane Optionen. (SDGs 12,13,15)



- Selbst gemachtes Catering (SDGs 3,12)
- Überlegen Sie die Lebensmittelmenge ganz genau, die Sie brauchen, so dass der Müll sowie die Kosten reduziert werden können. Spenden Sie die Essensreste oder entsorgen Sie sie nachhaltig, vermeiden Sie unnötige Essensreste (durch Verteilen oder Spenden an eine Lebensmittelbank) (SDG 12)
- Wenn es notwendig ist, kommen Sie den speziellen diätischen Bedürfnissen der Besucher*innen entgegen (SDGs 3,10)
- Vermeiden Sie Einzelpartionsverpackungen (z.B. Ketchup) (SDGs 12,13)



3# Unterkunft

- Wählen Sie die Unterkünfte, welche als öko-freundlich zertifiziert sind. Clubs können zusammen mit den öko-freundlichen Unterkunftsanbietern arbeiten (z.B. durch spezielle Rabatte und Angebote für Veranstaltungen, Teilnehmer*innen und Besucher*innen) (SDG 13)
- Wählen Sie die Unterkünfte, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln leicht erreichbar sind (SDG 13)
- Wählen und empfehlen Sie zugängliche Unterkünfte (SDGs 1,10)

4# Transport

- die meisten CO2 Ausstöße kommen vom Transport, vor allem vom ausländischen Publikum (über 80 %)
- fördern Sie die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel oder sauberen Fahrzeuge (Fahrräder, elektrische Autos). Beispielsweise können sie Rabatt denjenigen anbieten, die vorweisen können, dass sie mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gekommen sind.
- Um den durch Transportmittel verursachten CO2 Ausstoß zu reduzieren, ist es notwendig, die maximale Größe des Events zu berücksichtigen. Wenn die Zahl der ausländischen Zuschauer begrenzt ist, kann das die Emissionen drastisch senken.

5# Soziale Nachhaltigkeit

- planen und implementieren Sie die Veranstaltungen, die zugänglich und barrierefrei sind (machen sie barrierefreie Webseite und das Online Buchen) (SDFs 3,5,10)

- Fair Play und sozial orientierte pädagogische Verantwortung (Verantwortung für erfolgreiche Spiele, Mitspieler*innen und Gegenspieler*innen) (SDGs 3,4,5,7,8,1,12,13)
- Stellen Sie speziell eingeschultes Personal ein (sensibilisiert für LGBTQI Problematik, Antirassismus usw.) (SDGs 5,10)
- Bieten Sie spezielle Angebote an (für Senioren, Studenten, Familien) (SDGs 3,10)
- Sorgen Sie für eine ordentliche und fair Einstellung und Sicherheitsbedingungen für alle Teilnehmenden, inklusive Subcontractors, Freiwillige und Wettbewerber*innen
- Bieten Sie Probetrainings an, so dass das Publikum den jeweiligen Sport ausprobieren kann (SDGs 3,5,10)
- Zielen Sie auf die Vielfalt und ausgewogenen Anteil der Geschlechter unter Wettbewerber*innen, Zuschauer*innen, Teammitglieder*innen, Freiwillige, Schiedsrichter*innen, Preisverleiher*innen, Künstler*innen usw. ab (SDGs 5,10)
- Berücksichtigen Sie die Einheimischen, deren Umgebung von der Veranstaltung betroffen sein wird: veranlassen Sie das Gespräch, um die beste Zeit für die Veranstaltung zu bestimmen, so dass Sie negative Auswirkung auf die lokale Gemeinde vermeiden können (SDGs 11,5,17)

III. Beispiele

Success stories, options for courses of action: <https://www.green-champions.de/index.php?id=26&L=1>

EWSE

EMPOWERING WOMEN
FOR SPORT EVENTS IN EUROPE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.