

Nachhaltigkeits-Strategie Spengler Cup Davos

In Kürze

Seit der Austragung 2016 findet das Thema Nachhaltigkeit beim Spengler Cup explizit Beachtung. Damals entstand die erste Nachhaltigkeits-Strategie mit Zielen und Massnahmen. Fünf Jahre später wurde diese Strategie unter die Lupe genommen und gesamtheitlich überarbeitet. Die ebenfalls 2016 im Rahmen der Klimakonferenz in Paris entstandenen UNO-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) sind neue Orientierungshilfe für die Nachhaltigkeitsbemühungen und -Strategie des Spengler Cup. Im Zentrum dieser stehen dabei nach wie vor die drei übergeordneten Themenfelder *Umwelt*, *Gesellschaft* und *Wirtschaft*. Innerhalb dieser liegt der Fokus auf folgenden Bereichen:

Umwelt

- Energieverbrauch und CO₂-Reduktion
- Mobilität
- Abfallproduktion & Rohstoffverbrauch
- Lokales & Regionales

Gesellschaft

- Zufriedene Anspruchsgruppen
- Sicherheit & Prävention
- Soziales Engagement

Wirtschaft

- Regionale Wertschöpfung
- Sponsoring-Erträge

Mit der stärkeren Fokussierung auf nachhaltige Aspekte werden mehrere Ziele verfolgt. Sie reichen von der Verminderung des Ressourcen-Verbrauchs über ein verbessertes Image in der Gesellschaft bis zu stärkeren Partnerschaften. Letztlich sollen bleibende Werte geschaffen werden, um den Spengler Cup nachhaltig erfolgreich in die Zukunft zu führen. Die Vision:

Der Spengler Cup Davos soll der führende Schweizer Event in den Bereichen Sport, Unterhaltung und Marketing sein und Massstäbe in Bezug auf die Nachhaltigkeit setzen.

Er minimiert dabei nicht nur Belastungen von Umwelt und Gesellschaft, sondern schafft gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Mehrwerte – einerseits für den Event selbst, aber auch für Partner, Besucher und die Region.

Auf den folgenden Seiten gehen wir detaillierter auf alle oben erwähnten Punkte ein und erläutern Massnahmen, welche wir ergreifen möchten, um unsere Vision zu erreichen.

Die SDGs und der Spengler Cup

Die SDGs gelten seit 2016 als eines der wichtigsten Bezugssysteme und sind international anerkannt. Ihr Ziel ist es aufzuzeigen, wie vielschichtig Nachhaltigkeit ist und dazu beizutragen, dass die Welt bis 2030 lebenswerter wird. Im Rahmen des Spengler Cup adressieren wir mehrere SDGs:



«Jugend trainiert mit Spengler Cup-Stars» gibt Kindern die Möglichkeit, den Eishockey-Sport zu entdecken und erleben.



Der Strombedarf am Spengler Cup wird mit 100% zertifizierter, erneuerbarer Energie abgedeckt. Davoser Strom.



Für die lokale wirtschaftliche Wertschöpfung ist der SC von zentraler Bedeutung. Auch bietet das Turnier eine Vielzahl von bezahlten und unbezahlten Arbeitsmöglichkeiten.



Zusammen mit unseren Partnern gestalten wir unsere Event-Lokalitäten so ressourcenschonend wie möglich. Namentlich das Stadion, den Eisdome und das Fanzelt.



Mit unserem Stiftungs-Partner kreieren wir einzigartige Momente für bedürftige Menschen. Die Preispolitik ermöglicht es auch finanziell Schwächeren, Tickets zu kaufen.



Durch unsere Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit leisten wir einen Beitrag zu den Klimazielen der Gemeinde Davos. Wir sind dazu in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen.



Mit unseren Gastronomie-Partnern achten wir auf die Herkunft der angebotenen Produkte. Mit dem Merchandising-Partner auf die verwendeten Materialien im Fanartikel-Bereich.



Zu den Handlungen gehören: Eine saubere Abfalltrennung, der Einsatz von erneuerbarer Energie, die Elektrifizierung der Shuttle-Fahrzeuge, der Einsatz von sparsamen Flugzeugen, kostenlose Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel, Regionalität im Gastro-Bereich.



Wir arbeiten eng mit unseren Sponsoren und Partnern zusammen, um nachhaltige Lösungen im und um das Eisstadion anzubieten und gemeinsam das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben.

1. Ausgangslage

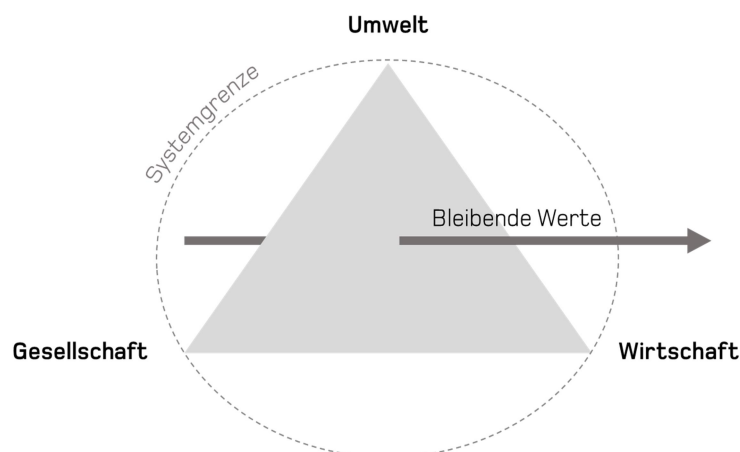
Der Spengler Cup ist das älteste und traditionsreichste Club-Eishockeyturnier der Welt. 2021 findet es bereits zum 94. Mal statt. Jeweils zwischen Weihnachten und Neujahr pilgern Fans aus der ganzen Welt ins Eisstadion Davos, um Spitzeneishockey in einer einmaligen Atmosphäre zu erleben.

Der Spengler Cup gehört zu den führenden Schweizer Events im Bereich Sport, Unterhaltung und Marketing. Unter anderem, weil er:

- innovativ und technologisch in allen Unternehmensbereichen immer auf einem Top Niveau mitspielt, und
- als qualitativ hochstehendes Produkt wahrgenommen wird und dementsprechend auch Investitionen in das Produkt auslöst.

Investitionen in das Produkt ermöglichen die permanente Weiterentwicklung. Diese ist jedoch nur möglich, wenn Ressourcen optimal genutzt und eingesetzt werden; wenn sich Image und Ansehen des Events laufend verbessern; wenn die Region, der Hockeysport und der HCD vom Anlass profitieren und bleibende Werte geschaffen werden – sprich, wenn eine nachhaltige Entwicklung stattfindet.

Dabei bezieht sich der Begriff sowohl auf **soziale, ökonomische als auch ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit**.



Der Spengler Cup setzt bereits verschiedene Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit um. Eine Übersicht über diese findet man [hier](#). Die Sensibilisierung der Verantwortlichen für das Thema ist gross und sie sind motiviert und interessiert, ihre Aktivitäten schrittweise weiter auf Nachhaltigkeit auszurichten.

Aus diesen Gründen wurde eine Nachhaltigkeits-Strategie für den Spengler Cup erarbeitet, welche sogleich in die Unternehmensstrategie integriert wird. Die bisherigen guten Ansätze sollen erfasst und systematisiert, eine Vision erstellt, konkrete Ziele und Indikatoren zur Zielüberprüfung definiert sowie Massnahmen umgesetzt und kontrolliert werden. Sponsoren, Partner und Dienstleister, aber auch die Fans des Spengler Cup werden dabei miteinbezogen und mit beeinflusst.

Die Nachhaltigkeits-Strategie wurde ursprünglich 2016 von einer Arbeitsgruppe bestehend aus internen und externen Mitgliedern erarbeitet. Darauf aufbauend führen die folgenden Personen diese Bemühungen fort:

- Marc Gianola, Jacqueline Kühne: Vertreter OK Spengler Cup und HC Davos

- David Solèr: Vertreter Gemeinde Davos und Destination Davos Klosters
- Nico Decurtins: externer Berater & Beauftragter für Nachhaltigkeit der Hockey Club Davos AG (HCD)

Marc Gianola – als CEO des HCD und gleichzeitig OK-Präsident des Spengler Cup – ist Teil der Arbeitsgruppe und mit ihm die starke Unterstützung der obersten Leitung.

2. Vision

Der Spengler Cup Davos ist der führende Schweizer Event im Bereich Sport, Unterhaltung und Marketing und setzt neue Massstäbe im Bereich Nachhaltigkeit.

Der Spengler Cup minimiert nicht nur Belastungen von Umwelt und Gesellschaft, sondern schafft gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Mehrwerte – einerseits für den Event selbst, aber auch für Partner, Besucher und die Region.

3. Ziele

Mit der Erstellung der Nachhaltigkeits-Strategie werden unter anderem folgende Ziele verfolgt:

- Schrittweise Reduktion der eingesetzten Ressourcen bei gleichzeitiger Erhöhung der Qualität des Spengler Cup
- Erfassung des ökologischen Fussabdrucks und Identifizierung der grössten Reduktionspotentiale
- Verbesserung des Images
- Steigerung des Wohlwollens und der Akzeptanz der verschiedenen Stakeholder gegenüber dem Spengler Cup
- Erreichung von Kostenreduktionen durch effizienteren Ressourcen-Einsatz
- Erkennen von neuen Risiken und Entwicklungschancen
- Gesteigertes Vertrauen von Sponsoren und Fans
- Beschaffung zusätzlicher Ressourcen (Geld- und Sachleistungen)

4. Strategische Zielsetzungen

Der Spengler Cup definiert verschiedene strategische Ziele in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Diese werden nachfolgend erläutert.

a. Umwelt

Nachhaltigkeitsthemen gewinnen in der Schweiz zunehmend an Bedeutung, das Umweltbewusstsein ist hoch und erneuerbare Energien sind gefragt. Die Nachfrage nach nachhaltig produzierten Produkten sowie nachhaltigen Dienstleistungen ist spürbar gestiegen. Der Spengler Cup setzt darum bereits heute verschiedene Massnahmen im Bereich Umwelt erfolgreich um und legt das Hauptaugenmerk insbesondere auf diese Themenfelder:



PRESENTING PARTNER



GOLD PARTNER



OFFICIAL BROADCASTER

- **Energieverbrauch & CO₂-Emission**

Ziel ist es, den benötigten Strombedarf jährlich zu reduzieren. Der Strom wird dabei aus 100% zertifizierten, lokalen, erneuerbaren Quellen bezogen. Um den nicht vermeidbaren Bedarf an Heizöl so klimaschonend wie möglich zu gestalten, wird Biodiesel verwendet. Für die Ermittlung der CO₂-Emissionen arbeitet der Spengler Cup mit Drittanbietern zusammen. Diese helfen auch, die relevanten Emissionsquellen zu ermitteln und entsprechende Reduktionsmassnahmen zu definieren.

Grundsätzlich werden prioritär Verminderungen angestrebt. Wo nicht anders möglich, kommen auch Kompensationen zum Einsatz. Dabei wird Wert daraufgelegt, zertifizierte Projekte mit einem möglichst lokalen Einflussgebiet zu unterstützen.

- **Mobilität**

Die Mobilität stellt in Sachen Nachhaltigkeit am Spengler Cup einen der wichtigsten Bereiche dar. Dies, weil er sich aus verschiedenen relevanten Komponenten zusammenstellt, welche in ihrer Summe einen beträchtlichen Fussabdruck hinterlassen. Dabei stehen Reisetätigkeiten der Fans, aber auch der Mannschaften im Fokus, die grösstenteils aus dem Ausland anreisen. Weiter gibt es während des Turniers ein hohes Verkehrsaufkommen, welches sich auch in Lärmemissionen niederschlägt.

Der Spengler Cup hat sich zum Ziel gesetzt, das Reiseverhalten der Zuschauer möglichst klimaschonend zu gestalten. Zuschauer sollen zu einem Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel bewogen werden. Entsprechende Angebote mit der Rhätischen Bahn, sowie ein Park&Ride Angebot zur Verminderung der Abgas- und Lärmemissionen in der Stadt zeugen davon. Ausserdem besteht seit Jahren eine enge Zusammenarbeit mit Reiscar-Unternehmen, welche grosse Fanggruppierungen sicher nach Davos und wieder nach Hause bringen.

Über den langjährigen Auto-Partner Skoda wird angestrebt, den Anteil elektrisch betriebener Fahrzeuge im Bereich VIP-Shuttle sukzessive zu erhöhen. Dazu sollen auch entsprechende Ladeinfrastrukturen bereitgestellt werden. Dies in Zusammenarbeit mit dem lokalen Elektrizitätswerk, welches bereits für 100% zertifizierten Davoser Strom während des Turniers sorgt.

Ein weiterer wichtiger Partner im Mobilitätsbereich ist Helvetic Airways. Die Schweizer Fluggesellschaft fliegt die drei ausländischen Teams und ihr Entourage in die Schweiz und wieder zurück. Dabei setzen sie 2021 erstmals auf den Flugzeugtypen Embraer E195-E2, welcher gegenüber seinem Vorgänger einen um 25% tieferen Treibstoffverbrauch pro Sitz hat. Auch sein Lärmaufkommen ist um 65% tiefer.

- **Abfallproduktion & Rohstoffverbrauch**

Ein Event wie der Spengler Cup generiert grosse Abfallmengen. Über saubere Trennungsmöglichkeiten sowie den Einsatz von rezyklierbaren oder biologisch abbaubaren Materialien soll der Fussabdruck möglichst klein gehalten werden. Wichtig ist die Messung der Abfallmengen, um jährliche Fortschritte erkennen und ausweisen zu können.

Eine gewisse Komplexität birgt die Situation, dass im Eisstadion, im Eisdome und im Fanzelt Abfall produziert wird. Hier wird eine bessere Abstimmung angestrebt, damit die Abfalltrennung und -entsorgung möglichst effizient von statten gehen kann.

- **Lokales & Regionales**

In sämtlichen Gastronomie-Bereichen wird Wert daraufgelegt, mit lokalen Partnern, Produzenten und Dienstleistern zu arbeiten. Dadurch können zum einen Transportwege kurzgehalten und zum anderen die lokale Wertschöpfung erhöht werden. Über die Gastro-Partner im Eisdome und im Fanzelt, sowie dank der langjährigen, guten Beziehungen zu unseren Lieferanten im Eisstadion, werden hier sukzessive Verbesserungen vorangetrieben. In regelmässigen Gesprächen werden diese Themen besprochen.

b. Gesellschaft

Der Spengler Cup genießt national und international grosse Sympathien. In Davos selbst ist der Event aber nicht nur gern gesehen; es sind auch immer wieder negative Stimmen zu hören, insbesondere in Bezug auf die Verkehrsbelastung und das generell hohe Besucheraufkommen während einer Zeit, die traditionell ohnehin schon zu den intensivsten des Jahres gehört. Aus diesem Grund ist es umso wichtiger, dass eine offene Kommunikation mit den Einheimischen gepflegt wird und diese in gewisse Entscheidungen mit einbezogen werden.

Im sozialen Bereich sind für den Spengler Cup folgende Aspekte relevant:

- **Zufriedenheit Anspruchsgruppen**

Hier stehen in erster Linie Fans, Bevölkerung und Sponsoren im Vordergrund.

Der Spengler Cup zeichnet sich auch dadurch aus, dass es Eishockey-Fans aus der ganzen Schweiz und dem nahen Ausland nach Davos lockt. Diesen wird mit Angeboten wie Live-Konzerten, einem Fanzelt oder verschiedenen Anreisemöglichkeiten ein möglichst unterhaltsamer, familiärer und sicherer Ort geboten.

Die lokale Bevölkerung hat durch die enge Beziehung zum HC Davos die Möglichkeit, sich das ganze Jahr über in Diskussionen, um den Spengler Cup einzubringen. Es wird auch viel Wert auf eine gute Beziehung zur örtlichen Politik gelegt. Zumal der Spengler Cup nur wenige Wochen vor dem Annual Meeting des World Economic Forum stattfindet und daher bestimmte Synergien bestehen.

Zahlreiche freiwillige Helfer aus der Region erhalten im Rahmen des Spengler Cup ausserdem die Gelegenheit, Teil des Traditionsanlasses zu sein.

Eine wichtige Anspruchsgruppe sind auch die Sponsoren. Den Organisatoren des Spengler Cup sind gute Beziehungen zu den langjährigen Sponsoren sehr wichtig. Darum findet auch ein regelmässiger Austausch auf verschiedenen Ebenen statt. Die Sponsoren werden eng in strategische Entscheide mit einbezogen und haben immer die Möglichkeit, eigene Ideen und Vorstellungen einzubringen – auch in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen. Im Nachgang an jedes Turnier werden die Befindlichkeiten und Rückmeldungen der Partner abgeholt.

- **Sicherheit & Prävention**

Der Spengler Cup soll ein friedlicher, sicherer und gesellschaftlich verbindender Event sein. Entsprechend wichtig ist die Zusammenarbeit mit den örtlichen Behörden.

Die Preisstruktur und Ticketing-Angebote machen aus dem Spengler Cup eine Veranstaltung, welche für jeden Fan und jede interessierte Person zugänglich ist. Wir möchten ein hochstehendes Fan-Erlebnis bieten – egal ob in der Fankurve, im Fanzelt oder im VIP-Bereich.

Präventionsmassnahmen im Bereich Alkohol- und Tabakkonsum werden entsprechend den gängigen Praktiken im Eventbereich ergriffen.



PRESENTING PARTNER



GOLD PARTNER



OFFICIAL BROADCASTER

- **Soziales Engagement**

Insbesondere durch die langjährige Beziehung zur Stiftung Greenhope engagiert sich der Spengler Cup auch stark im sozialen Bereich. Greenhope organisiert Events, um krebserkrankten Kindern und ihren Familien etwas Ablenkung und einige glückliche Momente zu ermöglichen. Dank der Charity-Partnerschaft mit dem Spengler Cup Davos kann Greenhope betroffene Familien und die Botschafter der Stiftung an den sportlichen Grossanlass in der Altjahrwoche nach Davos einladen.

Für die nächste Generation Eishockeyspieler organisiert der Hauptsponsor UBS seit vielen Jahren den Event «Jugend trainiert mit Spengler Cup-Stars». Kinder zwischen 8 und 12 Jahren erhalten die einmalige Gelegenheit, mit den Hockey-Cracks der nationalen und internationalen Spitzenmannschaften zu trainieren. Spieler aus allen sechs Teams stehen mit den Kids auf dem Eis. Die dafür zu vergebenden Plätze sind jeweils innert wenigen Tagen ausgebucht.

c. **Wirtschaft**

Davos hat eine kleingewerbliche Wirtschaftsstruktur. Das Turnier bietet die Chance, die lokalen Gewerbetreibenden aktiv einzubinden und zu Promotoren zu machen, auch wenn die Möglichkeiten am Spengler Cup verglichen mit jenen beim HC Davos aufgrund der internationalen Strahlkraft des Anlasses etwas kleiner sind. Es dominieren am Spengler Cup eher Grosskonzerne mit nationalem Wirkungsfeld. Nichtsdestotrotz profitiert gerade die Tourismus-Industrie stark vom Spengler Cup und seinen Gästen.

Im ökonomischen Bereich sind für den Spengler Cup folgende Aspekte relevant:

- **Regionale Wertschöpfung**

Über unsere zahlreichen lokalen Lieferanten generieren wir eine hohe Wirtschaftsleistung für die Region. Die teilnehmenden Teams werden zusammen mit ihrer Entourage in Davoser Hotelbetrieben untergebracht. Sponsoren und Zuschauer verbringen oftmals mehr als einen Tag in der Region und unterstützen so ebenfalls das lokale Gewerbe.

- **Sponsoring-Erträge**

Der Spengler Cup hat eine sehr klare Sponsoring-Struktur. Diese erlaubt es, die Bedürfnisse der Partner optimal zu befriedigen und eine maximale Aktivierungsmöglichkeit zu bieten. Viele Sponsoren sind seit Jahren dabei und garantieren dadurch eine nachhaltige Planung und kontinuierliche Verbesserung des Turniers. In Zukunft wird es unser Ziel sein, auch den Nachhaltigkeitsbestrebungen unserer Partner eine Plattform geben zu können.

Ausserdem möchten wir mit der gezielten Suche nach einem Nachhaltigkeitspartner eine Lücke schliessen, welche uns hinsichtlich unserer Bemühungen in diesem Bereich neue Möglichkeiten eröffnet. Wenn wir gerade in Sachen ökologischer Nachhaltigkeit einen Schritt weiterkommen möchten, brauchen wir einen starken Partner an unserer Seite.



5. Massnahmen

Um die genannten Ziele zu erreichen, werden bereits heute verschiedene Massnahmen umgesetzt. Über die [Spengler Cup Webseite](#) können diese eingesehen werden.

Eine zentrale Massnahme, welche alle Themengebiete umfasst, ist die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichtes im Nachgang an das Turnier. In diesem werden konkrete Kennzahlen kommuniziert, Vergleichsanalysen gemacht und Massnahmen vorgestellt, welche im Rahmen der Nachhaltigkeitsbemühungen des Spengler Cup besonders bemerkenswert sind.

In eine ähnliche Richtung geht, dass der HC Davos als Organisator des Spengler Cup bis jetzt keine Nachhaltigkeitsbemühungen ausgewiesen hat. Dies wird sich in Zukunft ändern. Damit können auch noch stärkere Synergien zwischen den beiden Organisationen geschaffen werden. So sollen die Nachhaltigkeitsziele und -Massnahmen auf einer gemeinsamen digitalen Plattform veröffentlicht werden, was die Sichtbarkeit und Reichweite der Bemühungen noch einmal erhöhen wird.

Die nachfolgende Liste zeigt, in welchen Bereichen wir zusätzliche, neue Massnahmen andenken und in welche Richtung wir Potentiale für die Zukunft sehen. Die Liste ist nicht abschliessend und wird laufend ergänzt.

Umwelt	Massnahmen
Energieverbrauch & CO2 Emissionen	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit mit Drittpartei zur CO2-Fussabdruckmessung • Weitere Optimierung von Lüftung und Heizung in der Halle • Überprüfung von Stromverbrauchsquellen in den temporären Infrastrukturen • Überprüfung von Lichtquellen und verstärkter Einsatz von LED (geplante Umstellung im Stadion innerhalb der nächsten 5 Jahre) • Konsequentes messen und jährliches ausweisen des Strom-, Heizöl- und Wasserverbrauchs.
Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Flugemissionen der teilnehmenden Teams reduzieren oder allenfalls gar kompensieren über Zusammenarbeit mit Airline Partner Helvetic Airways • Einsatz von Elektrofahrzeugen im Shuttle-Bereich dank Partner Skoda • Schaffung einer Ladeinfrastruktur für E-Autos in Zusammenarbeit mit der Gemeinde. • Weiterer Ausbau der Zusammenarbeit mit RhB und SBB, um noch mehr Fans auf den Zug zu bringen.
Abfallproduktion & Rohstoffverbrauch	<ul style="list-style-type: none"> • Abfallkonzept erstellen für Eisdome, Eishalle und Fanzelt • Erhöhung des Anteils biologisch abbaubarer Verpackungen • Konsequentes messen und jährliches ausweisen der Abfallmengen

Lokales & Regionales	<ul style="list-style-type: none"> • Gespräche mit Gastropartnern/Lieferanten/Dienstleistern führen, um die Themen Regionalität und Saisonalität zu behandeln.
Gesellschaft	Massnahmen
Zufriedenheit Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Feedback-Möglichkeiten für Fans und andere Anspruchsgruppen fliessen in die Kommunikationsplanung ein, werden aufgesetzt und kommuniziert.
Sicherheit und Prävention	<ul style="list-style-type: none"> • Enge Zusammenarbeit mit Sicherheitsfirmen, aber auch mit den lokalen Behörden.
Wirtschaft	Massnahmen
Berücksichtigung lokaler Produzenten / Dienstleister	<ul style="list-style-type: none"> • Austausch-Meeting mit den lokalen Produzenten und Anbietern initiieren und etablieren, um Zielsetzungen und Ansprüche zu definieren und kommunizieren.
Sponsoring-Erträge	<ul style="list-style-type: none"> • Konzept für die Akquise eines Nachhaltigkeitspartners erstellen • Regelmässiger Austausch mit bestehenden Sponsoren auch zum Thema Nachhaltigkeit. Ansprüche, Wünsche, Erwartungshaltungen abholen und verarbeiten.