



5-Tage Berglauf-Cup

Umweltkonzept

Das vorliegende Umweltkonzept beschreibt die Massnahmen für die Sicherstellung der Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit der Laufveranstaltung '5-Tage Berglauf-Cup'. Viele dieser Massnahmen sind in der Zusammenarbeit mit den Gemeinden, Anwohnern und Betrieben seit Jahren Bestandteil des Anlasses. Darüber hinaus ist der organisierende Verein 'Skiclub am Bachtel' im nordischen Skisport mit Sitz im Zürcher Oberland direkt mit den Auswirkungen des Klimawandels konfrontiert.

Das vorliegende Konzept wird jährlich überarbeitet. Die Massnahmen werden kompakt und einfach verständlich formuliert, um die Umsetzung sicherzustellen.

Management und Kommunikation

Die Massnahmen für die Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit werden mit dem "Eventprofil saubere Veranstaltung" geplant und verwaltet (www.saubere-veranstaltung.ch).

Im Organisationskomitee ist Christof Münch für das Umweltkonzept verantwortlich. Mit einem Masterabschluss Umweltwissenschaften ETHZ und seiner Tätigkeit in Digitalisierung und Nachhaltigkeit in einer grossen Bauunternehmung bringt er das notwendige Knowhow mit.

Material und Abfall

Das OK wird an der 2. OK-Sitzung ca. 2 Monate vor der Veranstaltung sowie am 1. Tag der Veranstaltung vom Umwelt-Verantwortlichen über die Massnahmen informiert und Verbesserungsvorschläge besprochen. Der Start-, Strecken- und Zielchef sind für die Umsetzung in ihren Resorts verantwortlich. Der Speaker informiert die Teilnehmenden während des Anlasses über die geltenden Bestimmungen. Das Umweltkonzept ist über die Website für die Öffentlichkeit zugänglich.

Sämtliche Getränke werden im Offenausschank in Kartonbecher ausgeschenkt, welche dann in separaten Behältern wieder gesammelt werden. Mit Ausnahme des Schlussabends fällt an der Laufveranstaltung kein weiterer Abfall an. Wir verzichten bewusst auf gesponserte Getränke in Petflaschen. Am Schlussabend wird auf Dekoration verzichtet, Alternativen zu Wegwerfgeschirr werden aktuell geprüft.

Wir staffeln den Druck von Flyern, um nur den notwendigen Bedarf zu decken. Für die Verteilung der Flyer gibt es eine Liste, an welche Partner welche Flyer verteilt werden. Der Hauptteil des Marketings wird digital abgewickelt.

Verkehr und Transport

Alle Starts sind maximal 5min von der nächsten Haltestelle des öffentlichen Verkehrs entfernt. Die Startzeiten werden so gelegt, dass der Start von Zürich und Winterthur aus im Feierabend mit dem ÖV zeitlich gut erreichbar ist. In einem auf der Website verfügbaren Booklet sowie auf Social Media sind die Verbindungen ab Zürich, Winterthur und Rapperswil per QR-Code abrufbar, die Strecke von der Haltestelle zum Startort ist beschrieben.

Veloparkplätze sind an allen Etappenorten genügend vorhanden. Ein Teil der Teilnehmer reist mit dem Fahrrad an, teils von weit her und als Teil des Trainings. Diese Stories wollen wir über Social Media bewusst vermarkten.

Wo es geht werden emissionsfreie Fahrzeuge verwendet. Auf die Ausgabe 2025 hin konnte mit einer lokalen Garage als Partner ein E-Auto als vorausfahrendes Fahrzeug organisiert werden.

Energie und Infrastruktur

Der Anlass verbraucht ausser der Speakeranlage keinen Strom und keine mobile Energieversorgung.

Ausser Absperrgitter, einfachen Zelten und Tischen sowie dem Aufhängen von Blachen wird keine Infrastruktur aufgebaut und bestehende Toiletten mitgenutzt.

Natur und Landschaft

Die Strecke verläuft ausschliesslich auf dem bestehenden Wegnetz. Start- und Zielbereich liegen auf bestehenden, befestigten Plätzen. Punktuell werden temporäre Wiesenparkplätze in Absprache mit den Landwirten genutzt. Die Verpflegungsposten liegen nicht in unmittelbarer Nähe von Naturräumen. Abfall von Gels, Getränken etc fällt aufgrund der übrigen Strecke aufgrund der kurzen Distanz kaum an.

Es werden keine Lichtanlagen benutzt. Die Beschallung wird auf ein Minimum reduziert und erfolgt über mobile Lautsprecherboxen, welche während dem Anlass vom Start- in den Zielbereich transportiert werden.

Für jeden Etappenort sind bestehende Gebäude (Restaurants, leerstehende Nebengebäude etc) vorgesehen, welche im Fall eines Extremereignisses Mensch und Infrastruktur Schutz gewähren.

Lebensmittel

Ausser Sponsor-Getränken und Wasser wird nur am Schlussabend ein Menu als Abendessen und selbstgemachter Dessert serviert. Dementsprechend ist das Nachhaltigkeitspotential hier beschränkt.

Nebst einer Socke werben wir mit Produkten von lokalen Produzenten im Finisherbag für den Anlass. In Zusammenarbeit mit der Standortförderung ZüriOberland werden so lokale Produzenten und Produkte gefördert.

Gesundheit und Prävention

Die Konsumation von Tabakwaren und Alkohol ist an diesem Laufanlass ohne grosse Festwirtschaft von untergeordneter Bedeutung resp ist weitgehend inexistent. Dennoch werden am Schlussabend gezielt Massnahmen von cool and clean umgesetzt, z B mit dem Verzicht auf Werbung oder das Verteilen von alkoholhaltigen Finisherpreisen.



Barrierefreiheit und sozialer Zusammenhalt

Für den Lauf besteht ein Sicherheitskonzept, während dem Lauf ist jedes OK-Mitglied im Besitz einer kompakten Kurzversion. Ein lokaler Samariterverein sorgt für die medizinische Versorgung bei Notfällen.

Der 5-Tage Berglauf-Cup positioniert sich bewusst als Veranstaltung für Kinder und Familien und bietet günstige Konditionen an. Kinder laufen ab 6 Jahren auf derselben Strecke wie die Erwachsenen mit und sorgen zusammen mit den Eltern und Geschwistern am Streckenrand für eine familiäre Atmosphäre. Jugendabteilungen von lokalen Vereinen werden angeschrieben, der 5-Tage Berglauf-Cup ist mittlerweile Teil des Trainingsprogramms von verschiedenen Vereinen.

Menschen mit Behinderung sind schon seit längerer Zeit Teil des Helfer-Teams und der Läuferstaffel. Ab 2025 wird mit der ZüriOberland Funweek eine zusätzliche Kategorie angeboten, welche unter anderem auch Läufer mit einer Behinderung die Möglichkeit gibt, mit den gleichen Benefits unter einfacheren Bedingungen mitzumachen.

Zudem wird der Kontakt zu Stiftungen und Organisationen gesucht, 2025 werden beispielsweise die Finisher Bags zusammen mit der Stiftung Vivazzo abgefüllt.

Die Anwohner werden vorgängig mit einem Infoschreiben vorgängig informiert. Das Engagement der Helfer wird unter anderem mit T-Shirts verdankt.

Wirtschaft

Auf die Vermarktung der Region, regionalen Partner und Restaurationsbetrieben wird grossen Wert gelegt.

Der Finisher-Bag mit Produkten von lokalen Produzenten wird zusammen mit der Standortförderung ZüriOberland mit einer separaten Social Media Kampagne vermarktet. Die Restaurationsbetriebe an den Zielorten werden jeweils über Socialmedia, die Website und vom Speaker vorgestellt. Das Sponsorenkonzept legt den Fokus auf die Unterstützung durch lokale Unternehmen.