



FC PlayFair!

Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e. V.

Situationsanalyse
Nachhaltigkeit
Bundesliga 2022/23

Vorwort



Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 des FC PlayFair! e.V. ist da! Unser Dritter!

Herzlich Willkommen und vielen Dank, dass Du wieder reinschaust. Es lohnt sich. Es wird spannend. Seit unserem zweiten Bericht vor einem Jahr hat sich viel getan: Die DFL hat die Nachhaltigkeitskriterien für die Lizenzierung eingeführt. Die Liga und die Clubs haben verstanden, dass sie nachlegen müssen und dass Nachhaltigkeit eine zentrale Erwartung der Gesellschaft auch an den Fußball ist. Insbesondere an das Aushängeschild Bundesliga. Das ist gut.

Im letzten Jahr ist so einiges passiert: Die DFL hat die erste Stufe der Nachhaltigkeitskriterien für die Bundesliga und die 2. Bundesliga gezündet. Noch ist das ein großer bürokratischer Papiertiger, aber damit wird in den Vereinen die Grundlage für systematische Nachhaltigkeitsarbeit gelegt. Viele Vereine haben mittlerweile professionelle Strukturen für CSR und Nachhaltigkeit aufgebaut und ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt.

Allerdings muss die Liga aufpassen, dass sie mit dem gewohnten Marketing-Sprech nicht mehr verspricht, als sie tatsächlich halten kann. Die Klage der Umwelthilfe gegen einen Verein der Bundesliga wegen der irreführenden Behauptung der „Klimaneutralität“ ist Beleg dafür. Einfach nur Ökostrom einkaufen und dann „wir sind klimaneutral“ rufen, reicht schon lange nicht mehr aus. Für echte Klimaneutralität muss einerseits der Energieverbrauch reduziert werden (z.B. durch LED-Flutlicht) und die Energieversorgung konsequent auf echte regenerative Quellen wie Photovoltaik und Wärmepumpen umgestellt werden. Auch bei der Fan-Mobilität, insbesondere auf Auswärtsfahrten, bleibt noch viel zu tun. Hier muss die weitere Umstellung vom Auto auf den öffentlichen Nah- und Fern-Verkehr gelingen.

Nach wie vor bemerkenswert ist das Engagement aller Clubs, der Liga und des DFB für Vielfalt, Respekt und Toleranz in unserer Gesellschaft. Hier hat der Fußball in den letzten Jahren sehr klar den Ton im gesellschaftlichen Diskurs gesetzt und Vielfalt und Integration nicht nur als Lippenbekenntnis formuliert. Da passt letztlich auch der Rückzug der Bayern aus dem unseligen Katar-Engagement ins positive Gesamtbild.

Aber auch beim Thema Führung und Governance tut sich etwas in den Clubs und in der Liga. Erste Clubs haben den Sports Governance Kodex akzeptiert und richten ihre Abläufe, Regeln und Strukturen darauf aus. Dadurch werden Transparenz, faire Teilhabe und Mitbestimmung, Risikomanagement sowie ethisches Geschäftsverhalten gestärkt. Aber auch die Eigentümer-Strukturen der Clubs stehen auf dem Prüfstand: Abweichungen vom DFB-Idealbild des mehrheitlich von den Mitgliedern geführten Vereins (50+1) werden kritisch hinterfragt. Die Ausnahmeregelungen für Wolfsburg, Hoffenheim und Leverkusen wurden vom Bundeskartellamt als „Wettbewerbsverzerrung“ benannt, die DFL hat mittlerweile darauf reagiert.

Es ist spannend zu sehen, wie innerhalb eines Jahres doch viele Entwicklungen voranschreiten. Es bleibt aber noch viel zu tun. Als FC PlayFair! schauen wir kritisch aber immer wohlwollend und motivierend auf diese Entwicklung in den Clubs und in der Liga.

Viel Spaß beim Lesen.

Jörn Kleinschmidt

1. Vorsitzender des FC PlayFair! e.V.

Über den FC PlayFair! e.V.

Fußball verbindet Menschen und vermittelt Werte. Fußball ist jede Woche der emotionale Fixpunkt für Millionen von Menschen in unserem Land.

Der FC PlayFair!, Verein für Integrität und Nachhaltigkeit im Fußball e.V., wurde 2017 auf Initiative von Claus Vogt, heute Präsident des VfB Stuttgart 1893 e.V., gegründet. Mit unseren bundesweit verteilten Mitgliedern aus unterschiedlichsten Bereichen und Vereinen, fördern wir aktiv die gesellschaftliche, integrative und soziale Kraft des Fußballs. Wir zeigen Probleme auf und bringen Fans, Vereine, Funktionäre und Verbände an einen Tisch. Es war Zeit, dass Fans eine Stimme und Vereinsfunktionäre einen neutralen und unabhängigen Ansprechpartner bekommen. Damit gemeinsam bessere Lösungen gefunden werden. Über wissenschaftliche Studien und Konzepte, Umfragen zu fußballspezifischen Themen, Nachhaltigkeitsberichte bis hin zu Workshops und Fußballcamps versuchen wir als FC PlayFair! ein Bessermacher zu sein und nicht Besserwisser. Unser Anspruch ist es, die Kultur des Fußballs zu bewahren, seine Zukunft zu gestalten und Sportsgeist zu leben.

In einer groß angelegten Studie haben wir über 17.000 Fußball-Fans befragt und wichtige Erkenntnisse für die zukünftige Entwicklung des Profifußballs gewonnen. Zentrale Botschaft der befragten Fans ist es, die Kommerzialisierung im Fußball zu begrenzen und nachhaltige Strukturen zum Erhalt der Integrität des Wettbewerbs zu etablieren.

Mit Umfragen zum Videobeweis, zu Anstoßzeiten und zu den Geisterspielen in der Corona-Pandemie haben wir immer wieder die Hand am Puls der Fußball-Fans im Stadion und geben deren Positionen wieder. Als geschätzter Ansprechpartner sind wir im regelmäßigen Austausch mit anderen Fan-Organisationen, vielen Vereinen und auch dem DFB.

Unser Nachhaltigkeitsbericht der Fußball Bundesliga zeigt nachhaltige Best Practices der Liga auf und gibt Orientierung für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeit in den Clubs.

Wir engagieren uns aber auch ganz besonders für Kinder und Jugendliche. Es ist uns besonders wichtig, ihnen ein tragfähiges Fundament an Werten und Grundhaltungen für den Sport und darüber hinaus mitzugeben. Mit unseren Fußball-Camps wollen wir den Kindern auf und neben dem Platz einen guten Start in den Sport und ins Leben vermitteln.

Zu vielen aktuellen Themen beziehen wir Position und vertreten dort auch unbequeme Meinungen.

Mitmacher und Bessermacher sind im FC PlayFair! e.V. jederzeit herzlich willkommen. Wir bieten auch gerne Praktika für junge Menschen an. Gerne könnt ihr Kontakt mit unserem Marcel aufnehmen.

Wie dieser Bericht entstand

Nach unseren ersten zwei Berichten gab es Lob und Kritik: Viel Lob, dass wir uns die Mühe gemacht haben, die Aktivitäten der Bundesliga-Vereine zu erfassen, zu analysieren und Highlights vorzustellen. Es gab aber auch Kritik am Rating der Vereine mit einem Ampelsystem. Dieses Rating erschien nicht nachvollziehbar und zuweilen subjektiv. Daher verzichteten wir bewusst auf ein Ranking und beschränken uns tatsächlich auf Highlights der Clubs, die als gutes Beispiel und Vorbild vorangehen. In unseren Analysen machen wir aber auch unsere Erwartungshaltung gegenüber den Clubs klar, abhängig davon, wie sie sich bisher engagiert haben und was für ein Potential zur nachhaltigen Veränderung wir sehen. Von den großen und reichen Clubs erwarten wir dabei mehr als von den kleinen Clubs in der Liga.

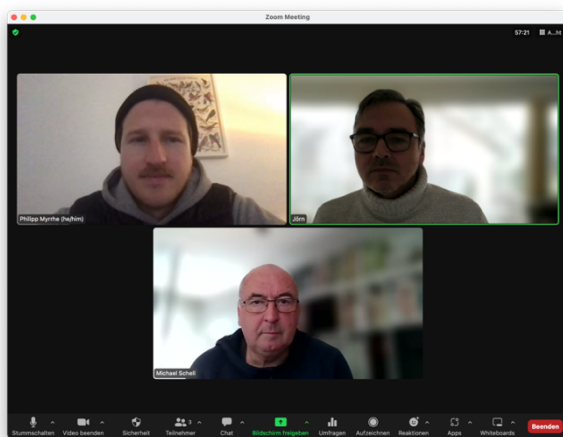
Unser Bericht 2023 besteht in diesem Jahr aus drei Teilen:

Teil 1: Das Nachhaltigkeitskonzept der DFL: Ein guter und wichtiger Schritt. Wir zeigen noch weitere Chancen und Potentiale auf. Jetzt müssen konkrete Maßnahmen her!

Teil 2: Das Bundesligajahr im nachhaltigen Rückblick: Was gab es in den einzelnen Monaten zu berichten? Hier kann sich jeder etwas anschauen. Nachmachen ausdrücklich erwünscht.

Teil 3: Die Vereine der Bundesliga im Portrait. Wo stehen die einzelnen Clubs? Was machen sie gut? Wo haben sie sich verbessert? Welches Potenzial gibt es für weitere, nachhaltige Verbesserungen?

An diesem Bericht haben wir kontinuierlich gearbeitet. Das Team bestand aus:



Philipp Myrrhe, unserem pffigen Praktikanten und Lautern-Fan, der die Ergebnisse unserer Analysen regelmäßig auf Social Media teilt. Philipp studiert Soziale Arbeit und lebt in Hannover.

Michael Schell, langjähriger Geschäftsführer und Unternehmensberater aus Stuttgart, der über ein Bundesliga-Anekdoten-Elefanten-Gedächtnis verfügt und sich seit vielen Jahren aktiv im FC PlayFair! engagiert.

Jörn Kleinschmidt, Vorsitzender des FC PlayFair! und Sportökonom. Hat erste Bundesligaluft auf der Bielefelder Alm geschnuppert hat und folgt heute dem VfB Stuttgart.

Bevor wir uns in die Berichte stürzen, formulieren wir unsere grundsätzliche Erwartungshaltung an einen nachhaltigen Club und dann im speziellen für jeden einzelnen Club. Dabei berücksichtigen wir auch - natürlich ganz subjektiv - die Ausgangsposition der Clubs: An die großen, finanzstarken Clubs im internationalen Geschäft legen wir höhere Maßstäbe an als an die Aufsteiger und bunten Mäuse im Mittelfeld der Liga. Und natürlich schauen wir auch auf die Schwächen der Clubs. Die schlechten Beispiele werden ja normalerweise nicht in der Kategorie Nachhaltigkeit berichtet und stehen auch nicht in unserer Datenbank. Daher achten wir auf diese Themen besonders und benennen sie entsprechend.

Als Basis für den Bericht dient unsere ausführliche Datenbank, die fast alle kommunizierten Maßnahmen der Liga bis zum Stand 31.07.2023 enthält. Die Datenbank wird regelmäßig aktualisiert, da laufend neue Maßnahmen dazukommen und alte Maßnahmen von den Clubs zum Teil nicht mehr kommuniziert werden.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Über den FC PlayFair! e.V.	3
Wie dieser Bericht entstand	4
Inhaltsverzeichnis	5
Das Nachhaltigkeitskonzept der DFL – ein Schritt in die richtige Richtung	6
Das Bundesligajahr im nachhaltigen Rückblick	9
Best Practices der Liga – Nachmachen ausdrücklich erwünscht!	31
Die Vereine der Bundesliga 2022/23 – im Portrait	33
Hertha BSC Berlin	35
FC Schalke 04.....	36
VfB Stuttgart 1893.....	37
FC Augsburg	38
VfL Bochum 1848	39
SV Werder Bremen.....	40
TSG Hoffenheim	41
1. FC Köln.....	42
Borussia Mönchengladbach	43
1. FSV Mainz 05	44
VfL Wolfsburg.....	45
Eintracht Frankfurt.....	46
Bayer 04 Leverkusen	47
SC Freiburg	48
1. FC Union Berlin.....	49
RB Leipzig	50
Borussia Dortmund	51
Bayern München.....	52
Schlusswort	53

Das Nachhaltigkeitskonzept der DFL – ein Schritt in die richtige Richtung

Auch die Deutsche Fußball Liga, DFL, hat das Ziel, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung im Umgang mit sozialen und ökologischen Herausforderungen gerecht zu werden und eine Vorbildfunktion einzunehmen. Mit der Verankerung des Themenblocks Nachhaltigkeit innerhalb der **Lizenzierungsordnung** der DFL, versucht sie, dieser Verantwortung nachzukommen: Durch die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die jährliche Lizenzierung werden die Klubs der Lizenzligen zum Handeln in diesem Bereich gezwungen. Ziel der DFL ist es hierbei auch, nachhaltiges Handeln im Bewusstsein breiter Bevölkerungsschichten zu etablieren und dies innerhalb der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) gleichermaßen. Als Ausgangspunkt für aktives, nachweisbares und so gleich transparentes Handeln der Klubs gilt die neue Nachhaltigkeitsrichtlinie der DFL im Rahmen der Lizenzierungsordnung. Durch die Richtlinie wird zum einen ein gesamtheitlicher Mindeststandard für alle Klubs sichergestellt, zum anderen werden gleichzeitig Gestaltungsformen für Entwicklungspotenziale in der Zukunft aufgezeigt.

Durch die Ausformulierung der **Nachhaltigkeitsrichtlinie** liefert die DFL den Vereinen einen Leitfaden, mit dem die Klubs die Herausforderung der Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen bewältigen sollen. Um der Richtlinie eine klare Struktur zu geben, kategorisiert die DFL in drei Hauptthemen, gemäß der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, und jeweils 7-8 differenzierte Unterthemen.

1 CLUBFÜHRUNG & -ORGANISATION	2 UMWELT UND RESSOURCEN	3 ANSPRUCHSGRUPPEN
1.1 Strategie	2.1 Umwelt & Ressourcenmanagement	3.1 Einbezug & Austausch
1.2 Organisation	2.2 Gebäude und Infrastruktur	3.2 Diversität & Inklusion
1.3 Compliance & Verhaltenskodex	2.3 Mobilität	3.3 Personal
1.4 Finanzen	2.4 Energie	3.4 Gesundheit & Sicherheit
1.5 Lieferkettenmanagement	2.5 Lebensmittelmanagement	3.5 Spieler/innen
1.6 Digitalisierung & Innovation	2.6 Wasser	3.6 Fans
1.7 Führung & Kultur	2.7 CO2-Emissionen	3.7 Gesellschaftliches Engagement
1.8 Kommunikation & Transparenz	2.8 Abfallmanagement	

Abbildung: Themenfelder der DFL-Nachhaltigkeitsrichtlinie in drei Dimensionen. Quelle: Anhang XIV zur LO der DFL vom 31. Mai 2022, S. 2.

Die drei großen Themenbereiche (Clubführung & Organisation, Umwelt und Ressourcen, Anspruchsgruppen) spiegeln die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) wider. Durch die Einteilung in die jeweiligen Unterthemen, sowie die explizite Kategorisierung, entsteht für die Vereine ein gesamtheitlicher Standard, der transparent und für alle Vereine der DFL gleich ist.

Da die Implementierung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen schrittweise erfolgen soll, um keinen Verein mit den Anforderungen zu rasch zu überfordern werden die einzelnen Maßnahmen innerhalb der Unterthemen in verschiedene Kategorien eingeteilt. Hierbei wird unterschieden in „**Mindestkriterien I**“, „**Mindestkriterien II**“ und „**Erweiterte Kriterien**“, welche inhaltlich aufeinander aufbauen. Der Unterschied innerhalb der Kategorien liegt hierbei im zu erfüllenden Zeithorizont für die Klubs. Die in Summe 39 Anforderungen, welche zu den Mindestkriterien I zählen, sind bereits verpflichtend zum Lizenzierungsverfahren der Saison 2022/23 zu erbringen. Die Erfüllung der 78 Mindestkriterien II wird bereits ab Beginn der Spielzeit 2023/24 zum 01. September verpflichtend. Das ist ein sehr sportlicher Zeitplan!

Das Ziel ist eine stetige Weiterentwicklung und Optimierung der Richtlinie basierend auf den Daten und Erkenntnissen, die die Vereine bei der Implementierung sammeln. Gleichzeitig ist die DFL darauf

bedacht die Vereine nicht zu überfordern. Die Herausforderung dabei ist, dass Vereine aus allen drei Profiligen mit unterschiedlichen Ressourcen die Lizenzierungsordnung zu erfüllen haben. Weiter ist es die Absicht der DFL in naher Zukunft die bisher nicht konkretisierten „Erweiterten Kriterien“ zu etablieren, die sich bei Erfüllung durch besondere Anreize (finanziell oder nicht finanziell) auszeichnen sollen.

Zentraler Bestandteil und aus Nachhaltigkeitsperspektive besonders interessant, ist die ökologische Dimension der DFL-Richtlinie. Diese findet sich in der Lizenzierungsordnung der DFL innerhalb des Hauptthemas „Umwelt und Ressourcen“ wieder. Um die Themengebiete klar voneinander abgrenzen zu können und die zu Grunde legende Motivation des jeweiligen Unterthemas verständlich zu machen, stellen wir daraus exemplarisch die Unterthemen **Mobilität** und **Energie** mit ihren jeweiligen Mindestkriterien I und II dar.

Mobilität - Mindestkriterien I:

- Nachweis einer Mobilitäts- und Verkehrsanalyse
- Nachweis über das Vorhandensein eines klima- und umweltfreundlichen Mobilitätskonzeptes
- Nachweis zur Durchführung über mindestens zwei Projekte zur Förderung von nachhaltiger Fan-Mobilität

Mobilität - Mindestkriterien II:

- Mobilitäts- und Verkehrsanalyse mit spezifischen Bestandteilen aus Standort Stadion, Messung der Zuschauerbewegungen (Anzahl, Uhrzeit und Nutzung der Verkehrsmittel), Analyse der Wahlentscheidung bzgl. Auto, Elektro-Auto, ÖPNV, Fahrrad oder andere, Rahmenbedingungen der Verkehrsmittel (z.B. Wege, Parken etc.), Kooperationen mit Verkehrsanbietern, Optimierungsmöglichkeiten der Wahlentscheidung, Eigentumsverhältnisse der Stadien/Flächen mit Handlungsspielräumen, Zugänglichkeit des Grundstücks, Bestandsaufnahme der Treibhausgasemissionen nach dem GHG Protokoll.
- Erstellung eines Mobilitätskonzept, welches die spezifischen Bestandteile Mobilitätsarten, Rahmenbedingungen Stadion (Haltestellen, Fahrradkeller/- Garage, Parkplätze), Analyse des Mobilitätsverhaltens enthält.
- Bewertung des Mobilitätskonzepts durch externen Auditor.
- Feststellung der Größe vom Anteil der Elektrofahrzeuge in Bezug auf den club-eigenen Fuhrpark (Angabe in %).

Energie - Mindestkriterien I:

- Nachweis zur Durchführung einer jährlichen Messung über den Energieverbrauch der Geschäftstätigkeit des Clubs, welche in fossile und erneuerbare Energie aufgeschlüsselt ist. Die Messung sollte mindestens die Bestandteile Energieverbräuche (Strom und Wärme) von genutzten Gebäuden und den Treibstoffverbrauch von Fahrzeugen enthalten.

Energie - Mindestkriterien II:

- Erstellung eines Konzepts zum Thema Energiemanagement mit den Mindestbestandteilen Erhöhung der Energieeffizienz, Reduktion des Energieverbrauchs und Energiegewinnung aus regenerativen Energien.
- Definition eines spezifischen, messbarem und zeitlich terminierten Ziels zur Reduktion des Energieverbrauchs.
- Durchführung von mindesten einer jährlichen Maßnahme zur Reduktion des Energieverbrauchs und der Erhöhung des Anteils von erneuerbaren Energien.

Die differenzierten Anforderungen an die Clubs sind grundsätzlich zielführend, auch wenn die schiere Anzahl der Themen insbesondere in den ersten Jahren für viel Aufwand, z.B. auch für externe Audits, in den Clubs sorgen wird.

Ein besonderer Webfehler scheint aber bei der Erhebung und Bewertung der Fanmobilität vorzuliegen. Jeder Verein ist hier gefordert, die Zuschauerbewegungen zu erfassen. Das heißt, dass jeder Verein die Mobilitätsverhalten aller 17 Gästefan-Gruppen erfassen muss. Das ist unglaublich aufwendig. Viel sinnvoller wäre es gewesen, wenn jeder Verein nur das Mobilitätsverhalten der eigenen Fans auf ihren Auswärtsfahrten analysieren würde. Da hätte es „nur“ eine ausführliche Analyse bedurft statt ganzen 17! Aber dass kann die DFL sicher ändern, oder?

Durch die Einführung von expliziten Nachhaltigkeits-Kriterien für die Erteilung der Lizenz zur Teilnahme am Spielbetrieb der DFL-Ligen (Bundesliga und 2. Bundesliga) macht die DFL aber einen konsequenten Schritt von empfehlenden Richtlinien und freiwilligen Vorleistungen hin zu einem verbindlichen Regelwerk. Damit ist grundsätzlich der Rahmen geschaffen, um die Teilnahme am Spielbetrieb an die Erfüllung von verbindlichen Nachhaltigkeits-Kriterien zu knüpfen. Die Stand 2023 noch nicht definierten „erweiterten Kriterien“ schaffen darüber hinaus die Möglichkeit, die Lizenzierung-Anforderungen dynamisch an gesellschaftliche und ökologische Entwicklungen oder Notwendigkeiten anzupassen. Auch wäre die DFL mit diesem offenen Konzept zukünftig in der Lage, strategische Handlungsfelder der Nachhaltigkeit spezifisch zu adressieren und somit bewußt Schwerpunkte zu setzen.

Viele andere Sport-Organisationen versuchen bisher noch Nachhaltigkeit nur auf Basis freiwilliger Empfehlungen und Leitfäden voranzutreiben. Die DFL ist durch die Verbindlichkeit der Regulierung ein Vorreiter unter den global relevanten Sportorganisationen. Bei all dem Lob für diesen mutigen Schritt der DFL dürfen aber auch aufmunternde und inspirierende Worte der Kritik an dieser Stelle nicht fehlen.

Die 78 Mindestkriterien stehen unpriorisiert nebeneinander und erfordern einen hohen Aufwand zur Bearbeitung und Beantwortung. Wir hätten uns eine stärkere **Priorisierung**, ausgerichtet an wenigen zentralen gesellschaftlichen Handlungsfeldern gewünscht. Hier steht das Thema Klimaschutz aktuell im Vordergrund: Die Vereine müssen ihren CO₂-Fußabdruck weiter reduzieren.

Darüber hinaus wünschen wir uns weniger Berichterstattung sondern eine stärkere Fokussierung auf echte **Maßnahmen** und das Setzen messbarer und handlungstreibender **Ziele**. Auch eine Liste der nachhaltigen **No-Go's** wäre absolut hilfreich. Die Vereine müssen vom Berichtsmodus in den Handlungsmodus kommen. Wir brauchen in der nachhaltigen Bundesliga weniger Besserwisser sondern mehr Bessermacher.

Das Bundesligajahr im nachhaltigen Rückblick

Die 36 Vereine der 1. und 2. Bundesliga berichten auf der **DFL-Seite** [„Bundesliga wirkt“](#) laufend über ihr gesellschaftliches und soziales Engagement. Erste Beiträge stammen schon aus 2019, doch mit der Aufnahme der Nachhaltigkeit in die Lizenzierungskriterien der DFL hat das Thema in der Saison 22/23 noch einmal richtig Schwung aufgenommen.

Wir haben dieses Engagement über das gesamte Spieljahr begleitet und monatlich in einem Blog kommentiert. Inwieweit werden die Bundesligavereine ihrer gesellschaftlichen Bedeutung und Verantwortung gerecht? Was ist besonders erwähnenswert, woran können sich andere Vereine ein Beispiel nehmen? Nicht immer waren es die großen und spektakulären Maßnahmen, manchmal kann man im Kleinen Gutes bewirken und auch ohne riesige Ressourcen nachhaltiges Wirken anstoßen.

Von Juli 2022 bis Juni 2023 sind in diesem Portal **insgesamt 940 Aktivitäten** für die beiden Bundesligen gelistet. Der Durchschnittswert ist bei den Erstligisten mit 29,4 Aktionen pro Verein deutlich höher als bei den Zweitligisten mit 23,8. Ausdruck von leistungsfähigeren CSR-Organisationen oder auch eine geschicktere Vermarktung?

Die reine Zahl ist wenig aussagekräftig – sind doch hier umfangreiche Hilfsangebote oder die klimaefiziente Umrüstung eines Stadions gleichrangig mit kleineren sozialen Angeboten aufgeführt. So wurde beispielsweise auch schon mal der Besuch eines Kochevents mit sieben Mädchen aus einem Heim von einem Zweitligisten gemeldet.

Bleiben wir trotzdem kurz bei den Zahlen. Spitzenreiter sind in dieser Aufstellung der **FC Schalke 04**, der **1. FC Köln** und der **SV Werder Bremen**. Diese Vereine haben jeweils über 40 Beiträge im Lauf der Saison eingebracht und stehen nicht nur für Quantität, sondern auch für Qualität. Schalke deckt eine große Bandbreite an sozialen Themen ab und stellt immer wieder den Bezug zur **Tradition im Revier** her. Damit wird die Hilfe eindrücklicher und nachdrücklicher, als wenn „nur“ Spendenschecks für wohltätige Zwecke ausgestellt werden.

Der 1. FC Köln hat neben den üblichen Themen wie Unterstützung in Not, Inklusion, Erinnerungskultur und Förderung benachteiligter Kinder und Erwachsener in diesem Jahr einen besonderen Schwerpunkt bei der **Ukraine-Hilfe** gesetzt. Vorbildlich, wie sich das nicht nur auf eine einmalige Spendenaktion bezog, sondern Geflüchtete über lange Zeit begleitet und bei der Integration mit vielfältigen Angeboten unterstützt wurden.

Werder Bremen nimmt nicht nur an vielen sozialen Aktivitäten teil und positioniert sich intern wie extern deutlich gegen Rassismus und für Diversität und Inklusion, sondern spendet als erster deutscher Profiverein im Rahmen der globalen **Common Goal**-Bewegung ein Prozent der Sponsoring- und Ticketingehinahmen. Über die Verwendung entscheiden Mitglieder und Fans.

Bemerkenswert sind auch Aktionen, bei denen sich Vereine zusammenschließen, um Gutes zu tun – getreu dem Motto „In den Farben getrennt – in der Sache vereint“, zu beobachten beispielsweise bei der schnellen **Hilfe für die Erdbebenopfer** im Grenzgebiet zwischen der Türkei und Syrien. Manchmal erfolgt das sogar sportartübergreifend mit Handball-, Basketball- oder Eishockeyteams aus einer Stadt oder Region.

Die 5 Vereine am unteren Ende der „Nachhaltigkeitstabelle“ – zumindest was die Anzahl der Berichte auf der „Bundesliga wirkt“-Seite angeht – sind mit jeweils weniger als 20 Beiträgen vertreten, Schlusslicht **FC Bayern München** schafft mit 11 Artikeln im Schnitt knapp eine Aktion pro Monat. Kurioserweise sind die anderen 4 Vereine ebenfalls im Spitzenfeld der sportlichen Tabelle zu finden: **Bayer 04 Leverkusen**, **Eintracht Frankfurt**, **RB Leipzig** und **Union Berlin**. Da ist sicherlich bei allen noch Luft nach oben!

Apropos Luft nach oben... Nachhaltiges Handeln ist ein Prozess und die Bundesligisten sind auf einem guten Weg der kontinuierlichen Entwicklung. Doch aus unserer Sicht gibt es auch **einige Kritikpunkte**:

- Die Fußballbundesliga ist ein **5 Milliarden Business**. Vor allem für einige finanzstarke Vereine aus der ersten Liga stellt sich da schon die Frage, ob nicht mehr für gesellschaftliches Engagement eingesetzt werden kann. So gibt auch fast die Hälfte der Erstligisten über 10 Mio Euro im Jahr für Berater aus. Da relativieren sich einige karitative Engagements.
- Wenn bei einem **Charity Golfturnier** mit über 100 Teilnehmern und mit Fußballprominenz 12.000 Euro für einen guten Zweck zusammenkommen – ist das dann ein berichtenswerter Spendenerfolg?
- Manche **Aktionen mit Kindern** betreffen die rein sportliche Förderung der eigenen Jugendspieler. Persönlichkeitsbildende Maßnahmen, Bewusstsein für gesellschaftliche Themen, Umgang mit Inklusion und Diversität sehr gerne – aber reine Fußballausbildung von Kindern und Jugendlichen für den eigenen Nachwuchs ist kein soziales Engagement. Auch Spaßveranstaltungen für jugendliche Fans sind mitunter eine Gratwanderung, die Gewinnung von neuen Kunden sollte dabei nicht im Vordergrund stehen.
- Viele gute Taten werden von **Mitgliedern und Fans** angestoßen und ausgeführt, oftmals direkt vom organisierten Anhang aus der Kurve. Spenden kommen vielfach von den Fans (Stichwort „Becherpfand“), nicht von den Clubs. Lobenswert, dass die Vereine dies unterstützen und allein schon durch ihre Strahlkraft zum Gelingen beitragen, in den medienwirksamen Veröffentlichungen sollten die „wahren“ Initiatoren aber gebührend genannt und nicht nur im Nebensatz erwähnt werden.
- Die Menge an **Nachhaltigkeitszertifizierungen, Labels und Auszeichnungen** durch mehr oder weniger bekannte und mehr oder weniger kommerzielle Organisationen ist kaum noch überschaubar. Der einfache Fan kann das weder überblicken noch beurteilen. Was bedeutet beispielsweise ein internationaler „Ethics in Sports Award“, den ein Bundesligist in Bangalore, Indien, auf einer Konferenz verliehen bekommt, bei der Sepp Blatter als Key Note Speaker zugeschaltet ist? Die DFL könnte hier Standards und Normen setzen, zumindest sollten Kriterien der Ratings und Auszeichnungen immer transparent und nachvollziehbar sein.
- In der letzten Saison wurde zunehmend über **Auslandsreisen von Funktionären** und Mitarbeitern berichtet. Zielsetzung war meist weniger die internationale Vermarktung als vielmehr Information und Gedankenaustausch zu Klimathemen und zu unterstützten Projekten. Wir wünschen uns, dass in der Folge dann auch über konkrete Ergebnisse berichtet werden kann.
- Neben den laufenden Aktivitäten zum sozialen und gesellschaftlichen Engagement ist das DFL Portal „Bundesliga wirkt“ auch der Sammelplatz für die **Nachhaltigkeitsberichte** der Erst- und Zweitligisten. Obwohl ein solcher Bericht inzwischen Bestandteil der DFL-Lizenzierung ist, sind hier (Stand 15.07.23) lediglich **15 von 36 Vereinen** der beiden Ligen mit einem entsprechenden Bericht vertreten. Das muss sich in naher Zukunft ändern.
- Was Inhalte und Form dieser einzelnen Nachhaltigkeitsberichte angeht, ist eine sehr lebendige und begrüßenswerte Vielfalt festzustellen. Trotzdem sollte die DFL für einige Punkte eine definitive Vorgehensweise vorgeben. Bestes Beispiel ist die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks. Hier muss ein aussagefähiger Vergleich zwischen den Vereinen durch eine **standardisierte Ermittlung** möglich werden.

So, genug der Vorrede und der Kritik. Es gab tatsächlich in der abgelaufenen Saison viel Gutes zu berichten. Mit unseren Blogbeiträgen aus den einzelnen Monaten möchten wir euch auf die Reise durch das nachhaltige Jahr 22/23 der beiden Bundesligen mitnehmen. Viel Spaß dabei!

Juli / August 2022 - Die Bundesliga bewegt sich – langsam, aber nachhaltig

Für Juli und August listet die Seite bereits **über 100 Beiträge der 36 Clubs** auf – von großen zentralen Aktionen bis zu kleinen lokalen Hilfsangeboten.

Wir haben einige **Highlights** herausgepickt:

Die DFL veranstaltete am 26. Juli ihr erstes **Nachhaltigkeitsforum** in Berlin. Dabei wurde die „**Kommission Nachhaltigkeit**“ gegründet, die sich zukünftig mit den strategisch wichtigen ökonomischen, ökologischen und sozialen Fragen des deutschen Profifußballs befassen wird. Die Einrichtung einer derartigen Kommission war auch eine der Handlungsempfehlungen der „**Taskforce Zukunft Profifußball**“.

In Zusammenarbeit mit der **Aktion Mensch** hat die DFL eine Bundesliga-Reiseführer-App zur bestmöglichen Planung eines **barrierefreien Stadionbesuchs** entwickelt. Sie enthält Informationen zur barrierefreien An- und Abreise, zu Stadion, Ansprechpersonen und Plätzen beispielsweise für Menschen im Rollstuhl sowie Wissenswertes zum jeweiligen Spielort. Sie bietet unter anderem eine vereinfachte Menüführung und einen Audioservice für sehbehinderte und blinde Fans. Die Informationen sind außerdem in Leichter Sprache verfügbar.

Die erste Pokalrunde war vom DFB als „**Aktionstag Klimaschutz**“ ausgerufen. Dabei ging es vor allem darum, Aufmerksamkeit für das Thema Umwelt- und Klimaschutz im Fußball zu schaffen. Einige Vereine ergänzten dies durch individuelle Aktionen.

Bereits zum vierten Mal bot die Industrie- und Handelskammer (IHK) Nürnberg für Mittelfranken die **Ausbildung „Nachhaltigkeitsmanager*in Fußballmanagement“** an, die 16 Teilnehmende aus Clubs der 1. und 2. Bundesliga sowie aus fußballnahen Institutionen absolvierten.

Werder Bremen ist – wie auch **Hertha BSC Berlin** und zuvor schon **Eintracht Frankfurt** und der **VfB Stuttgart** – der Initiative [„Fußball kann mehr“](#) beigetreten, die sich für die Förderung von Frauen und Diversität in Vereinen und Clubs sowie eine karrierebegleitende Qualifizierung von fußballspielenden Frauen einsetzt.

Daneben haben sich die Grün-Weißen der Initiative der Vereinten Nationen (UN) [„Sports for Climate Action“](#) angeschlossen und verpflichten sich im Rahmen der globalen Kampagne „Race to zero“ damit zur Erreichung des sogenannten Netto-Null-Ziels bis spätestens 2040. Bis 2030 sollen die CO₂-Emissionen halbiert werden.

Einen Schritt Richtung Klimaschutz machte auch der **Karlsruher SC**, der Mitglied im **Klimaneutralitätsnetzwerk** der Technologieregion Karlsruhe wurde. Der **SSV Jahn Regensburg** verstärkt die Unternehmerinitiative OHA!, einen Zusammenschluss aus Unternehmen und Personen aus der Region mit dem Ziel, den CO₂-Ausstoß in Ostbayern nachhaltig zu reduzieren.

Gemeinsame Veranstaltungen von Fanprojekten und Vereinen zum **Holocaust Gedenken** gab es etwa in **Freiburg** mit einer Bildungsfahrt zur Gedenkstätte und zum Dokumentationszentrum Grafeneck und beim **FC St. Pauli** zur Erinnerung an Sinti und Roma, die von den Nazis und ihren Verbündeten ermordet wurden. Das **Fanprojekt Augsburg** organisierte eine Gedenkstättenfahrt nach Dachau.

Der Krieg in der **Ukraine** beschäftigt auch die Bundesligavereine, die eine ganze Reihe von Hilfsmaßnahmen ergriffen. Stellvertretend sei hier der **1.FC Köln** genannt, der drei Jugendteams von **Dynamo Kyiv** aufgenommen hat sowie der **FC Schalke 04**, der das **Projekt AKUT der Björn Steiger Stiftung** unterstützt und sich um geflüchtete Kinder und Jugendliche kümmert.

Zum Schulstart nach den Sommerferien werden traditionell vor allem **Schulanfänger** mit Geschenken bedacht. Die **HSV-Stiftung** gab mehr als 1.000 Schulstarterpakete an Kinder aus finanziell schwachen Verhältnissen, die sich eine ausreichende Ausstattung zum Schulbeginn nicht leisten können. **Hansa Rostock** spendierte allen Erstklässlern eine von insgesamt 3.000 Hansa-Schultüten mit vielen Dingen, die man im Schulalltag gut gebrauchen kann. Besonders gut gefällt uns die Idee in Bremen, wo sich

über 5.000 Erstklässler:innen über neue **Mehrweg-Frühstücksboxen** des **SV Werder** freuen konnten. Ein schöner Anreiz, diese wiederverwertbaren und zu 100 Prozent recycelbare Boxen jeden Tag mit einem gesunden Schulvesper zu füllen!

Auch in den **Stadien** tut sich etwas. **Hertha BSC** startete das **Schutzkonzept „Wo ist Lotte?“** gegen Sexismus, Rassismus und Queerfeindlichkeit - Diskriminierung jeglicher Art also. Der **1. FC Magdeburg** bietet zum barrierefreien FCM-Fanradio bei den Heimspielen in Block 20, mitten zwischen den Fans platziert, **20 Live-Audiokommentarplätze für Menschen mit Sehbehinderung** unter dem Motto „Blau-Weiße Begeisterung kennt kein Handicap!“ an.

Der **VfL Bochum** hat auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Stadionelebnis vollflächig auf einen **Mehrwegbecherbetrieb** umgestellt. Um die Umlaufzahl im Sinne einer guten Ökobilanz möglichst hochzuhalten, verzichtet der VfL bewusst auf Becher mit Saisonmotiven und führt das eher schlichte Design der bisher genutzten Becher saisonübergreifend fort.

Wie schon in der Vergangenheit – siehe auch die beiden Nachhaltigkeitsberichte des FC PlayFair! 20/21 und 21/22 – bestehen sehr viele von den Bundesligavereinen aufgeführten Aktivitäten darin, **soziale Projekte** mit größeren oder kleinen Beträgen oder mit Sachspenden zu unterstützen, oft auch in Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen und Firmen. Besonders erwähnenswert scheint uns hier der inzwischen 12. **Motorradkorso der Biker4Kids** unter der Schirmherrschaft von **Fortuna Düsseldorf**. Die Rundfahrt mit rund 2.100 Motorrädern erbrachte eine Spendensumme von 59.000 Euro für die Kinderhospizarbeit.

Zwei Vereine brachten jeweils ihren zweiten **Nachhaltigkeitsbericht** heraus. Der Tätigkeitsbericht des **FC Augsburg** mit einer chronologischen Aufzählung der Aktivitäten wurde inhaltlich um das Thema der ökologischen Nachhaltigkeit erweitert. Den Themen Geschäftsstelle, Frauen- und Mädchenabteilung, Nachwuchsarbeit und Mitglieder wurden eigene Kapitel gewidmet.

Der **SC Paderborn** legt in seinem Nachhaltigkeitsbericht transparent dar, welche Rolle die Nachhaltigkeit in allen Bereichen spielt. Entsprechende Ziele sind definiert, Maßnahmen genannt und die Zielerreichung bewertet. Sogar eine **CO2 Bilanz** ist enthalten, der Report orientiert sich am [Deutschen Nachhaltigkeitskodex \(DNK\)](#). Als besonderen Erfolg sieht man die Etablierung des **außerschulischen Lernorts** „Nullsieben Bildungszone“.

Fun Fact: **Arminia Bielefeld** hat als Beitrag im DFL Portal #bundesligawirkt vermeldet, dass die eigene Nachhaltigkeits-Strategie im **Nachhaltigkeitsbericht des FC PlayFair!** als gut und glaubwürdig bewertet wurde. Das freut uns!

September 2022 - Bundesliga wirkt? Das September-Update

Die Mehrzahl der rund 60 vorgestellten Beiträge bezog sich auf sozialen Einsatz: Dauerbrenner wie Kinderwünsche und Inklusion sind ebenso vertreten wie aktuell die Unterstützung der Ukraine. Der **FSV Mainz 05** zeigt mit seiner **Hilfe für das Ahrtal**, dass es in Notsituationen nicht mit einer einmaligen Unterstützung getan ist, sondern begleitet das Thema auch, nachdem es aus den täglichen Schlagzeilen verschwunden ist. Im Oktober 2021 hatte bereits ein Benefiz-Spiel mit dem 1. FC Kaiserslautern eine sechsstellige Spendensumme eingespielt, nun fand ein dreitägiges Fußballcamp der 05ER Fußballschule im Eifelstadion in Adenau statt. Bei Bundesliga-Heimspielen sind außerdem regelmäßig Gäste aus dem Ahrtal dabei, die Fanbetreuung organisiert immer wieder Sachspenden.

Bereits zum neunten Mal in Folge fand in **Hannover** das beliebte 96plus-Grillfest für 1.000 **Wohnungslose sowie Menschen in sozialen Schwierigkeiten** statt. Der **SC Freiburg** vergab gemeinsam mit Partnern 88.000 Euro an 43 Förderpreisträger:innen aus gemeinnützigen Institutionen und Vereinen der Region.

Traditionell einen Schwerpunkt im Engagement der Bundesligisten bilden die Kinder, praktisch alle Vereine fördern in unterschiedlichen Formen Bildung, Teilhabe und Bewegung. Ein besonderes Jubiläum feiert **Werder Bremen**, das vor 20 Jahren seine „gelebte soziale Verantwortung“ unter dem Motto „**100 Schulen – 100 Vereine**“ startete und dies nun zusammen mit weiteren Projekten und Ideen im Konzept „Spielraum“ zusammenführt.

Nach einer langen pandemiebedingten Zwangspause kehrt auch das **Hamburger Weg Klassenzimmer** zurück und verlegt den Schulunterricht seit August 2022 wieder in das Hamburger Stadion.

Veranstaltungen zur **Erinnerungskultur** gab es bei **Darmstadt 98**, dem **SC Freiburg**, dem **VfL Bochum** und dem **1. FC Kaiserslautern**. Von Fanprojekten unterstützt, finden Podiumsgespräche, Vorträge, Bildungsreisen und Spurensuchen zur Vergangenheit statt.

Gleich 3 Vereine haben **Golfturniere** genutzt, um Spenden zu sammeln. Immerhin 100.000 € spielte der **1. FC Köln** für seine Stiftung ein, **St. Pauli** kann zumindest noch 35.000 € vermelden. Ins Grübeln kommt man, wenn man sich nach der Schlagzeile „Beträchtliche Spendensumme bei den Eintracht Golf Open“ weiterklickt. In **Frankfurt** kamen unter Aufbietung von Golf- und Fußballprominenz, der Unterstützung namhafter Sponsoren für die Siegerpreise sowie „wochenlangen Vorbereitungen auf die 16. Auflage des Golf Open beim Golfclub Hanau-Wilhelmsbad“ gerade 12.000 € zur Unterstützung von vier Projekten zusammen. Ein Betrag, der nur knapp über der üblichen Greenfee für die mehr als hundert Mitgolfer liegt. Immerhin hatten die einen schönen Tag und durften auch den Europapokal der Eintracht in die Höhe stemmen.

Die Umwelt wurde eher in kleinem Rahmen bedacht: **Bienenvölker** bei **Union Berlin**, einige Vereine (**Hertha, Darmstadt, Augsburg, Bochum**) beteiligten sich am **World Clean Up Day**. **Hertha BSC Berlin** und der **VfB Stuttgart** lockten ihre Besucher mit Aktionen zum Umstieg auf das **Fahrrad** bei einem Heimspiel. Ob sich der Erfolg nachhaltig fortsetzt, wenn es keine Snacks und Freigetranke bzw. einen kostenlosen Radcheck bei den nächsten Spielen gibt?

Die Unterstützung für den guten Zweck führt auch auf große Reise: 3 Spielerinnen des **1. FC Köln** betrieben „**Aktive Entwicklungshilfe in Jordanien**“ und besuchten zusammen mit 2 weiteren Delegationsteilnehmern aus Verein und Stiftung das Kooperationsprojekt „Sport für Entwicklung“ der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Jordanien. Ein Abgesandter des **VfB Stuttgart** nahm an einer Reise des Kooperationspartners NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.) nach **Kenia** teil, um sich vor Ort ein Bild zu machen, mit welcher Leidenschaft hier für den Umwelt- und Klimaschutz gearbeitet wird. Wir sind gespannt, über welche konkreten Erfolge die Vereine in den nächsten Monaten aus diesen Projekten berichten werden. Gerne fragen wir für unseren nächsten Nachhaltigkeitsbericht auch einmal nach.

Der **Karlsruher SC** zeichnet künftig Fanartikel mit dem neuen „**KSC tut gut-Umweltsiegel**“ aus, die mindestens drei von sechs Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. „Warum drei aus sechs? Der KSC hat sich für diese Lösung entschieden im Glauben, dass „besser“ zwar noch nicht „gut genug“ ist, aber eine faire Chance verdient hat.“ Ein Ansatz zur Nachahmung – besser mit kleinen Schritten anfangen als auf eine perfekte Lösung warten und dabei nicht ins Handeln kommen.

Die Reaktionen auf die derzeitige **Energiesituation** und die Einsparempfehlung des DFL-Präsidiums in Höhe von 15 bis 20 Prozent sind noch verhalten. Neben dem **1. FC Heidenheim** äußert sich hierzu **RB Leipzig** mit Maßnahmen, die stellvertretend für viele Vereine stehen: reduzierte Beleuchtung von Logos, Schriftzügen und Stadionbereichen, Verzicht auf Effektbeleuchtung, Verzicht auf warmes Wasser in den Sanitärbereichen sowie temporäres Ausschalten des Flutlichts.

Besonders berichtenswert erscheint uns ein Projekt von **Schalke 04** für Spieler aus der Knappenschmiede, denen der Sprung in den bezahlten Fußball nicht gelingt. In Kooperation mit der Agentur für Arbeit Gelsenkirchen werden Jugendliche aus der U16 bis U23 auf ihrem Weg außerhalb des Fußballplatzes bei ihrer **beruflichen Orientierung** begleitet und ihnen damit neue Zukunftsaussichten eröffnet.

Union Berlin bietet ab dieser Saison eine Anlaufstelle an für alle, die **im Stadion belästigt**, bedrängt oder gegen ihren Willen berührt wurden. Dieses Angebot soll weiter ausgebaut werden.

Die **SpVgg Greuther Fürth** beteiligt sich als Kooperationspartner und Pate am Projekt „Fürth schockt!“. Um die Überlebenschance von Menschen mit Herzstillstand in der Region Fürth signifikant zu erhöhen, sollen in den nächsten Jahren etwa **250 Defibrillatoren** öffentlich zugänglich installiert werden. Die Finanzierung dient nicht nur der Anschaffung, sondern sichert auch die witterungsgeschützte Aufbewahrung, die Wartung und einen regelmäßigen Batterietausch der Geräte.

Zum Abschluss aus der Rubrik „Ehre, wem Ehre gebührt“: Der **SC Paderborn** hat den **Nachhaltigkeitspreis** „WestDerby Zukunft – Die Auszeichnung für nachhaltige Sportvereine“ in der Kategorie Profi-Vereine erhalten. RENN.west (Die Regionale Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West) würdigt damit das Paderborner Engagement im Bereich nachhaltiger Entwicklung. Im Nachhaltigkeitsbericht 21/22 des FC PlayFair! hatten wir den CSR-Bericht der Paderborner vorgestellt. Dieser bietet ein gutes Beispiel dafür, wie auch ein Verein mit eher begrenzten Ressourcen transparent und informativ über sein Engagement berichten kann.

Oktober 2022 - Ein goldener Oktober – auch für die Nachhaltigkeit in der Bundesliga?

Der Oktober bot wieder einen bunten Strauß an Aktivitäten – was war besonders erwähnenswert?

Ein großer Teil der rund 60 aufgeführten Maßnahmen drehte sich um die **„Dauerbrenner“ im sozialen Engagement**: Inklusion, Sport- und Bewegungsangebote, Veranstaltungen für und mit Kindern, Spenden an wohltätige Organisationen. Vieles wird dabei von Partnerorganisationen und Fangruppen organisiert, die Vereine stellen neben materieller Unterstützung ihren Namen, die Organisation oder Infrastruktur zur Verfügung. Angesichts der Strahlkraft des Profifußballs ist diese Unterstützung in der Regel sehr wertvoll. Allerdings relativieren sich oftmals die Beträge, die zur Verfügung gestellt werden, setzt man sie in Bezug zu den Millionenbudgets der Clubs. So gibt beispielsweise etwa die Hälfte der Erstligisten über 10 Mio. Euro im Jahr für Spielerberater aus, bei sozialen Zwecken hält man zum Teil Summen unter 1.000 Euro für erwähnenswert.

Wirklich nachhaltige Projekte beschränken sich nicht darauf, einmalig etwas Gutes zu tun, sondern erzielen dauerhaft Wirkung. Ein schönes Vorbild bietet der **1. FC Köln** mit seinem Einsatz für Geflüchtete aus der Ukraine. Seit Ausbruch des Krieges hat die Stiftung 1. FC Köln rund **500 Geflüchtete** unterstützt, einige von ihnen selbst an der polnisch-ukrainischen Grenze abgeholt und im Bus nach Köln begleitet. Die FC-Stiftung kümmert sich in Kooperation mit anderen Organisationen und Unternehmen um diejenigen, die in Köln geblieben sind. Nun wurde in Zollstock ein Wohnprojekt ins Leben gerufen, in dem ukrainische Familien inzwischen 13 Wohnungen beziehen konnten.

„In den Farben getrennt, in der Sache vereint“ – oft nur ein Schlagwort. Nicht so bei einer Aktion des **VfL Bochum, Borussia Dortmund und Schalke 04**, die gemeinsam die Erweiterung der **Palliativstation** des Evangelischen Krankenhauses in Herne mit jeweils 5.000 Euro unterstützen. Initiator war der ehemalige FIFA-Schiedsrichter Thorsten Kihnöfer, der sich seit Jahren ehrenamtlich als Schirmherr des Fördervereins der Palliativstation engagiert.

„**Schiedsrichter**“ ist auch das nächste Stichwort. Gewaltbereitschaft und verbale Angriffe gegenüber Unparteiischen stellen ein zunehmendes Problem vor allem im Amateurfußball dar. Der FC PlayFair! hat hierzu ein eigenes Projekt [“Respekt vor dem Schiedsrichter”](#) ins Leben gerufen. Ein wichtiger Aspekt in diesem Thema ist die Vorbildfunktion der Fußballprofis – und da gibt es noch ein gewaltiges Verbesserungspotenzial! Erfreulich, wenn ein Verein wie **Hansa Rostock** aktiv wird mit einer Veranstaltung, die in Praxis und Theorie Möglichkeiten aufzeigt, wie in Konfliktsituationen deeskalierend gehandelt werden kann. Zur Nachahmung empfohlen!

Relativ ruhig war es um das große Thema „Energie“. **Borussia Mönchengladbach** berichtet – ähnlich wie der **VfB Stuttgart** - über kurzfristige Einsparpotenziale unter dem Motto „Energiesparen fängt im Kleinen an“. Insgesamt **35 Energiesparmaßnahmen** wurden für den Borussia-Park vorgeschlagen und teilweise schon umgesetzt. Immerhin wird an einem Tag so viel Energie verbraucht wie von einem vierköpfigen Haushalt in einem ganzen Jahr. Und an Spieltagen ist es sogar das Dreifache!

Ein umfassendes Update in Sachen Klimaschutz liefert **Arminia Bielefeld**. Die Ostwestfalen haben ihre Hausaufgaben gemacht und mit einer **Klimabilanz** auf Basis der gemessenen Emissionen den Grundstein zu deren Eindämmung gelegt. Mögliche Ansatzpunkte für eine Reduzierung werden transparent, die Wirkung der eingeleiteten Maßnahmen wird greifbar gemacht. Diese orientieren sich an dem Grundsatz: **Vermeiden – Reduzieren – Kompensieren**. Alle nach der Reduktion noch verbleibenden Emissionen werden durch Investitionen in Klimaschutzprojekte in Entwicklungsländern kompensiert.

Die erstmals veröffentlichte CO2-Bilanz nach dem Standard des **Greenhouse Gas-Protocols** bezieht sich auf das Basisjahr 2019 und betrachtet somit einen Zeitraum ohne pandemiebedingte Auswirkungen. Für 2019 ergab dies eine Gesamtsumme an CO2-äquivalenten Emissionen von 4.751,44 Tonnen. Bis 2030 haben sich die Bielefelder klare Ziele gesetzt, die Emissionen um 46,2% (Scope 1 und 2) bzw. 27,5% (Scope 3) zu reduzieren.

Seit 2022 reiht sich der **DSC Arminia Bielefeld** in die Riege der „**klimaneutralen Sportclubs**“ ein, da durch die Kompensation der CO2-Emissionen mit Klimaschutzzertifikaten Klimaneutralität erreicht wurde. Auch hier sei ein kritischer Blick gestattet: Um eine Jahresemission von 5.000 Tonnen zu **kompensieren**, reichen 125.000 Euro. Was verdient allein ein Nachwuchsspieler im Kader?

Mit der **SpVgg Greuther Fürth** installiert ein weiterer Verein eine **Photovoltaik-Anlage** auf dem Dach der Haupttribüne, die künftig ca. 60 Prozent des Strombedarfs am Stadion decken wird. Zudem wird der Fuhrpark systematisch auf Autos mit elektrischem Antrieb umgestellt. Die Kleeblätter verschweigen nicht, dass neben der gesellschaftlichen Verantwortung auch der wirtschaftliche Aspekt eine Rolle spielt. Anstatt von erwarteten Zusatzkosten von weit über 30 Prozent bleibt die Energiekostensteigerung bis 2024 wohl deutlich unter 10 Prozent.

Ökologische Kleinprojekte melden der **SV Darmstadt 98** mit einer Baumpflanzaktion, der **FC Augsburg** mit einem Wassertag, auf **Schalke** basteln Kinder Vogelhäuschen.

Der **1. FC Union Berlin** vermeldet stolz die Auszeichnung als "Herausragende Organisation", die ihm in Bangalore, Indien, durch das **World Forum for Ethics in Business** (WFEB) verliehen wurde. Er habe "eindrucksvoll gezeigt, dass sportlicher Erfolg und soziale Verantwortung Hand in Hand gehen können und dass ein Führungsstil, der auf menschlichen Werten und Ethik basiert, der Grundstein für nachhaltigen Erfolg ist", so die Begründung. Nähere Angaben, wie gerade die Köpenicker zu dieser internationalen Auszeichnung kommen, waren auch auf der Homepage der Organisation nicht zu bekommen. Zwar überzeugt der Kultverein durch eine eigene Kollektion von Fanartikeln unter dem „DUFTE“-Siegel, andere Bereiche bieten aber durchaus noch Luft nach oben. Sponsorenauswahl, die Reaktion auf den Orban-Besuch, Äußerungen des Vereinspräsidenten zu Gendern, veganen Würsten und zur Politik kratzten in

letzter Zeit doch etwas am Image des „weltoffenen Vereins“. Dass bei der WFEB Konferenz der frühere FIFA-Präsident Blatter als Key Note Speaker zugeschaltet wurde, macht die Auszeichnung sicherlich nicht wertvoller.

Der **FC Bayern München**, sonst eher zurückhaltend auf der DFL Plattform zur Nachhaltigkeit, berichtet über einen Workshop der älteren Nachwuchsmannschaften. Zusammen mit Makkabi Deutschland e.V. ging es in einem praktischen Teil auf dem Platz und einem Theorieteil um das Thema **Antisemitismus**. Ein wichtiges Thema und eine erfreuliche Nachricht, gab es doch unlängst Rassismus-Vorwürfe am NLZ des Rekordmeisters. Das wird nun wohl umfassend aufgearbeitet. Weiter so! Und vielleicht gelingt es dann auch, den Ehrenpräsidenten zu einem respektvollen Umgang mit allen Mitgliedern zu bringen – auch denen, die scharfe Kritik äußern.

Negative Schlagzeilen entwickeln eben meist eine größere Wucht als die guten Beispiele. Dies musste auch der **VfL Wolfsburg** erfahren, ansonsten Vorreiter im Verbreiten von positiven Meldungen. Mehrere Spieler ignorierten bei der (löblichen) Anreise im Zug zum Auswärtsspiel in Leverkusen die Maskenpflicht und machten sich dabei noch über die Zugbegleiter lustig. Ein **Imageschaden** für den Verein, vor allem aber ein sträflicher Umgang mit der Verantwortung als Vorbild für Kinder und Jugendliche. Für den November sind auf „Bundesliga wirkt“ in Bochum, Magdeburg, Wolfsburg und Rostock Laternenläufe für Kinder angekündigt.

November 2022 - Sportwashing in Katar?! – macht's die Bundesliga besser?

Die Anzahl der berichtenswerten Aktivitäten der Erst- und Zweitligisten haben sich bei rund 60 Beiträgen pro Monat eingependelt – das war auch im November so. Die überwiegende Mehrzahl betraf wieder den sozialen Bereich und dabei standen vor allem die **Kinder im Mittelpunkt**: Laternelaufen, St. Martins Umzüge, Sportaktionen, Weihnachtsgeschenke und Wunschbäume.

Aktionen zu **Inklusion, gegen Rassismus und Gewalt, gegen das Vergessen und für LSBTIQ** von mehreren Vereinen sorgten auch im November dafür, dass diese Themen im Blickfeld bleiben. Einen Schwerpunkt bildete die **Gesundheit**. **Eintracht Braunschweig** unterstützt die AIDS-Hilfe, **Arminia Bielefeld** führte eine Blutkrebstypisierung durch, der **VfB Stuttgart** startete eine Aktion gegen Hodenkrebs und der **VfL Bochum** rief gar einen ganzen Gesundheitsmonat mit verschiedenen Aktivitäten aus.

Nachhaltige Projekte zeichnen sich im Idealfall durch eine nachhaltige Wirkung über eine lange Laufzeit aus. Zum 25-jährigen Jubiläum der "**Aktion Ehrenamt**" des DFB gab es Aktionen beim **1. FC Heidenheim**, der **TSG Hoffenheim** und bei **Eintracht Frankfurt**. Noch länger, bereits seit 1993 ist der **VfB Stuttgart** Partner der **Kinderkrebs-Nachsorgeklinik** Tannheim, die er bereits vor deren eigentlichen Gründung unterstützte und die jetzt ebenfalls ihr 25-jähriges Jubiläum feierte.

Seit dem Sommer ist der **SV Werder Bremen** als erster deutscher Profi-Verein Klubmitglied der globalen **Common Goal-Bewegung**. Ein Prozent der Sponsoring- und Ticketeinnahmen des SVW werden gespendet. Über die Verwendung der Spenden entscheiden die Mitglieder und Fans per Online-Abstimmung. Zur Wahl standen 3 Optionen: LGBTQ+Inklusion, Geschlechtergleichstellung und Klimaschutz.

Der **SV Werder Bremen** war auch mit einer eigenen Delegation beim **Weltklimagipfel** im ägyptischen Sharm El-Sheikh (COP 27) vertreten. Wertvoll sei insbesondere der Netzwerkcharakter des Gipfels inklusive des Austausches mit anderen Firmen, die großen Wert auf nachhaltiges Engagement, ihre gesellschaftliche Verantwortung oder innovative, klimaschonende Produkte legen, gewesen. Wir sind gespannt, was sich daraus in den nächsten Monaten konkret entwickeln wird!

Der **SC Freiburg** berichtet über eine Gesamtsumme von 310.000 Euro, mit der die Freiburger Fußballschule (180.000 €) zusammen mit der Achim-Stocker-Stiftung (130.000 €) die **regionale Nachwuchsarbeit** des SC Freiburg im Kalenderjahr 2022 unterstützt.

Schaut man sich die Verwendung der Gelder an, drängt sich die Frage auf, ob das wirklich ein gesellschaftliches Engagement ist oder nicht vielmehr die Finanzierung des Jugendspielbetriebs und eine **Investition in den künftigen Kader** – wie es jeder Bundesligist betreibt. 101.000 € davon gehen nämlich als Honorare an Jugendtrainer/innen und Übungsleiter/innen, 56.000 € an Kooperationsvereine, 35.000 € in den Fahrdienst für talentierte Jugendliche und 19.500 € in Sport-Quartiere.

Der Sport-Club beteiligt sich zudem an einer kostenlosen Aktion der Dürener Initiative „Fußballvereine gegen Rechts“. **„4 Schrauben für Zivilcourage“**: Interessierte Vereine können ein wetterfestes, vorgezeichnetes Kunststoffschild mit der Aufschrift „Kein Platz für Rassismus“ kostenlos erhalten, auf der Platzanlage montieren und so ein sichtbares Zeichen setzen. Mehr als 1.500 Vereine haben sich bis heute angeschlossen, darunter auch etliche Bundesligisten. Eine Möglichkeit, mit wenig Aufwand Flagge zu zeigen. Auch für jeden Amateurverein möglich und zur Nachahmung empfohlen!

Seit 2013 engagiert sich das Netzwerk „Fußball stiftet Zukunft“ für gesellschaftliche Belange. Dem Kreis gehören Stiftungen oder stiftungsähnliche Einrichtungen an, die von Fußballverbänden, Fußballklubs oder aktuellen und ehemaligen Einzelsportlern eingerichtet wurden. 27 Organisationen haben nun gemeinsam den Verein **„Fußball stiftet Zukunft e.V.“** gegründet. „Der Verein versteht sich als lernendes Netzwerk. Uns einen die gemeinsame Herkunft und die mit dem Fußball verbundenen Werte“, erklärt Lisa Niederdrenk. Die Geschäftsführerin der Lukas Podolski Stiftung wurde zur Vorsitzenden gewählt. Die teilnehmenden Stiftungen bleiben dabei eigenständig und setzen ihr mitunter jahrzehntelanges Engagement für die Gesellschaft fort.

Zum Engagement des Vereins zählen künftig die Verleihung des Zukunftspreises an besonders im Ehrenamt engagierte Menschen in Sportvereinen oder anderen gemeinnützigen Organisationen. Weitere Inhalte sind die Organisation von Netzwerktreffen und eine gebündelte Öffentlichkeitsarbeit. Dazu zählt unter anderem die gemeinsame Webseite www.fussball-stiftungen.de

Der **DSC Arminia Bielefeld**, an dieser Stelle schon mehrfach lobend erwähnt, geht konsequent seinen Weg weiter und hat das Thema Nachhaltigkeit auf seiner Mitgliederversammlung aktiv in die **Satzung** unter §2 „Zweck und Aufgabe des Vereins“ aufgenommen. Starke 96,03% der anwesenden stimmten für den Antrag.

„Der DSC Arminia Bielefeld e.V. kennt seine hohe soziale und gesellschaftspolitische Verantwortung und versteht sie als Auftrag. Der Club etabliert dieses Bewusstsein in seinem Handeln und setzt sich aktiv dafür ein, ein nachhaltiges Handeln in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht in allen Abteilungen des Vereins umzusetzen.“ heißt es nun in der Satzung des Vereins.

Mit **Fortuna Düsseldorf** und dem **1. FC Nürnberg** haben zwei Vereine einen aktuellen **Nachhaltigkeitsbericht** veröffentlicht. Der „Club“ hat sich in diesem Jahr auf den Weg gemacht, eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Sein „Nachhaltigkeitsbericht 2022“ ist erstmals in die drei Nachhaltigkeitsbereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales gegliedert und informiert auf 116 bunten Seiten über das gesellschaftliche Engagement. Erstmals ist der Report auch barrierefrei, dank der Vertonung und Unterstützung des langjährigen FCN-Aufsichtsrats Günther Koch. Eine tolle Idee!

Pünktlich eine Woche vor der Mitgliederversammlung hat die Fortuna aus Düsseldorf ihren CSR-Report für die Saison 2021/22 veröffentlicht. Der 36-seitige Report, der nach dem Vorwort des Vorstands in die Kapitel „Einleitung und Ausblick“, „Ökologie“, „Ökonomie“ und „Soziales“ aufgeteilt ist, zeigt

umfassend die Prinzipien der CSR-Arbeit bei der Fortuna und stellt die zahlreichen Aktivitäten und Projekte vor, bei denen sich der Club engagiert.

Interessant war für uns auch zu sehen, was von der DFL und den Bundesligisten nicht auf der Plattform präsentiert wird. Mit **Werder Bremen**, **Hertha BSC Berlin** und dem **Hamburger SV** haben mindestens drei Vereine **klare Statements zur WM in Katar** abgegeben – auf #bundesligaWIRKT hat es keines davon geschafft. Schade!

Dezember 2022 - Jahresabschluss – Nachhaltigkeit im Dezember

Der überwiegende Teil der Aktivitäten war natürlich mit dem Thema „**Weihnachten**“ verbunden. Kaum ein Verein ohne Adventsabend, Winterfest, Weihnachtstag oder Bescherung für Kinder und Bedürftige. Zum ebenso aktuellen Thema „WM in Katar“ gab es dagegen keinen einzigen Beitrag - keine Diskussionsrunde, keine Infoveranstaltung, kein Statement.

Nachhaltig gelebte **Erinnerungskultur** bot der **Hamburger SV** mit einer Kundgebung für Ramazan Avci 37 Jahre nach dessen Ermordung am S-Bahnhof Landwehr. Die Täter kamen damals aus dem Umfeld der Lohbrügger Neonaziszene und der „Freiheitlichen Deutschen Arbeiterpartei“ (FAP). Sie waren HSV-Fans und Skinheads, und einige von ihnen waren in der Fanszene bekannt. Diese Transparenz im Umgang mit der Geschichte des HSV und seiner Hooliganszene Ende der 80er-Jahre leistet einen wichtigen Beitrag, dass Rassismus in unserer Gesellschaft und in unseren Stadien keinen Platz hat. „Raute ist Vielfalt.“ - nicht nur ein Schlagwort!

Der **FC Schalke 04** positioniert sich mit einem **Kinderschutzkonzept**. Im Bewusstsein der Verantwortung zum Schutz aller Kinder und Jugendlichen, die dem Verein anvertraut werden, wird aktuell ein weitreichendes Schutzkonzept entwickelt. In der Basisschulung erlernen alle zuständigen Ansprechpersonen Zahlen, Daten, Fakten und rechtliche Aspekte über sexualisierte Gewalt im Sport, während in der Aufbauschulung die Rolle und Aufgabe als Ansprechperson im Verein definiert wird.

Noch einen Schritt weiter ist der **Karlsruher SC**, der in Zusammenarbeit mit „KSC TUT GUT.“ und Expert*innen alle bisherigen **Kinderschutzmaterialien** überarbeitet hat und diese jedem interessierten Verein zur Verfügung stellt. Die Materialien - von der eigenen Kinderschutz-Broschüre „Kinderrechte Sind Cool“ über ein Plakat für die Kabine bis hin zu einem Elternbrief, einem Verhaltensleitfaden und einer Selbstverpflichtungserklärung für Trainer*innen – können unter <https://www.ksc.de/akademie/unsere-fussball-idee/kinderschutz/> heruntergeladen werden.

Eine schöne und verdiente **Würdigung des Ehrenamts** erfuhren die Sehbehindertenreporter von **Eintracht Braunschweig**, denen von Ministerpräsident Stephan Weil der Niedersachsenpreis für Bürgerengagement überreicht wurde. Dieses Engagement, das es mittlerweile bei vielen Vereinen gibt, ermöglicht den Fans mit Sehbehinderungen ein intensives Stadionerlebnis.

Die **SpVgg Greuther Fürth** hat die **PV-Anlage** auf dem Stadiondach im Sportpark Ronhof fertiggestellt. Sie besteht aus 780 Modulen und weist eine maximale Leistung von 319,80 kwp auf.

Der **FC Schalke 04** stellt sein Bechersystem in der VELTINS-Arena um und führt ein **Mehrwegbechersystem** ein. Vollständig zumindest bei allen Großveranstaltungen und Konzerten, bei den Heimspielen der Knappen verwendet das Schalker Catering Einwegbecher noch im Gästebereich.

Auch der **VfB Stuttgart** treibt das Thema Nachhaltigkeit weiter voran. Neben dem Ersatz von Einwegbechern durch Mehrwegbecher auch in den letzten verbliebenen Einsatzorten der Mercedes-Benz Arena soll es mit dem Rückrundenauftakt ein Angebot von überwachten **Fahrradstellplätzen** geben.

Ein Hauptaugenmerk der Schwaben gilt künftig der kontinuierlichen Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks. Um Treibhausgasrisiken und diesbezügliche Chancen besser zu verstehen und zu managen, sollen sämtliche Umweltkennzahlen hierfür gesamthaft digital erfasst werden und daraus nach jeder Saison eine **Unternehmens-Treibhausgasbilanz** nach dem „Greenhouse Gas Protocol“ berechnet werden.

Um einen Basiswert zu erhalten, wurde erstmalig für die Saison 19/20 eine solche Bilanz erstellt und ein Gesamtwert von rund 8.000 t CO₂ ermittelt. Den größten Einzelposten bildet mit über 40% die **Fan-Mobilität bei Heimspielen**. Ein klarer Hinweis darauf, wie wichtig alle Maßnahmen sind, die die Zuschauer bei einer umweltfreundlichen Anreise mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad unterstützen. Aufgrund der Corona-Situation wird erst wieder der Wert ab der Saison 22/23 mit diesem Ausgangswert vergleichbar sein. Eine Zusatzanalyse der Reisen der Lizenzspielerabteilung für die vergangene Saison 2021/2022 weist stolze 10 Inlandsflüge auf - unter anderem nach Berlin, Köln und Dortmund. Hier sollte es doch sinnvollere Alternativen geben!

Der **VfL Wolfsburg**, seit nunmehr einem Jahrzehnt Vorreiter im Profifußball für eine transparente und umfangreiche Nachhaltigkeitsberichterstattung, hat seinen **Nachhaltigkeitsbericht** 2022 veröffentlicht. Die bereits 6. Auflage des Berichts nach den Richtlinien der [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#) beleuchtet besonders die beiden Fokusthemen Regionalität und Klimaschutz und zeigt teils innovative Lösungen und umfassende Maßnahmen in für den VfL Wolfsburg wesentlichen Themenfeldern auf. Beispielsweise zur CO₂-Transparenz im Onlineshop, zu Filterlösungen für Mikroplastik auf Kunstrasenplätzen oder im Themenfeld Biodiversität. Im Sommer 2021 verabschiedeten sich die Grün-Weißen von der Dachbezeichnung „Gemeinsam bewegen“ für die CSR-Maßnahmen und -Projekte und stellen den aktuellen Bericht erstmals unter das neue Motto „Wir für morgen. One Team. Many Goals.“

Übrigens haben Stand Ende Dezember 2022 **lediglich 11 der 36 Vereine** der 1. und 2. Bundesliga einen **Nachhaltigkeits- oder CSR-Bericht** auf der zentralen DFL-Plattform <https://bundesliga-wirkt.dfl.de/downloads> eingestellt. Wir meinen: Ein Armutszeugnis!

Unter der Schlagzeile „Top-Platzierung im globalen Nachhaltigkeitsreport des Sports“ vermeldet der **SV Werder Bremen** eine Auszeichnung durch die unabhängige Non-Profit-Organisation „[Global Sustainability Benchmark in Sports](#)“. Die Grün-Weißen stehen auf dem 8. Platz von über 50 untersuchten professionellen Organisationen aus dem Sport.

Welchen Wert eine solche Auszeichnung hat, ist **schwierig nachzuvollziehen**. Ein Blick in die Studie zeigt, dass weltweit über 300 professionelle Sportorganisationen zum Mitmachen eingeladen wurden, von denen letztlich 51 im Benchmark bewertet wurden. Etwa die Hälfte aus dem Fußball, der Rest aus anderen Sportarten wie Basketball, American Football, Baseball oder Motorsport. Die Bewertung der 31 europäischen Teilnehmer mit 55 von maximal 100 Punkten ist im Schnitt deutlich höher als die der 20 amerikanischen Organisationen (24/100).

Gewinner des GSBS Awards für den höchsten Gesamtwert wurde die „Formel E“ mit 80 von 100 möglichen Punkten. Die deutschen Bundesligisten platzierten sich weitgehend im vorderen Viertel: **Borussia Dortmund** (2. Platz / 74 Punkte), **VfL Wolfsburg** (5./71), **Werder Bremen** (8./66), **Schalke 04** (12./61). Lediglich der **FC Bayern München** fällt mit 53 Punkten und dem 17. Platz etwas ab.

Während die deutschen Clubs also gut abschnitten, landete die DFL mit 43 Punkten und Platz 28 weit hinter UEFA (9./65) und FIFA (18./51). Aus dem Fußballbereich wurden lediglich Chelsea, Inter Mailand und PSG schlechter bewertet.

Solche Ranglisten zeigen immer wieder, wie wichtig **einheitliche Kriterien und transparente Bewertungen** sind. Aufgaben, die sich die DFL im Rahmen ihres Lizenzierungsverfahrens für 2023 vorgenommen hat. Wir sind gespannt!

Januar 2023 - Erinnerungstag und indische Baumwolle

Mehr als die Hälfte der über 70 Aktionen bezog sich in diesem Monat auf den „**Erinnerungstag im deutschen Fußball**“, mit dem der deutsche Profifußball seit 2004 rund um den 27. Januar der Opfer des Nationalsozialismus gedenkt. Dieser Tag, an dem die Überlebenden im Konzentrationslager Auschwitz befreit wurden, jährte sich zum 78. Mal und stand dieses Mal im Zeichen des Widerstands der Frauen im Nationalsozialismus.

Unter dem Motto „**Nie wieder**“ der gleichnamigen Initiative und mit dem Hashtag **#WeRemember** der globale Erinnerungskampagne des **World Jewish Congress** richteten sich Einzelpersonen, Fangruppen und Fanprojekte, Vereine, Verbände und Institutionen insbesondere aus dem Fußball gemeinsam **gegen Rassismus, Diskriminierung und Antisemitismus**.

Fast alle Vereine der 1. und 2. Bundesliga haben sich auch in diesem Jahr an der Aktion beteiligt – mit unterschiedlicher Intensität. Beispielhaft sei hier die **Berliner Hertha** genannt, die unter anderem zusammen mit der israelischen Botschaft und dem World Jewish Congress ein **Zeitzeugengespräch** veranstaltete. Dabei berichtete der 97-jährige Auschwitz-Überlebende Albrecht Weinberg über sein bewegtes Leben. Zuhörer waren neben Mitarbeitern und Funktionären vor allem die U17 und U19. Herthanerinnen und Herthaner behalten die Vergangenheit in Erinnerung - so steht es im Ethikkodex des Vereins fest verankert.

Der **FC Augsburg** hat als zentralen Baustein seines Engagements für Erinnerung eine **Kooperation mit der KZ-Gedenkstätte Dachau** gestartet und nutzt seine Plattform und Reichweite, um Themen, Bildungsangebote und Aktionen der Gedenkstätte zu transportieren und dadurch dem Thema Erinnerungsarbeit einen regionalen Bezug geben.

Während viele Vereine sich mit dem Thema intensiv auseinandersetzten und Ausstellungen, Lesungen, Podiumsdiskussionen und Stadionaktionen – oft zusammen mit lokalen Organisationen – durchführten, beschränkten sich andere im Wesentlichen darauf, auf ihrer Homepage auf den Anlass hinzuweisen und am Aktionsspieltag entsprechende Bilder der Mannschaften mit dem Motto des Erinnerungstags zu veröffentlichen.

Eine weitere gemeinsame Aktion von insgesamt neun Proficlubs war der **Besuch einer Kooperation von Baumwollbäuerinnen und -bauern** in der indischen Provinz Gujarat. Die Initiative „**Vom Feld in den Fanshop**“ unterstützt Baumwollbetriebe finanziell und strukturell bei der Umstellung vom Anbau konventioneller Baumwolle auf Organic Cotton. Neben den Kleinbauern und den Feldern der Baumwollkooperative wurden auch Fabriken zur Weiterverarbeitung der Rohstoffe besucht. Ziel ist es, die nachhaltige Produktion von Fanartikeln zu fördern und das Bewusstsein für die Umwelt zu schärfen.

Neben dem Anbau von ökologisch nachhaltiger Baumwolle spielen **Bildung und die Grundlage für sportliche Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen** die Hauptrolle im gemeinsamen Projekt der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), des Textilunternehmens BrandsFashion und der teilnehmenden neun Vereine. Neben der Schulbildung bekommen die Mädchen und Jungs in der Region Zugang zu mindestens einer Mahlzeit am Tag und sauberem Trinkwasser und betätigen sich gemeinsam sportlich. Entsprechend stand auch der Besuch von Schulen auf dem Programm der deutschen Delegation.

Seit einem Mitgliederbeschluss aus dem Jahr 2019 beschäftigt sich die **Steuerungsgruppe Diversität** beim **FC St. Pauli** damit, paritätisch besetzte Gremien zu schaffen. Das Präsidium des Vereins hat nun Leitlinien verabschiedet, um Diversität und Inklusion beim Arbeitgeber FC St. Pauli zu fördern. Mit diesem Schritt soll das Arbeitsumfeld vielfältiger, offener und inklusiver werden.

Der Verein will damit nicht nur nach außen seiner sozialen Verantwortung gerecht werden, sondern Fairness und Chancengleichheit auch nach innen leben. Gleichzeitig hilft eine vielfältige Belegschaft, mehr Perspektiven und Stimmen wahrzunehmen, um sich als Unternehmen zu verbessern.

Der **1. FC Nürnberg** startete die Kampagne „Ehrensache Sportplatz“, die zu einem besseren Umgang auf und neben dem Sportplatz führen soll. Wichtiger Baustein ist dabei eine „**Sportplatz-Etikette**“, die das Miteinander von Schiris und Vereinen im Sinne des Sports verbessern soll und bei deren Gestaltung jede*r Fußballinteressierte aktiv mitwirken kann.

Auch in puncto Nachhaltigkeit geht es voran - dabei muss es nicht immer der große Wurf sein. In **Augsburg** und **Rostock** wurde im Catering auf **Mehrwegbecher** umgestellt, in **Kaiserslautern** startete der Austausch der bestehenden Flutlichtanlagen am Nachwuchsleistungszentrum gegen nachhaltige **LED-Flutlichter**. Neben einem deutlich niedrigeren Energieverbrauch von bis zu 70% weniger Strombedarf reduzieren sich auch die Wartungskosten aufgrund der Nutzungsdauer von rund 25 Jahren.

Der **FC Hansa Rostock** hat am Ostseestadion zusätzliche **Fahrradstellplätze** geschaffen mit neuen Bügeln, an denen jeweils bis zu vier Fahrräder abgestellt und angeschlossen werden können. Da die Kosten von der Stadt übernommen wurden, konnte der Verein noch eine Kombistation in Hansa-Design spendieren, an der die Räder aufgepumpt und kleinere Reparaturen durchgeführt werden können.

Eine Reihe **mildtätiger Aktionen** rundet das Bild im Januar ab: Benefizturnier und Blutspenden in **Braunschweig**, Training für Fans in **Gladbach** und **Leverkusen**, Schulsachenspenden in **Bochum**, Unterstützung für kranke Kinder und Menschen in Not durch verschiedene Vereine. Der **1. FC Köln** setzte sein besonderes Engagement für Geflüchtete aus der Ukraine fort mit einer Weihnachtsfeier am 6. Januar, dem Heiligen Abend der orthodoxen Christen.

Februar 2023 - Schnelle Hilfe für Erdbebenopfer – aber woher kommen die Spenden?

Anfang Februar erschütterten verheerende **Erdbeben** das türkisch-syrische Grenzgebiet. Die meisten Erst- und Zweitligisten reagierten sofort und setzten sich für die Unterstützung von schnellen Hilfsmaßnahmen ein.

In der Form der Unterstützung tat sich eine ziemliche Bandbreite auf. Zeichen der Solidarität wurden gesetzt: eine Schweigeminute am Spieltag, gemeinsame Banner, beide Mannschaften trugen Trauerflor. Die Not lindert das allein noch nicht. Vereine bitten um Spenden für die „Aktion Deutschland Hilft“, als Bündnis deutscher Hilfsorganisationen ein sinnvoller Adressat für Spenden. Da hilft sicherlich die Strahlkraft und Reichweite des Fußballs, aber erhöht das wirklich das Spendenaufkommen spürbar? An **Spendenaufrufen** aus Politik und Gesellschaft mangelt es ja ohnehin nicht.

Die Lokalrivalen **1. FC Nürnberg** und **SpVgg Greuther Fürth** machten gemeinsame Sache mit den Handballern vom HC Erlangen und den Basketballern der Nürnberg Falcons und erhoben einen Spendeneuro zusätzlich auf ihre Heimspieltickets. In den Farben getrennt, in der Sache vereint! Eine schöne Aktion, gezahlt haben die Zuschauer der Spiele.

Anderorts wurde das **Becherpfand** gespendet. Sehr löblich und wahrscheinlich kam auch zu diesem Anlass mehr zusammen als sonst, leider aber auch auf Kosten derjenigen Organisationen, die sonst diese Spende aus der Pfandaktion bekommen.

Einige Vereine seien beispielhaft für wirksamere Aktionen genannt: **Borussia Dortmund** und der **SV Werder Bremen** haben neben anderen Spendenaktionen im Anschluss an ihr Bundesligaspiel die match-worn Trikots zugunsten der Erdbebenhilfe versteigert, ebenso wie der **1. FC Köln**, der sich dazu mit den RheinStars Köln, den Kölner Haien sowie Fortuna und Viktoria Köln in der Initiative #zesammehelfe zusammengenötigt hat.

Der **SC Freiburg** spendete insgesamt 50.000 Euro an die Caritas, an Ärzte ohne Grenzen, die Katastrophenhilfe der Diakonie sowie die Barada Syrienhilfe. Der **VfB Stuttgart** spendete den kompletten Erlös aus dem Verkauf von 1.100 Tickets, die zwischen dem 14. Februar und dem Anpfiff des Spiels gegen den 1. FC Köln verkauft wurden und verdoppelte obendrein die Einnahmen von 10.000 Euro aus einem Losverkauf. Somit gingen 56.000 Euro an die Hilfe für die Erdbeben-Opfer.

Seiner Spitzenposition im deutschen Fußball wurde dieses Mal der **FC Bayern München** gerecht, der dem Verein „Orientshelfer“ umgehend 100.000 Euro für die Hilfe im Erdbebengebiet zur Verfügung stellte.

Viele Berichte über ehemalige Bundesligaspieler, die direkt oder indirekt von der Katastrophe betroffen sind, zeigen, dass es über den rein humanitären Aspekt hinaus eine direkte Verbindung zum Fußball gibt. So wurden beispielsweise auch einige Bremer und Dortmunder Aktionen vom ehemaligen Werder-Kapitän Ömer Toprak initiiert, der schon für beide Klubs auflief.

Die beiden deutschen Profiligen bilden zusammen ein 5 Milliarden Business. Sollte da zu einem solchen Anlass nicht mehr möglich sein? Es wäre schön, wenn sich über den kurzfristigen Aspekt der Soforthilfe eine **langfristige, nachhaltig wirkende Unterstützung** der Region ergäbe.

Im Bereich **Inklusion** zeigten einige Aktivitäten, dass auch kleine Maßnahmen große Wirkung entfalten können. Im Bremer Weserstadion gibt es seit dieser Saison neben den Plätzen für Rollstuhlfahrer:innen auch sogenannte **Easy Access Seats** auf der Nordtribüne. Durch die Einführung der barrierefrei erreichbaren Sitze will der **SV Werder Bremen** die Teilhabemöglichkeiten erhöhen und die Barrieren des Stadionbesuchs weiter abbauen. Das Sitzplatz-Angebot richtet sich an Menschen, die aufgrund von Behinderung oder eingeschränkter Mobilität zwar keinen Rollstuhl, aber einen barrierefreien Zugang benötigen. Dazu zählen beispielsweise Personen, die ihr Knie nicht beugen können oder Gehhilfen nutzen.

Die **TSG Hoffenheim** veranstaltet zum Spiel in Freiburg erstmals im Jahr 2023 eine **barrierefreie Auswärtsfahrt**. Um allen Fans diese Reise zu ermöglichen, wird dazu ein Reisebus mit Rollstuhlrampe eingesetzt.

Bereits seit 2010 begleitet **Bayer 04 Leverkusen** das Projekt „**Einfach Fußball**“. Dabei haben geistig beeinträchtigte Jugendliche an inzwischen mehr als 20 Standorten in ganz Deutschland die Möglichkeit, regelmäßig ihrem Lieblingshobby nachzugehen. Die „Einfach-Fußball-Turniere“, die zweimal im Jahr indoor und outdoor in Leverkusen stattfinden, sind mit mehr als 500 Teilnehmern ein voller Erfolg. Nun wird sich bald auch auf internationaler Bühne gemessen: **Die Special Champions League** startet mit Bayer Leverkusen als Teilnehmer bei der Turnierreihe für geistig beeinträchtigte Menschen. „Inklusiver Fußball der Königsklasse!“

Der **SV Werder Bremen** hat in den vergangenen Monaten im Rahmen des Strategieprozesses durch Mitarbeiter:innen seine neue **Diversity, Inclusion & Equity (DIE)-Leitlinie** entwickelt, die als Basis für das Selbstverständnis und Engagement der Grün-Weißen in diesem Bereich dient. Diversität soll so Stück für Stück zu einer Selbstverständlichkeit im Denken und im Handeln gemacht werden.

Da die Begriffe oft gebraucht, aber selten konkretisiert werden, soll an dieser Stelle einmal die griffige Definition der Bremer zitiert werden:

„*Diversity (Vielfalt)*: Das Vorhandensein unterschiedlicher und vielfältiger Merkmale, die individuelle und kollektive Identitäten ausmachen, einschließlich Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Orientierung, ethnischer Zugehörigkeit, nationaler Herkunft, sozioökonomischem Status, Sprache und körperlicher Fähigkeiten. Dabei geht es auch um das Zulassen unterschiedlicher Standpunkte und Meinungen.

Inclusion (Inklusion): Inklusion, das ist mehr als die bloße Einbeziehung von "Abweichenden" in eine ansonsten gleichbleibende Umgebung. Sondern umgekehrt: Die Anpassung dieser Umwelt an die jeweiligen Voraussetzungen der Menschen (zum Beispiel Barrierefreiheit), sodass alle Menschen selbstbestimmt am gesellschaftlichen Leben teilnehmen und eine Kultur geschaffen wird, in der alle Perspektiven Platz haben und Wertschätzung erfahren.

Equity (Gleichheit): Gleichstellung (Equity) ist erst erreicht, wenn Menschen mit unterschiedlichen Voraussetzungen die gleichen Chancen erhalten und bedarfsgerechte Angebote erfahren.

Als zweiter deutscher Fußballverein nach Borussia Dortmund hat sich der **Hamburger SV** dem **United Nations Global Compact** angeschlossen, einer Initiative der Vereinten Nationen für nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung. Als Teilnehmer hat sich der HSV dazu verpflichtet, in regelmäßigen Abständen einen Fortschrittsbericht zu den Zehn Prinzipien des UN Global Compact zu veröffentlichen.

März 2023 - Nachhaltigkeit nimmt weiter Fahrt auf!

Nachdem die Lizenzierung der 1. und 2. Bundesliga für die kommende Saison 23/24 erstmalig auch an die Erfüllung von Nachhaltigkeitskriterien gekoppelt ist, nimmt auch die Berichterstattung der Vereine weiter Fahrt auf. Mit deutlich über 100 Maßnahmen im März wurden auf „Bundesliga wirkt“ rund doppelt so viele Aktivitäten eingestellt wie noch in den Vormonaten.

Einen zentralen Schwerpunkt bildete mit rund 30 verschiedenen Veranstaltungen die Teilnahme an den **„Internationalen Wochen gegen Rassismus“**, die unter dem Motto „Misch dich ein“ stattfanden. Neben symbolträchtigen Spieltagsaktionen fanden deutschlandweit Diskussionen, Workshops und Schulveranstaltungen der Vereine zum Thema statt.

Auch die **Hilfe für die Erdbebenopfer** in der Türkei und Syrien ging weiter. Unter der etwas vollmundigen Überschrift: „Erdbebenhilfe: FC-Stiftung spendet 100.000 Euro“ vermeldet der **1.FC Köln** den größten Betrag. Dahinter steht ein Spendenaufruf einer Allianz Kölner Sport rund um Fortuna Köln, Viktoria Köln, die Kölner Haie, die RheinStars Köln und den 1. FC Köln, der 80.000 Euro erbrachte und durch die FC-Stiftung auf 100.000 Euro aufgerundet wurde.

Rund um das Heimspiel des **1. FSV Mainz 05** gegen den FC Augsburg kam die Summe von 27.700 Euro durch **Spenden** der Profis, Trainer und des Staffs, von Mainz 05 hilft e. V. und den Mainzer Fans im Rahmen der Pfandbecher-Sammelaktion zusammen. Das Nachwuchsleistungszentrum des 1. FSV Mainz 05 ergänzte um 25 Kisten mit Winterkleidung für die Opfer des Erdbebens.

Viele kleine lokale Aktionen im Bereich **„Soziales“** deckten wieder ein großes Spektrum ab: Vesperkirche, Unterstützung von Tafeln, Wärmebusse, Förderung von Inklusion, Programme für Kinder. Für das **Klima** wurden **Bäume gepflanzt** und **Putzaktionen** durchgeführt. Auch wenn manchmal ein langfristiges und damit nachhaltiges Wirken wünschenswert ist – jede ernst gemeinte Initiative hilft. Und mit der **SpVgg Fürth** ist ein weiterer Verein dabei, auf seinen bestehenden Tribünendächern eine **PV-Anlage** zu installieren, mit immerhin rund 2.900 PV-Modulen und einer Leistung von ca. 1,2 MWp.

Interessant und erfreulich ist der Trend, dass sich immer wieder verschiedene Vereine zusammenschließen und in einem Thema vorangehen. So wurde im Rahmen des Projekts **„Leicht Kicken“** zusammen mit

der Beratungsstelle für Inklusion im Fußball „[KickIn!](#)“ und der Bundesbehindertenfanarbeitsgemeinschaft (BBAG) ein Online-Fachwörterbuch entwickelt, das über 200 Fußballbegriffe in Leichter Sprache erklärt und somit vielen Anhängerinnen und Anhängern mehr Partizipation im Sport ermöglicht. Von Seiten der Bundesliga waren **Hertha BSC Berlin**, **Schalke 04**, **Borussia Dortmund**, **Werder Bremen**, der **FC St. Pauli** und der **Hamburger SV** am Werk.

Am Projekt "Steilpass – Fußballjobs für Alle" sind als Modellklubs der **SC Freiburg**, der **VfL Wolfsburg** und der **FC St. Pauli** beteiligt. Hier sollen **Diversität und Inklusion im Berufsfeld Fußball** entwickelt werden, etwa durch Tools zur inklusiven Arbeitsplatzgestaltung und Audits zur Barrierefreiheit der Arbeitsplätze. Zudem sollen lokale und überregionale Unterstützungs- und Kooperationsnetzwerke zu Inklusion und Diversität am Arbeitsplatz aufgebaut und ein inklusiv gestaltetes Weiterbildungs- und Mentoringprogramm zum Fußballmanagement geschaffen werden.

Neben **Werder Bremen**, **Eintracht Frankfurt**, dem **VfB Stuttgart** und **Hertha BSC Berlin** kooperiert nun auch der **VfL Bochum 1848** mit „[Fußball kann mehr](#)“. Die gemeinnützige Netzwerkorganisation setzt sich für **Geschlechtergerechtigkeit** und mehr Diversität im Fußball ein und bietet konkrete Unterstützung für Frauen im Fußball.

Die Verankerung der Nachhaltigkeit in den Lizenzierungsrichtlinien der DFL hat auch zur Folge, dass sich die Vereine methodisch damit auseinandersetzen müssen und dies in **Nachhaltigkeitsberichten** dokumentieren müssen. Bisher hatte nur rund ein Drittel der Erst- und Zweitligavereine einen solchen Bericht auf der DFL-Seite „**Bundesliga wirkt**“ eingestellt.

Borussia Mönchengladbach und die **SpVgg Greuther Fürth** sind nun dort mit ihren ersten Berichten vertreten. Beide Berichte zeichnen sich durch eine pragmatische Herangehensweise aus und berichten über vielfältige Maßnahmen der Vergangenheit und die Ziele der Zukunft. Durchaus eine empfehlenswerte Lektüre, zumal sie recht unterhaltsam verfasst sind.

Inhaltlich verwundert ein wenig der Vergleich der jeweils ausgewiesenen **Schadstoffemissionen**. Während die Borussen für die Saison 19/20 39.469,24 Tonnen CO₂ bilanzieren, liegen die Kleeblätter in der Saison 21/22 nach ihren Berechnungen für Scope 1 bis 3 bei insgesamt nur bei 1.585,97 Tonnen CO₂e. Dies zeigt, wie notwendig - bei aller wünschenswerten Individualität der Berichte – eine klare Definition von bestimmten Werten durch die DFL und deren standardisierte Ermittlung ist.

Auch **Eintracht Frankfurt** hat eine übergreifende **Nachhaltigkeitsstrategie** entwickelt und dazu nicht nur einen Nachhaltigkeitsbeirat gegründet, sondern sich auch der Messbarkeit auf Basis eines datengetriebenen ESG-Ratings verpflichtet. Die bisherigen Ergebnisse zeigen laut Vorstandssprecher Axel Hellmann, dass sich die Eintracht in den Bereichen Social und Governance auf einem guten Weg befindet, insbesondere im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit jedoch noch großer Handlungsbedarf besteht. Schön wäre es, wenn dieses Rating auch den interessierten Fans im Detail offengelegt und Fortschritte damit für jedermann nachvollziehbar gemacht würden!

Auch der **FC Schalke 04** berichtet über die Verankerung der **Nachhaltigkeitsstrategie** in den Vereinsstrukturen, nachdem unlängst für jeden Bereich konkrete Themenfelder definiert wurden. Auch hier soll ein Fortschritt-Score entwickelt werden, um die Arbeit messbar zu machen. Dieser ist aber noch, um im Jargon der Knappen zu sprechen: „in Mache“.

Ein schönes Beispiel, wie auch mit notgedrungenen weniger Ressourcen als bei den Schwergewichten der Branche eine Nachhaltigkeitsstrategie methodisch sauber entwickelt werden kann, zeigt der **SSV Jahn Regensburg**. Dessen neues **Nachhaltigkeits-Leitbild** mit dem Leitmotiv „Füreinander“ wurde in den vergangenen neun Monaten auf Basis einer Wesentlichkeitsanalyse und aus der Jahn Organisation heraus mittels mehrerer Workshops erarbeitet. Neben der Weiterentwicklung der bereits ergriffenen

Maßnahmen wird das Streben definiert, in drei Lebensbereichen mit neun zentralen Handlungsfeldern und mit vier Initiativen zukunftsgerichtete Zielbeiträge entlang der bestehenden Markenwerte zu verwirklichen.

April 2023 - Schon alles rausgehauen?

Im Vergleich zum Rekordwert von über 100 Maßnahmen, die im März von den 36 Vereinen auf dem DFL Nachhaltigkeitsportal gemeldet wurden, kam es im April zu einem deutlichen Rückgang auf den üblichen Umfang von rund 60 Berichten. Hatten die Vereine im März alles rausgehauen, bevor die Unterlagen zur Lizenzierung für die nächste Saison eingereicht werden mussten? Zum ersten Mal ist die Erfüllung von Nachhaltigkeitskriterien Bestandteil der Lizenzerteilung.

Einige Aktionen bezogen sich noch auf die „**Internationalen Wochen gegen Rassismus**“ aus dem März, zu denen die DFL unter dem Claim „**Stop Racism**“ aufgerufen hatte. Auch die **Erdbebenhilfe für die Türkei und Syrien** geriet nicht in Vergessenheit. Sehr erfreulich, dass nach der ersten Nothilfe nun auch der Wiederaufbau vor Ort unterstützt wird. **Hertha BSC Berlin** und der Berliner AK nutzten die Länderspielpause für ein Benefizspiel, dessen Spendensumme den Bau von 25 Wohn-Containern in der von der Naturkatastrophe betroffenen Region Türkoğlu/Kahramanmaraş ermöglicht. Das entspricht einem festen Dach über dem Kopf für insgesamt 100 Menschen.

Auch der **SV Sandhausen** bestritt ein Benefizspiel gegen eine Auswahl des Fußballkreises Heidelberg, die **SpVgg Greuther Fürth** und **der 1. FC Nürnberg** sammelten in einer Gemeinschaftsaktion mit weiteren fränkischen Spitzensportvereinen Spenden für die Erdbebenhilfe des Fürther Frankenkonvoi e.V. im türkisch-syrischen Grenzgebiet.

Bei vielen sozialen Aktionen der Bundesligisten standen wie gewohnt die **Kinder** im Mittelpunkt – ob beim Osternesterbesuch der **SpVgg Greuther Fürth** im Kinderklinikum, inklusiven Fußballcamps verschiedener Clubs, Aktionstagen zur gesunden Ernährung beim **SV Sandhausen** oder dem „Familientag des herzkranken Kindes“ des **FC Schalke 04**. Die Knappen hatten auch eine nette Idee, ihren kleinen Fans die Tradition des Vereins nahezubringen und luden ihre Bolzplatz-Kids zu einer interaktiven Führung ins Bergwerk ein. „Besonders cool unter Tage war, die Maschinen selbst ausprobieren zu können und zu wissen, wie mein Opa sich damals als Bergmann gefühlt haben muss.“ Die Aktion kam offensichtlich gut an!

Im April steht der **Frühjahrsputz** an! Der **1. FC Nürnberg** berichtet darüber unter der Schlagzeile „Auch die kleinen Dinge zählen!“ An vier Standorten in Nürnberg sammelten fast 100 Helfer*innen – Club-Fans, Spielerinnen und Spieler des FCN, Jugendteams, prominente Sportler und „Local Heroes“ aus den jeweiligen Vierteln- fleißig Müll. Knapp 50 volle Müllsäcke nach viermal 90 Minuten Sammeln stehen am Ende zu Buche. Auch beim **SV Darmstadt 98** und dem **VfL Wolfsburg** trafen sich Spieler, Vereinsangehörige, Fans und Unterstützer zu **Clean-Up-Aktionen**.

Was geschieht eigentlich mit den **übrig gebliebenen Lebensmitteln** nach Bundesligaspielen? Der **SV Werder Bremen** und der **1. FC Köln** haben hierfür unterschiedliche Lösungen gefunden. Werder-Fans können ab sofort über die App „Too Good To Go“ unverkaufte und überschüssige Lebensmittel des Caterers zu stark vergünstigten Preisen erwerben und damit vor der Tonne retten. Beim 1. FC Köln hat die Aktion „Helfen statt Entsorgen“ nach dem Heimspiel gegen Mainz ihre Premiere gefeiert. Mahlzeiten, die in den Businessbereichen des RheinEnergie Stadions übrigbleiben und bisher weggeworfen werden mussten, werden nun an Obdach- und Wohnungslose verteilt. Beide Initiativen zur Nachahmung empfohlen!

Der **SC Freiburg** wurde vom Bundesministerium für Verkehr und Digitales (BMDV) und einer Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte als „**Fahrradfreundlichste Persönlichkeit 2023**“ ausgezeichnet. Damit erhält zum ersten Mal ein Verein den Preis für seinen „außergewöhnlichen Einsatz für das Fahrrad“. Am Europa-Park Stadion finden die SC-Fans beste Bedingungen für das Fahrrad vor: Mit 3.700 Fahrrad-Stellplätzen gibt es dort 1.600 Plätze mehr für das Zweirad als für PKW – und damit mehr als bei jedem anderen Erstligisten. Nach aktuellen Zählungen fahren bis zu 5.000 Personen an den Spieltagen mit dem Fahrrad zum Stadion.

Im Laufe dieser Saison haben sich schon einige Vereine in **Afrika** engagiert. Wichtig, dass es hier nicht bei einmaligen Charity-Besuchen bleibt, sondern dass die Arbeit - vor allem mit Kindern – langfristig und nachhaltig angelegt ist. Für die Fußballschule des **FSV Mainz 05** reiste Felix Müller, ehemaliger Spieler der U23, für zwei Wochen nach Kenia, um in der Hauptstadt Nairobi die begonnene Arbeit weiterzuführen. Zahlreiche kenianische Trainer konnten in verschiedenen Workshops weitergebildet werden und erstmalig durch die Leitung von Übungseinheiten mit Kindern das Erlernte auch praktisch umsetzen.

Erstmalig haben im April der **SV Sandhausen** und **RB Leipzig** ihre **Nachhaltigkeitsberichte** auf der DFL-Plattform eingestellt und präsentieren sich sehr unterschiedlich, jeweils passend zu Struktur und Selbstverständnis: hier der eher regional verwurzelte „Dorfverein“ mit vielen konkreten Beispielen, dort der Konzern mit einer sehr ausgefeilten Methodik und Darstellung.

Der SV Sandhausen beruft sich auf seine Werte: bodenständig & traditionsbewusst, familiär & nahbar, vielfältig & respektvoll, authentisch & transparent, umweltbewusst & nachhaltig. Daran orientieren sich die Maßnahmen in den drei Bereichen Environment, Social und Governance, die im August 2022 von einem externen Dienstleister analysiert wurden. Vor allem der soziale Bereich erhielt gute Noten; Jugendförderung, Antidiskriminierungs- und Inklusionsarbeit stachen hervor und werden auch weiterhin im Fokus bleiben.

Der Nachhaltigkeitsbericht von RB Leipzig mit über 100 Seiten unter dem Titel „Play. Care. Share.“ wurde unter Bezugnahme auf die GRI-Standards 2021 erstellt, die Bezüge zum GRI-Index detailliert erläutert. Grundlage für die Strategie und eine Priorisierung aller Aspekte ist eine Wesentlichkeitsanalyse sämtlicher relevanter Nachhaltigkeitsthemen, die den Geschäftserfolg des Klubs beeinflussen. Bemerkenswert, dass das Themengebiet „Gesellschaftliche Verantwortung“ – ansonsten Schwerpunkt bei den Aktionen der Bundesligisten - keinen der 9 Schwerpunkte als Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse stellt. Hier stehen „Nachwuchsarbeit und sportlicher Erfolg“ sowie „Energie und CO2 Emissionen“ an vorderster Stelle. Sicherlich auch einer anderen Gewichtung der Stakeholder als bei den meisten anderen Vereinen geschuldet.

Positiv hervorzuheben, dass der Bericht sehr viele fundierte Daten zur Bestandsaufnahme enthält – der CO2 Fußabdruck im Jahr 2022 beträgt z.B 45.000 Tonnen – und eine Roadmap konkrete Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung in allen Bereichen enthält. Insgesamt ein sehr professioneller Bericht!

Die Verankerung der Nachhaltigkeit in den Lizenzierungsrichtlinien der DFL sollte eigentlich zur Folge haben, dass immer mehr Vereine einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht erstellen und auf der DFL-Seite „**Bundesliga wirkt!**“ Fans und der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen. Derzeit trifft das allerdings nur für weniger als die Hälfte zu: lediglich 14 der 36 Clubs der 1. und 2. Bundesliga sind hier mit aktuellen Berichten vertreten. Wann folgt der Rest?

Mai 2023 - Saisonendspurt!

Im sportlichen Saisonendspurt der beiden Profiligen überschlugen sich förmlich die Ereignisse – konnten die Aktionen in Sachen Nachhaltigkeit da einigermaßen mithalten? Nun, zumindest wurde eine Vielzahl an Aktivitäten der 36 Vereine im DFL Portal gemeldet: mit knapp 80 rund ein Drittel mehr als in den meisten Monaten zuvor. Vieles war tatsächlich auch dem Ende der Spielzeit geschuldet, so wurde eine ganze Reihe an **Spendenaktionen** zum Abschluss gebracht und entsprechend den Empfängern übergeben.

Der **Karlsruher SC** vergab zusammen mit 9 Partnern den „KSC tut gut“-Förderpreis in Höhe von insgesamt 32.000 Euro an 7 Projekte. Der **Hamburger SV** überreichte einen Spendenscheck in Höhe von 25.000 aus der „1 Euro Ticketspende“ der Fans an den ZKV Kampus. In einigen Stadien wurde das Becherpfand für soziale Organisationen gesammelt, Trikots wurden versteigert. Nachhaltig im doppelten Sinn wirkt eine Spende des **FC Schalke 04**: an die Kindertafel, die bedürftige Kinder in Grund- und Förderschulen mit einem gesunden Frühstück beliefert, wurde ein Elektrofahrzeug gespendet bzw. mitfinanziert.

Eine besonders schöne Aktion läuft beim Erstligaaufsteiger **SV Darmstadt 98**, wo ein Fan das Stadion am Böllenfalltor im Maßstab 1:150 mit seinem 3D-Drucker nachgebaut hat. Als privates Projekt gestartet, entwickelte es sich immer mehr zu einer großen Spendenaktion zu Gunsten von „Du musst kämpfen!“ (dem Vermächtnis von Johnny Heimes). Jeder Lilienfan kann sich – wie auch die komplette Mannschaft - gegen eine Spende als Modellbaufigur im Miniaturstadion verewigen. Mittlerweile sind so mehr als 22.500 Euro zusammengekommen.

Viele Aktionen waren auch im Mai wieder den **Kindern** gewidmet, oft verbunden mit **Sport und Bewegung**. Elf Klubs der Bundesliga und 2. Bundesliga beteiligen sich in Kooperation mit der DFL Stiftung an der vierten Auflage des 2019 erstmals durchgeführten interaktiven Schritte-Wettbewerbs [„step kickt!“](#), der Kinder zu mehr Bewegung im Alltag ermuntert. Ansonsten das übliche Programm: Fußballcamps, Tag der offenen Tür, Stadionführung oder -besuch, Bewegung in Schulen, Ernährung. Neben dem löblichen Zweck sind das sicher auch Maßnahmen, die künftige (und heutige) Fans und Kunden früh an den jeweiligen Verein binden.

[„Fußball trifft Kultur“](#) ist ein integratives Bildungsprogramm für Kinder „aus Stadtteilen in herausfordernder Lage“, mit dem unter anderem **Borussia Mönchengladbach** durch die Kombination aus **Fußball, Sprache und Kultur** Sprach- und Sozialkompetenz fördert, das Lernverhalten schult und Selbstvertrauen stärkt.

Der Themenbereich „Soziales“ wird abgerundet durch eine Vielzahl von Aktivitäten zu **Inklusion und Diversität**. Oftmals wenig spektakulär, aber die Tatsache, dass dies inzwischen bei den meisten Vereinen zur Selbstverständlichkeit geworden ist, zeigt, dass die Erst- und Zweitligisten hier auf dem richtigen Weg sind.

Ein Beispiel für gelungene Inklusion ist der **Fanclub „Sehhunde“** für blinde und in ihrer Sehkraft eingeschränkte Fußballfans, die unterschiedlichen Vereinen die Daumen drücken. Ihre diesjährige Hauptversammlung hielten die „Sehhunde“ in Zusammenarbeit mit dem **Sport-Club Freiburg** ab und erlebten dabei ein vielseitiges Fußballwochenende mit einer auditiven Stadiontour sowie dem Besuch eines Bundesligaspiels, das sie über das barrierefreie Fanradio „Sportclub live“ mit speziell geschulten Kommentatorinnen und Kommentatoren sehr genau verfolgen konnten.

Beim Blick über die (geografischen) Grenzen hinweg sind nach wie vor **Hilfen für die Erdbebenopfer** im türkisch/syrischen Grenzgebiet und die **Unterstützung für die Ukraine** im Mittelpunkt. Mitarbeitende von **Werder Bremen**, dem **FSV Mainz 05** sowie Austria Wien bildeten rund 40 Personen aus Moldau,

Polen, der Ukraine und Rumänien zu Kinder- und Jugendcoaches aus. Diese „Young Coaches“ sollen in den betroffenen grenznahen Regionen niedrighschwellige Fußballangebote für geflüchtete Kinder und Jugendliche umsetzen.

Zunehmend berichten Bundesligaklubs auch über **internationale Kooperationen** und Engagement im Ausland. Der **VfL Bochum** hat Japan und Vietnam als Zielländer für seine digitale Fußballschule ausgemacht, die **TSG Hoffenheim** schult Torhüter und Trainer in Cincinnati und hatte Besuch von afrikanischen Journalisten, **Arminia Bielefeld** empfing eine Jugendgruppe aus Lissabon und eine Delegation des **VfB Stuttgart** reiste nach Kenia, um das Programm des Vereins mit Sportveranstaltungen, verschiedenen Workshops sowie Klimaschutz- und Naturschutzprojekten fortzuführen.

Deutlich weniger Aktionen als im sozialen Bereich laufen im Thema „**Ökologie**“. Mit unterschiedlichen Maßnahmen versuchten die **SpVgg Greuther Fürth**, **Bayer 04 Leverkusen** und **Hertha BSC Berlin**, ihre Fans vom Umstieg aufs Fahrrad zu begeistern – im Alltag oder speziell beim Stadionbesuch. **Arminia Bielefeld** entwickelt mit professionellen Experten zusammen ein neues Entsorgungskonzept, um das betriebliche Abfallmanagement rund um Arena und Geschäftsstelle nachhaltiger aufzustellen. Dabei versteht der DSC Abfall als Wertstoff und Ressource von morgen.

Holstein Kiel veranstaltete im Rahmen der Interdisziplinären Wochen der FH Kiel einen Workshop mit Studierenden und Dozierenden, in dem auf Basis des DFL-Kriteriums „**Lieferkettenmanagement**“ Ansatzpunkte für Verhaltenskodizes für Partner/Zulieferer des Vereins sowie Leitfäden zu nachhaltiger Beschaffung erarbeitet wurden. Damit sollen in die Vertragsbedingungen mit Zulieferern Umweltstandards, Arbeitsnormen sowie Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften aufgenommen werden.

Der **FC Magdeburg** stellt sich der Herausforderung nachhaltigen Handelns und möchte sich nicht nur sportlich im Profifußball etablieren, sondern auch zum Thema Nachhaltigkeit weiterentwickeln. Dafür hat der Club erstmals eine eigene Nachhaltigkeitsseite eingerichtet, inklusive des **Nachhaltigkeitsberichts** für das Jahr 2022, um transparent über die Bestrebungen des Vereins zu berichten

Nachdem die Relegationen gespielt sind, steht die Zusammensetzung der beiden Profiligen für die Saison 2023/24 fest. Wir sind gespannt, was die „Neuen“ – **SV Elversberg**, **VfL Osnabrück** und **SV Wehen Wiesbaden** – nicht nur sportlich, sondern auch in Bezug auf Nachhaltigkeit einbringen. Verabschieden müssen wir uns vorerst vom **SV Sandhausen**, **Jahn Regensburg** und **Arminia Bielefeld**. Während Jahn Regensburg in der abgelaufenen Saison eher über kleinere lokale Aktivitäten berichtete, erstellte Sandhausen seinen ersten umfassenden Nachhaltigkeitsbericht und engagierte sich zusammen mit Partnern aus der Region.

Die Arminia hätte – wäre es um die Nachhaltigkeit gegangen – sicherlich nicht gegen den Abstieg, sondern im Gegenteil um den Aufstieg, vielleicht sogar in der ersten Liga mitgespielt. Viele Aktionen unter dem Claim „**Mehr als Fußball**“, Veranstaltungen gegen das Vergessen, der Schutz des Teutoburger Waldes machten deutlich, dass die Ostwestfalen das in ihrer Satzung implementierte Bekenntnis zur Nachhaltigkeit auch umsetzen. Behaltet das bei – auch in Liga 3!

Juni 2023 - Macht die Nachhaltigkeit Sommerpause?

Die Saison 22/23 ist zu Ende, Spieler und Vereine befinden sich in der (mehr oder weniger...) verdienten Sommerpause. Gilt das auch für die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Bundesligisten? Zum Glück nicht, doch ist der Juni eher geprägt von kleineren Aktivitäten. Die meisten drehen sich um Veranstaltungen von und mit Kindern. Gelegenheit, mal einen intensiveren Blick darauf zu werfen, welche Vielfalt dieses Angebot für den Nachwuchs bietet.

Sportveranstaltungen kommen immer gut an, dabei muss es nicht nur Fußball sein. So lud zum Beispiel die **TSG Hoffenheim** rund 400 junge Sportler und 300 Begleitpersonen zu den TSG-Sommerspielen auf den Stadionrasen ein, um dort Sportarten wie Futsal, Padel, Tennis oder Volleyball auszuprobieren und Angebote der TSG-Fußballschule wahrzunehmen.

Auch der **1. FC Nürnberg** verwandelte das Club-Gelände in eine riesige Spielfläche und veranstaltete den ersten „**Community Kids Day**“ mit FC Niño-Turnier, Hüpfburg, Fußball-Darts und weiteren Mitmach-Aktionen. **Hannover 96** funktionierte gar die Arena zum **Campingplatz** um und ließ rund 96 kleine und große Fans auf dem „heiligen Grün“ zelten.

In Duisburg fand das Abschlussturnier der **Initiative „Fußball trifft Kultur“** statt, in der die Profivereine in Zusammenarbeit mit der DFL-Stiftung insbesondere Kindern aus bildungsfernen sozialen Schichten durch wöchentliche Events wie Kinderpressekonferenzen, Stadionbesichtigungen oder Spielbesuche eine ganzheitliche Förderung in Sprache, Bewegung und Kultur anbieten.

Besonders erfreulich, wenn **Fußballwettbewerbe mit Inklusion** verbunden werden. **RB Leipzig** berichtet über eine Turnierserie für Kinder und Jugendliche mit und ohne Behinderung in der Region Nordost, der **SC Freiburg** über das Finale der südbadischen Inklusionsliga für Kinder. Organisiert werden diese Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit der DFL-Stiftung, den DFB-Landesverbänden und weiteren Partnern wie z.B. der DFB-Stiftung Sepp Herberger.

Merkwürdig, dass sich bei solchen von der DFL bzw. ihrer Stiftung organisierten Projekten jeweils eine ganze Reihe von Bundesligisten engagiert, aber nur ein Teil davon darüber aktiv informiert. So auch beim „**step kickt!**“ Schritte-Wettbewerb für Grundschulkinder, der ebenfalls im Juni seinen Abschluss fand. Obwohl in diesem Jahr 12 Profivereine diese Aktion unterstützten, sind nur 4 von ihnen – **FC Augsburg**, **1. FC Heidenheim**, **SV Sandhausen** und **VfL Bochum** – auf dem DFL-Portal damit vertreten.

Die Themen **Inklusion und Vielfalt** gewinnen generell weiter an Bedeutung. Der **1. FC Köln** unterstützt den „Tag der Begegnung“ und nimmt am Christopher Street Day (wie auch der **VfB Stuttgart**) mit einem eigenen Wagen teil. Der **FC Augsburg** und der **FC Schalke 04** engagierten sich im Rahmen der „Special Olympics“, **Bayer 04 Leverkusen** war Ausrichter von Turnieren der Special Champions League und bildet – ebenso wie der **FC Schalke 04**, **Werder Bremen** und der **1. FSV Mainz 05** - Young Coaches im Behindertenfußball aus. Der **FC Bayern München** lud für einen ganzen Tag zum „Diversity Mountain“, um gemeinsam Zeichen für Vielfalt und gegen Diskriminierung jeder Art zu setzen. Über den Sport hinaus gab es beispielsweise einen Graffiti-Workshop oder die Möglichkeit, Erfahrungen im Blindenfußball zu sammeln.

Wie jeden Monat gab es eine Reihe von **Spendenaktionen**. Trikots wurden für den guten Zweck versteigert, das Becherpfand aus einem Spiel oder der ganzen Saison für wohltätige Zwecke gespendet, für bedürftige Schüler gibt es Schulranzen oder Schulstarterpakete.

Ein beispielhafter Beitrag zur Teilhabe aller am Erlebnis Fußballbundesliga hat beim **SV Darmstadt 98** Tradition: der Erstligaaufsteiger stellt über seine Fan- und Förderabteilung **Dauerkarten für Personen mit stark eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten** für die Hälfte des regulären Eintrittspreises zur Verfügung. Ähnliches gibt es beim Zweitligaaufsteiger **VfL Osnabrück**, wo durch Unterstützung von Partnern und Dauerkarteninhabern sogenannte „**Tante Gerhild Gemeinwohltickets**“ kostenlos an soziale Gruppen oder karitative Einrichtungen vergeben werden.

Der **FC Schalke 04** vermeldet den Titel als **vegan-freundlichstes Bundesligastadion** der Saison 2022/2023. Diesen Preis der Organisation PETA Deutschland e.V. sicherten sich die Knappen bereits zum vierten Mal in Folge. Auf den nächsten Plätzen folgen **Borussia Dortmund** und der **1. FSV Mainz 05**.

Die beiden letzten Plätze belegen **Union Berlin** und die **TSG Hoffenheim**, wobei PETA darauf hinweist, es gäbe dieses Jahr keinen Tabellenkeller, sondern lediglich ein unteres Mittelfeld. Das hätten sich die beiden „Vegan Champions League Teilnehmer“ Schalke 04 (1.) und **Hertha BSC Berlin** (4.) in dieser Saison sicherlich auch sportlich gewünscht... Warum die PETA-Rangliste nur 16 Erstligisten ausweist und die Stadien in Augsburg und Frankfurt gänzlich fehlen, geht aus der Meldung leider nicht hervor.

Der **VfL Bochum 1848** nutzt jetzt Sonnenstrom für die Geschäftsstelle „anne Castroper“. 263 **Photovoltaik-Module** mit einer Leistung von 97 Kilowatt-Peak (kWp), die auf Stadionsdach montiert wurden, produzieren künftig rund 81 Megawattstunden jährlich und sparen damit rund 36 Tonnen CO2 pro Jahr.

Nach wie vor ist es verwunderlich, dass auf dem DFL Nachhaltigkeitsportal lediglich 15 der 36 Erst- und Zweitligaclubs einen **Nachhaltigkeitsbericht** veröffentlicht haben (Stand 15.07.23). Gehört doch der Nachweis eines Nachhaltigkeitsberichts als Punkt 1.8 „Kommunikation & Transparenz“ zu den Mindestkriterien I der neuen DFL-Lizenzierungsordnung, die bereits zum 15. März zu erfüllen waren. Am 1. September treten die Mindestkriterien II in Kraft – da heißt es: „Veröffentlicht der Club seinen vollständigen Nachhaltigkeitsbericht?“. In den nächsten Wochen müsste es in dieser Beziehung also ordentlich abgehen. Wir sind gespannt!

Keinen vollständigen Bericht, aber dafür einen sehr informativen Überblick über seine sozialen Aktivitäten im ersten Halbjahr 2023 hat der **SV Darmstadt 98** zusammengestellt. Unter dem Motto „**Im Zeichen der Lilie**“ werden seit über 10 Jahre Projekte und Aktionen zur Nachhaltigkeit beim Erstligaaufsteiger gebündelt.

Ebenfalls einen Rückblick (der gesamten Saison) gab der **FC Augsburg** über die **sozialen Aktivitäten seiner Nachwuchsmannschaften**. Die Persönlichkeitsentwicklung ist neben der sportlichen und schulischen Ausbildung eine tragende Säule der Nachwuchsphilosophie des Vereins. Unter dem Motto "über den Tellerrand hinausblicken" ist jedes Team des FCA-Nachwuchses dazu verpflichtet, pro Saison mindestens eine soziale Aktion zu absolvieren - von der U9 bis zur U23! Nachahmenswert!

Der **SSV Jahn Regensburg** wird auch in der 3. Liga seine Sozialinitiative „**Brücken für Regensburg**“ beibehalten und damit Brücken bauen für Menschen, die sich in Ihrem Alltag mit Hürden aller Art konfrontiert sehen. 17 ständige und nachhaltige Projekte werden mit vielen Aktionen im Alltag unterstützt. **Arminia Bielefeld** verabschiedete sich durch die Ausschreitungen im Relegationsspiel leider etwas unrühmlich aus der 2. Bundesliga. Immerhin setzte man anschließend im Rückspiel ein Zeichen durch die Botschaft, die anstelle des Sponsors auf den Arminentrikots prangte: „**FAIRPLAY!**“.

Best Practices der Liga – Nachmachen ausdrücklich erwünscht!

Um die Aktivitäten der Clubs einzuordnen und Potentiale aufzuzeigen, haben wir diese an unserer Anspruchshaltung als FC PlayFair! gemessen. Natürlich kann man niedrigere Ansprüche formulieren oder weit höhere Ansprüche. Wir halten unsere Ansprüche und unsere Erwartungshaltungen für zeitgemäß und werden diese natürlich auch von Jahr zu Jahr anpassen. Wir haben die bisher von uns benutzten Kategorien (Ökologie, Soziale, Ökonomie) an die Terminologie der DFL angepasst und nutzen jetzt **Umwelt und Ressourcen, Anspruchsgruppen** sowie **Clubführung und -Organisation** als die drei zentralen Nachhaltigkeits-Themenfelder. Damit soll den DFL-Clubs die Orientierung leichter gemacht werden.

Themenfeld Umwelt und Ressourcen

Die größten Faktoren hier sind die Fanmobilität, der Energieverbrauch der Stadien, Abfall und Abwasser.

Fan-Mobilität: Bewusste Lenkung der Fanmobilität auf **öffentliche Verkehrsträger**, nicht nur im Nahverkehr. Auch und insbesondere für Auswärtsfahrten müssen Fans auf die Bahn gelenkt werden. Fast die Hälfte der CO₂-Belastung durch Fan-Mobilität entsteht durch die weitreisenden Auswärtsfahrer. Sie stellen zwar nur maximal 10% der Fans in den Stadien dar, reisen aber im Schnitt 350 km, also ungefähr die zehnfache Strecke der Heimfans. Langfristig wünschen wir uns, dass auch für **Auswärtsfans** die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln ebenfalls im Ticket inkludiert ist. Das Deutschlandticket lässt grüßen. Idealerweise sollte die DFL selbst, gemeinsam mit der Deutschen Bahn, eine Lösung für die Spiele der Bundesliga und der 2. Liga anstreben. Dann können auch die **Parkplätze** an den Stadien reduziert werden. Dies ist ein Punkt, den wir uns schon in diesem Bericht genau angeschaut haben. **Kompensationsmaßnahmen** sind keine langfristige Lösung - sie bewirken keine Verhaltensänderung. Jeder Club sollte es aus eigener Kraft mittelfristig schaffen, die Fan-Mobilität klimaneutral zu gestalten.

Energieverbrauch Stadion: Moderne Fußball-Arenen aus Beton erzeugen schon beim Bau extrem viel CO₂. Darum geben wir der **Modernisierung** von Stadien immer den Vorzug vor einem kompletten Neubau am Autobahnkreuz. Im laufenden Betrieb ist es nicht viel besser: Das Stadion muss das ganze Jahr über beheizt und/oder klimatisiert werden. In den Geschäftsräumen oder Business-Bereichen wird das ganze Jahr gearbeitet. Darum sollte jedes Stadion über regenerative Energiequellen wie **Photovoltaik** und **Wärmepumpen** verfügen. Flächen auf dem Stadionsdach, Parkhäusern oder Parkplätzen für Photovoltaik sind ausreichend vorhanden. Für **Flutlichtanlagen** gibt es übrigens mittlerweile auch stromsparende LEDs.

Wasser: Selbstverständlich muss auch das Wasser aus der Bodenversiegelung der riesigen Flächen in **Zisternen** aufgefangen und als **Brauchwasser** für Bewässerung und Spülungen genutzt werden. Das gespeicherte Wasser könnte auch gleichzeitig als Wärmespeicher mit Solarstrom betriebenen Wärmepumpen genutzt werden. Die Technologien sind da.

Abfall: Becherpfand-Systeme sollten selbstverständlich sein. Da werden keine Ausreden geduldet und dafür sollten auch keine Auszeichnungen, Preise und Pokale mehr verliehen werden. Das ist heute einfach Standard. Außerdem können mit dem Becherpfand tolle Spendenaktionen organisiert werden. Wichtig ist es, die Becher am besten gar nicht zu bedrucken und sie damit auch nicht zu Sammelobjekten zu machen, die dem Kreislauf entzogen würden. Und selbstverständlich sollten auch die Caterer für die mitgebrachten Speisen und Getränke **Kreislaufverpackungen** nutzen bzw. schnell-kompostierbare Behältnisse anbieten.

Merch: Merchandising Artikel und auch Fußbälle und Teamware können heute schon nachhaltig bezogen, d.h. fair gehandelt und umweltfreundlich produziert werden. Hier gibt es auch schon ein aussagefähiges Ranking und viele Ideen und Vorschläge von [cum ratione](#), an dem sich die Clubs orientieren können. Trikots aus Plastikflaschen sind übrigens nur dann nachhaltig, wenn die Plastikflaschen nicht der Kreislaufwirtschaft entzogen wurden und somit nachproduziert werden müssen.

Themenfeld Anspruchsgruppen

Hier geht es um Vielfalt und Teilhabe für alle, Hilfe für Bedürftige und natürlich Gesundheit.

Vielfalt: Mittlerweile haben es fast alle Bundesligisten verstanden: Man kann nicht über Vielfalt schwadronieren und **Frauen- und Mädchenfußball** nicht anbieten wollen. Das gehört einfach dazu, hier benötigt es keiner weiteren Argumentation. Und natürlich ist es klar, dass Vielfalt auch beim Stadionbesuch gefördert und geschützt werden muss. **Gegen Rassismus, Homophobie, sexualisierte Gewalt** und **Ausgrenzung** gehen mittlerweile nicht nur die Vereine selbst, sondern auch die organisierten Fanszenen konsequent vor.

Teilhabe: Allen soll der Stadionbesuch selbstverständlich gemacht werden. Nicht nur **Kinder, Rollstuhlfahrer und Gehbeeinträchtigte**, auch **hör - oder sehbehinderte Fans** sollen ein tolles Stadionerlebnis haben. Das ist mittlerweile in fast allen Stadien problemlos und vorbildlich möglich. Aber ein Bundesliga-Verein bietet auch gute Möglichkeiten, **inklusive Arbeitsplätze** für Menschen mit Beeinträchtigungen oder als Starthilfe für neu ins Land gekommene **Geflüchtete** zu schaffen. Das schafft Qualifikation, Unabhängigkeit und vermittelt insbesondere Würde und Selbstbewusstsein.

Hilfe für Bedürftige: Das Engagement für die **Tafeln**, für **Obdachlose** und **Geflüchtete** ist mittlerweile in vielen Vereinen vorbildlich. Wir wünschen uns aber nicht nur sporadische und spontane Aktionen mit Partnerorganisationen, sondern **dauerhafte Einrichtungen**, z.B. direkt am Stadion, an der Geschäftsstelle oder in der Gemeinde. Damit kann dann täglich geholfen werden.

Gesundheit: Viele Clubs haben ihre Wurzeln als Sportverein wiederentdeckt und bieten neben Breitensport auch spezielle Programme für verschiedene Gruppen zur **Gesundheitsförderung** an. Häufig verbunden mit Programmen für **gesunde Ernährung** und Lebensführung. Aber auch **Geselligkeit** gehört zum Vereinsleben und kann ein wichtiges Element für eine glückliche und gesunde Lebensführung sein. Darüber hinaus fördern Vereine gerne Aktionen zur Blutspende und zur Knochenmarkspende der DKMS.

Themenfeld Clubführung und -Organisation

Hier geht es um gute Governance, also gute und ethische Führung, Teilhabe von Anspruchsgruppen, nachhaltiges Wirtschaften und finanzielle Nachhaltigkeit in den Clubs und der Liga.

Governance: Ein gelebter „**Code of Conduct**“ oder Verhaltenskodex stellt das Minimum für die Compliance eines Fußball-Clubs dar. Ideal wäre, wenn sich viele Clubs dabei am [Sports Governance Kodex](#) orientieren würden oder gar eine **Entsprechenserklärung** wie der VfL Bochum 1843 abgeben würden.

Teilhabe: Nachhaltige und gesellschaftlich verantwortungsvolle Organisationen binden grundsätzlich ihre Anspruchsgruppen in wichtige Entscheidungsprozesse ein und schaffen Transparenz. Mitglieder und Fans sind solche zentralen Anspruchsgruppen und sollten im Club in **Ausschüssen und Gremien** - sogar im **Aufsichtsrat**, gerne neben den Sponsoren - vertreten sein. Auch sollten sie Einfluss auf die Vorbereitung wichtiger Personalentscheidungen haben, also z.B. auch im **Wahlausschuss** sitzen. Fan-Treffen und Zuhören reicht nicht mehr aus; verbindliche Einbindung und Teilhabe sind notwendig.

Nachhaltiges Wirtschaften: **Regionales Catering**, zum Beispiel mit regionalen Brauereien, Winzern und regionaler Gastronomie, fördert nicht nur die Wirtschaft im unmittelbaren Umfeld, sondern ist wegen der kurzen **Lieferstrecken** umweltfreundlicher als die Kooperation mit überregionalen Großkonzernen.

Finanzielle Nachhaltigkeit: Die anspruchsvollen Lizenzierungskriterien der DFL sorgen grundsätzlich dafür, dass kein Club mitten in der Saison in die Insolvenz geht. Dennoch sollte ein nachhaltiger Club sich **nicht von Investoren abhängig** machen, die nur in guten Zeiten da sind und in schlechten Zeiten den Club erpressen oder von Bord gehen. Für die finanzielle Nachhaltigkeit der Liga in Summe und die Wiederherstellung der Integrität des Wettbewerbs, gibt es gute Vorschläge der Arbeitsgruppe [Zukunft Profifußball](#). Dazu muss aber die DFL in Gänze agieren und reagieren. Die Clubs sollten diese Vorschläge kennen und unterstützen.

Die Vereine der Bundesliga 2022/23 – im Portrait

Wir haben uns die Aktivitäten der Bundesligisten genau angeschaut. Dabei helfen die DFL und die Vereine mittlerweile hervorragend mit. Sie erzeugen nämlich Transparenz über ihre Aktivitäten und ermöglichen so allen, sich ein eigenes Bild zu verschaffen. Auf der Infoseite <https://bundesliga-wirkt.dfl.de/> veröffentlichen die Clubs der ersten und zweiten Bundesliga laufend ihre [Aktivitäten](#) und auch ihre [Nachhaltigkeitsberichte](#). Das ist vorbildlich und lobenswert.

Der Nachteil der Kommunikation bisher ist allerdings, dass die Bundesligisten weitgehend nur getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ kommunizieren. Nur ganz wenige setzen sich für ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten bereits konkrete Ziele und messen ihren Fortschritt in Bezug auf diese Zielsetzungen. Der VfL Wolfsburg kommuniziert das beispielsweise in seinem [Nachhaltigkeitsbericht](#).

Wir haben uns die Berichte der Clubs und deren Aktivitäten angeschaut und ordnen sie strukturiert in die drei Themenfelder *Umwelt und Ressourcen*, *Anspruchsgruppen* und *Clubführung und -Organisation* ein. Dies sind auch die drei Themenfelder, die die DFL in den Lizenzierungskriterien für die Nachhaltigkeit der Clubs unterscheidet und adressiert.

Mit unserem Nachhaltigkeitsbericht verfolgen wir zwei wesentliche Ziele:

1. Transparenz und Einordnung: Wie ist der Stand der Aktivitäten der einzelnen Clubs? Wird das den Erwartungen der Anspruchsgruppe Zuschauer und Fans der Liga gerecht?
2. Potentiale aufzeigen: Was können die Clubs besser machen? Wie werden sie den Erwartungen der Gesellschaft gerecht und rüsten sich für die Zukunft?

Dazu haben wir unsere Datenbank der Bundesligisten mit den Aktivitäten des letzten Jahres ergänzt und die Maßnahmen kategorisiert. Die Kategorisierung erfolgt jeweils nach den Kriterien Nachhaltigkeit (vom verbalen Appell bis zur tatsächlich nachhaltigen Aktion) und in der Kategorie Größe (es gibt halt viele „kleine“ und nur wenige „große“ Maßnahmen).

Kategorien für Nachhaltigkeit

Vorbildlich: Mit Unterstützung und Organisation wird das Interesse der Öffentlichkeit auf soziale Aktivitäten und Aktionen gerichtet und zum Mitwirken und Umdenken angeregt. Soziale Gruppen werden mit mildtätigen Spenden oder Angeboten unterstützt. Regelmäßiger Austausch mit Stakeholdern und Anspruchsgruppen.

Helfen und Fördern: Schädliche Wirkungen für Umwelt und Gesellschaft werden proaktiv vermieden, Anspruchsgruppen und Partner erhalten wirksame Unterstützung und Hilfe. CO₂-Emissionen werden kurz- und langfristig gesenkt, z.B. Nutzung von ÖPNV und Fahrrad statt Auto. Natur wird dauerhaft vor weiterer Zerstörung geschützt. Kultur wird gepflegt und erhalten. Regionale Unternehmen werden bevorzugt. Menschen erhalten dauerhaft Hilfe und Unterstützung: Schutz und Wohnraum, sanitäre Einrichtungen, Beschäftigung, Versorgung, Hilfe bei Behörden.

Nachhaltig: Die Maßnahme sorgt für einen echten, nachhaltigen Fortschritt und aktive Verbesserung: Regenerative Energie wird erzeugt und genutzt. Flächen werden aktiv aufgeforstet. Bildung, Qualifikation und Ausbildung wird als Basis für die auskömmliche Existenz von Menschen angeboten. Arbeitsplätze werden bewusst auch für benachteiligte Gruppen geschaffen. Das Management verfolgt transparente und nachhaltige Prinzipien der Geschäftsführung. Es erfolgt eine dauerhafte und verbindliche Einbindung aller Stakeholder in relevante Strukturen und Entscheidungen.

Kategorien für Umfang und Größe

Respektabel: Die Maßnahmen werden einmalig oder in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Der finanzielle Rahmen oder der personelle Aufwand kann bis zu 100.000 € betragen. Das ist schon eine große Summe. Hierunter fallen viele mildtätige Aktionen und auch Kooperationen oder Aktionstage mit Partnerorganisationen.

Beachtlich: Die Maßnahmen sind auf Kontinuität ausgelegt und keine einmaligen Aktionen. Das Budget übersteigt dabei auch 100.000 €. Der Verein ist für die Aktion weitgehend selbst verantwortlich und stemmt sie aus eigener Kraft. Stiftungen helfen Spenden zu sammeln und zu verteilen.

Großartig: Echte Highlights, die der Verein sich was kosten lässt. Langfristige Maßnahmen zum Klimaschutz oder zur Entwicklung der Gesellschaft. Diese Aktivitäten sind umfangreich und erfordern schnell Summen im Millionen € Bereich. Photovoltaik, Geothermie, klimaneutrale Fan-Mobilität oder sich selbst tragende Stiftungen mit einem großen Kapitalstock (die nicht nur Spenden Sammeln und durchreichen) sind Beispiele für diese Kategorie. NLZ zur Ausbildung der eigenen Jugend zählen allerdings nicht zu dieser Kategorie, da der gesellschaftliche Nutzen nicht im Vordergrund steht.

Hertha BSC Berlin



Take away

Der „Fall“ Hertha in die Zweitklassigkeit zeigt, dass Investoren-Millionen keinen sportlichen Erfolg und auch keine ökonomische Nachhaltigkeit garantieren. Zusammenhalt im Verein, ein kompetentes Management und eine Mannschaft, die nicht nur aus gut bezahlten Einzelspielern besteht, sind mindestens genauso wichtig für nachhaltigen Erfolg. Ansonsten punktet die Hertha immerhin mit einer neuen Photovoltaik-Anlage und reichlich sozialem Engagement. Das kann aber den Eindruck der Management-Verfehlungen und den Irrweg bei der Einbindung von Investoren nicht kompensieren.

Umwelt und Ressourcen

Die Hertha ist einer der wenigen Clubs, die ihren [CO₂-Fußabdruck](#) veröffentlichen. Das ist ein wichtiger Schritt zur Klimaneutralität. Mit einem [Managementplan](#) für Nachhaltigkeit im Olympiastadion werden konkrete Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs festgelegt und auch kommuniziert. Allerdings vermissen wir hierbei noch Informationen zur Terminierung. Erfreulicherweise wurde das Olympiastadion mit einer Photovoltaik-Anlage und innovativen Pufferbatterien ausgestattet, um einen Teil des eigenen Energieverbrauchs aus regenerativen Quellen zu decken. Das Flutlicht und die Beleuchtung der Räumlichkeiten wird auf LED-Licht umgestellt. Die Nutzung von individueller E-Mobilität wird unterstützt und vereinfacht.

Anspruchsgruppen

Hier macht die Hertha richtig viel und viel richtig. Das zeigt auch der jährliche [Sozialbericht](#). Herauszuheben ist das Engagement für Vielfalt, Inklusion und Bildung sowie die Unterstützung Obdachloser. Das Programm "Hertha hilft!" unterstützt gemeinnützige Organisationen und Initiativen, die sich für Bildung, Gesundheit und soziale Gerechtigkeit einsetzen. Der Verein organisiert Fußballcamps für Kinder und Jugendliche aus sozial schwächeren Stadtteilen, um ihnen eine sportliche und soziale Perspektive zu bieten. Hertha BSC Berlin kooperiert auch mit Schulen, um Bildungsprojekte durchzuführen und junge Menschen in ihrer persönlichen Entwicklung zu unterstützen.

Clubführung und -Organisation

Die vielen Wechsel im Management des Clubs scheinen Spuren zu hinterlassen. Eine offensichtlich nicht rechtzeitig erfolgte Umschuldung oder Verlängerung einer Anleihe hätte ein ernstes Problem für die Sicherung der Lizenz für die 2. Bundesliga bedeuten können. Hat die Clubführung sich da etwa auf den schnellen Einstieg eines neuen Investors verlassen oder gar die Umschuldung einfach verschlafen? Beide Tatsachen sind kein Ruhmesblatt für eine nachhaltige Vereinsführung.

Mit der SustainClub-Zertifizierung strebt die Hertha einen weiteren Schritt in Richtung Nachhaltigkeit und Transparenz an. Auch die Veröffentlichung eines ausführlichen, jährlichen Sozialberichts erzeugt Transparenz und Motivation für zukünftige soziale Aktivitäten.

FC Schalke 04



Take away

Schalke 04 zeigt ein gemischtes Bild in Punkto Nachhaltigkeit: Bei den sozialen Themenfeldern und der Integration von Anspruchsgruppen ist der Verein ganz weit vorne in der Liga. Auch kann man bei Schalke 04 tatsächlich noch von einem „Verein“ sprechen, haben die Knappen doch als einer der wenigen Clubs in der DFL ihren Lizenzspielbetrieb noch nicht in eine Kapitalgesellschaft ausgegliedert. Im Themenfeld Umwelt und Ressourcen geht allerdings noch zu wenig. Die Arena auf Schalke ist zwar eines der modernsten und technisch anspruchsvollsten der Liga, hat aber in Punkto Umwelt und Schonung von Ressourcen nur wenig zu bieten.

Umwelt und Ressourcen

Der Bundesliga-Auf- und wieder Absteiger hat mit der Veltins-Arena eines der modernsten und größten Stadien der Liga, das immerhin schon mit LED-Licht geflutet wird. Leider standen bei der Planung des Stadions nur wenige Nachhaltigkeitsaspekte im Vordergrund. Natürlich gibt es umfangreiche ÖPNV-Anreisemöglichkeiten. Aber mit 14.000 Parkplätzen ist die Arena mit dem Auto aus dem Umfeld fast zu gut erreichbar und liegt daher im Parkplatz-Ranking leider in der Spitzengruppe der Liga. Die Arena verfügt bei den erneuerbaren Energien weder über Photovoltaik noch über fortschrittliche Wärmetechnik. Da passt es ins Bild, dass auch bei der Getränkeversorgung erst Anfang 2023 ein flächendeckendes Becherpfund-System mit Mehrwegbechern eingeführt wurde. Immerhin ist Schalke 04 beim [Peta-Ranking](#) mit dem besten veganen Catering-Angebot der Liga ganz vorne.

Anspruchsgruppen

In diesem Themenfeld kann Schalke 04 ehrlich und glaubwürdig richtig Punkten. Schalke engagiert sich in Projektwochen gegen Rassismus und Diskriminierung an lokalen Schulen und versucht benachteiligten Gruppen zu helfen. Dabei spielt die Stiftung „Schalke hilft!“ eine zentrale Rolle und initiiert eine Reihe von wertvollen Projekten. So haben die Schalker eine Reihe von [Bolzplätzen](#) in der Region modernisiert und sorgen für deren Ausstattung, Erhalt und Pflege. Damit wird die so wichtige Bolzplatzkultur wieder gefördert und erhalten, die Kindern und Jugendlichen das Kicken in der Freizeit, außerhalb des Vereinsbetriebs, ermöglicht. Mit der Initiative #Stehtauf fördert die Stiftung gezielt Aktivitäten die sich für Vielfalt, Toleranz und Integration einsetzen. Neben dem regionalen Engagement für Bildung und Integration engagiert sich Schalke 04 auch international in der [Football Club Social Alliance](#), um junge, benachteiligte Menschen besser zu integrieren und soziale Kompetenzen für eine eigenverantwortliche Zukunft zu entwickeln.

Clubführung und -Organisation

Der Schalker Verhaltenskodex ist seit 2017 ein Vorbild für die anderen Clubs der Liga. Dass der Kodex nicht nur eine Worthülse ist, musste Präsident Tönies erfahren, als viele Mitglieder, nach dem Rassismus-Vorwurf 2019 und dem Corona Ausbruch 2020 in seinen Fleischfabriken, seinen Rücktritt erzwangen. Beim Thema Nachhaltigkeit setzt sich Schalke 04 gemeinsam mit der Arena GmbH konkrete Nachhaltigkeitsziele in Anlehnung an die UN Nachhaltigkeits-Leitlinien. Die wenigen konkreten Maßnahmen erfüllen aber noch nicht die zukünftigen, wesentlich strengeren Vorgaben aus der DFL-Lizenzierungsordnung und bedürfen einer weiteren Konkretisierung.

VfB Stuttgart 1893



Take away

Der VfB hat sich in dieser Saison beim Thema Nachhaltigkeit, im Vergleich zur letzten Saison, nicht wesentlich verbessert. Der Fokus des Managements ging in Richtung Klassenerhalt und war durch viele Personalwechsel in der sportlichen Leitung gebunden. In der Diskussion um den Einstieg eines Investors in die DFL hat sich der VfB konsequent auf der Seite der organisierten Fans positioniert. Bei der laufenden Modernisierung des Stadions sind Möglichkeiten zum nachhaltigen, ökologischen Umbau weitgehend ungenutzt geblieben. Außer einer technisch anspruchsvollen, in der Fläche jedoch bescheidenen, Photovoltaik-Anlage gibt es wenig Nachhaltiges zu berichten.

Umwelt und Ressourcen

Die Mercedes-Benz Arena wird aktuell für die EM 2024 modernisiert und hat bereits ein energiesparendes LED-Flutlicht erhalten. Darüber hinaus soll eine Photovoltaik Anlage installiert werden. Der nach wie vor hohe Anteil mit PKW anreisender Fans sorgt aber, insbesondere bei Auswärtsspielen, für eine hohe Klimabelastung durch die Fan-Mobilität des VfB. Bei Heimspielen stellt der VfB mittlerweile bewachte Fahrradabstellplätze zur Verfügung; ein gutes Angebot für sportliche und nachhaltige Fans. Das Angebot an Fan-Zügen für die reisefreudigen Auswärtsfahrer kann in der zukünftigen Heimat von Stuttgart 21 sicherlich erhöht und auch preislich noch attraktiver gemacht werden. Beim Thema nachhaltige Textilien und Merch-Produkte sucht und findet der VfB gute Lösungen: Das wird auch in der Nachhaltigkeitsstudie zu den Fan-Shops von [cum ratione](#) gewürdigt. Hier belegt der VfB den zweiten Platz hinter dem FC St. Pauli und ist damit neuer Spitzenreiter der Bundesliga.

Anspruchsgruppen

Der VfB organisiert und beteiligt sich an vielfältigen Aktivitäten und übernimmt gesellschaftliche Verantwortung in der Region. Beachtenswert ist besonders das Engagement zu Vielfalt und Diversität: Der VfB Stuttgart war beim Stuttgarter Christopher Street Day mit einem ganzen eigenen Truck dabei und hat jetzt auch noch eine eigene Stiftung ins Leben gerufen: Der Brustring der Herzen fördert Sport, Bildung und Umweltschutz. Auch beim Thema Inklusion von Menschen mit Behinderungen geht der VfB in seiner Leichtathletik-Abteilung mit einer inklusiven Trainingsgruppe voran. Für die nachhaltig fortbildungswilligen Fußball-Fans bietet die VfB-Akademie jetzt auch einen Master-Studiengang *Leadership & Nachhaltigkeitsmanagement* an. Beeindruckend ist aber nicht nur das Engagement des Vereins, sondern auch das soziale Engagement der aktiven Fanszene: Dabei erhält die Szene regelmäßig Anerkennung und Unterstützung durch Präsidium und Gremien des VfB.

Clubführung und -Organisation

Die Gründung einer Stiftung, die guten Ergebnisse in der Nachhaltigkeitsstudie von [cum ratione](#) und die Sustain-Club Zertifizierung in Silber zeigen, dass der VfB Nachhaltigkeit ernst nimmt. Dass die Ergebnisse der Zertifizierung, inklusive der offenen Handlungsfelder, transparent kommuniziert wurden, ist bemerkenswert und vorbildlich. Das Nachhaltigkeitsmanagement des Vereins ist professionell und gut organisiert. Die Vereinsführung hat sich bei den Themen Investoreneinstieg in der DFL und zur 50+1 Regelung klar positioniert. Die Einbindung der Mitglieder in die Entwicklung des Vereins z.B. über Fan-Ausschuss und Gremien funktioniert gut. Die Satzung wird regelmäßig mit aktiver Unterstützung und auf Vorschläge der Mitglieder hin weiterentwickelt und auf der Mitgliederversammlung zur Abstimmung gestellt.

FC Augsburg



Take away

Der FC Augsburg hat sich bei seinem Bestreben in Richtung Nachhaltigkeit strategisch neu ausgerichtet. Mit einem durchdachten Stadionenergiekonzept der Liga kann der FCA bereits seit 2009 punkten, ruht sich aber nicht mehr auf diesen Lorbeeren aus. Mit dem [FCA-Wald](#) und dem Fokusthema Wasser engagiert man sich in Augsburg glaubwürdig für den Klimaschutz, den Erhalt natürlicher Lebensräume und die aktive Reduzierung von CO₂. Mit der geplanten [FCA-Kita](#) wird ein relevanter Punkt im gesellschaftlichen Leben adressiert und auf den Kitaplatz-Mangel reagiert. In seinem zweiten, ausführlichen [Tätigkeitsbericht](#) 2021/2022 dokumentiert der FCA seine vielfältigen Aktivitäten zur sozialen und ökologischen Verantwortung.

Umwelt und Ressourcen

Mit der WWK-Arena verfügen die Augsburgs über ein Fußballstadion, das durch die Nutzung von Ökostrom aus 100% regionaler Wasserkraft und die damit gewonnene Erdwärme aus der eigenen Geothermie-Anlage die Stadiongebäude energetisch weitgehend regenerativ betreibt. Mit der Initiative FCA-Wald unterstreichen die Augsburgs ihren CO₂ Fokus sehr glaubwürdig: Hier werden auch Fans und Spieler einbezogen. Mit 3.500 PKW-Parkplätzen am Stadion rangiert der FCA hingegen im Mittelfeld der Bundesliga. Wenn man es mit der schrittweisen Vermeidung von CO₂ auch am Spieltag ernst meint, sollte eine kontinuierliche Reduzierung dieser Anreisemöglichkeit erfolgen. Die Fans sollten verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel oder das Rad umgelenkt werden. In diesem Jahr wurde endlich auch ein Mehrwegbechersystem für die Getränke im Stadion eingeführt. Ein längst überfälliger Schritt.

Anspruchsgruppen

Die Augsburgs engagieren sich mit der geplanten FCA-Kindertagesstätte in einem wichtigen Bereich unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens. Durch die fast einhundert Kita-Plätze soll nicht nur dem Mangel an qualifizierten Kinderbetreuungsplätzen begegnet werden, sondern auch gezielt die aktive Bewegung der Kinder gefördert werden. So wie es sich für die Kita eines Sportvereins gehört. Ein wichtiges Element zur Pflege der Erinnerungskultur im Rahmen der Initiative „#NieWieder!“, ist die Möglichkeit zum Besuch der Gedenkstätte KZ Dachau. Auch die lokalen Tafeln und die Wärmestube werden seit Jahren vom FC Augsburg aktiv unterstützt.

Clubführung und -Organisation

Mit dem zweiten, ausführlichen Tätigkeitsbericht 2021/2022 und einer eigenen Strategie für gesellschaftliches Engagement und Nachhaltigkeit bringt der FCA seine Aktivitäten in einen strukturierten, transparenten Rahmen. Mit der Fokussierung auf Umwelt- und Klimaschutz sowie Bewegung und Bildung ist eine sinnvolle und zur bisherigen Historie des Vereins passende Ausrichtung erfolgt. Wichtig wäre es jetzt aber auch, Strukturen und Prozesse zur Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Governance des Vereins verbindlich und transparent zu organisieren. Dabei können Vorschläge aus dem [Sports Governance Kodex](#) sicher eine gute Orientierung sein.

VfL Bochum 1848



Take away

Auch dieses Jahr hat der VfL wieder die Klasse gehalten und bleibt nicht nur sportlich eine Bereicherung der Liga. Neben vielfältigen sozialen Aktivitäten und einer guten Erreichbarkeit des Stadions mit öffentlichen Verkehrsmitteln, kann der VfL Bochum auch mit einer neuen Photovoltaik-Anlage und dem „Responsible Sports Award“ für vorbildliche Governance und Führung des Vereins punkten. Derzeit arbeitet der VfL an einer nachhaltigen Gesamtstrategie. Damit geht der Verein über eine reine Nachhaltigkeitsstrategie hinaus und integriert Nachhaltigkeit in alle strategischen Entscheidungen. Das ist weitblickend und vorbildlich. Wir sind gespannt.

Umwelt und Ressourcen

Der ökologische Trumpf des Stadions an der Castroper ist seine städtische Lage und die gute Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel. Gegen den VfL Wolfsburg wurde zudem der erste „Fahrrad-Spieltag“ organisiert: Gut für Umwelt, Gesundheit und Geldbeutel. Die Aktion mit bewachten Fahrradstellplätzen darf auch gerne zum Dauerzustand werden. Vielleicht muss dann ja bald ein VIP-Parkplatz am Stadion zum Fahrradabstellplatz umfunktioniert werden?

Das in seiner Substanz über 40 Jahre alte Vonovia Ruhrstadion ist sicherlich kein Vorbild an Energieeffizienz und Klimaneutralität. Aber die Bochumer gehen das Thema energisch und zeitgemäß an: So wurde jetzt eine Photovoltaik-Anlage auf dem Dach mit 97 Kilowatt Spitzenleistung (kWp) montiert, die jährlich ca. 36 Tonnen CO₂ sparen soll. Mit einer Ökoprotit Zertifizierung stellten die Bochumer darüber hinaus unter Beweis, dass sie das Thema Energieeffizienz ernst nehmen und auch systematisch angehen.

Anspruchsgruppen

Der VfL engagiert sich traditionell stark für Vielfalt, Integration und Jugend in seiner Stadt. Jetzt hat der VfL einen „Beirat Zukunft“ ins Leben gerufen, um die Bedürfnisse und Wünsche junger Menschen stärker ins Vereinsleben zu integrieren und im Rahmen ihrer nachhaltigen Gesamtstrategie zu berücksichtigen. Der Beirat wird von Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 25 Jahren gebildet, die sich gesellschaftlich engagieren wollen. Wir sind auf die Ergebnisse gespannt. Wohltätige und gemeinnützige Aktivitäten bündelt der VfL sinnvoll in der Aktion „Glück Auf“, bei der häufig auch Fans und Partner des Vereins eingebunden werden.

Clubführung und -Organisation

Mit der Entsprechenserklärung zum [Sports Governance Kodex](#) hat der VfL Bochum ein klares Signal gesetzt und verpflichtet sich damit zu den Grundsätzen guter Führung und Governance als Sportorganisation. Konsequenterweise wurde der Verein auch mit dem „Responsible Sports Award“ ausgezeichnet. Seit 2019 bestehen professionelle Strukturen für das Management von Nachhaltigkeit im Club. Der erste umfangreiche Nachhaltigkeitsbericht ist in Vorbereitung. Dafür wurde vorbereitend eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und der CO₂-Fußabdruck im Rahmen einer umfassenden Ökobilanz ermittelt. Damit ist der VfL Bochum ein Vorreiter und Vorbild der Liga in der Kategorie Clubführung und -Organisation. Tip: Wer mehr über die Nachhaltigkeit beim VfL Bochum wissen will, kann beim VfL auch den [CSR-Newsletter](#) abonnieren.

SV Werder Bremen



Take away

Mit dem SV Werder Bremen ist ein nachhaltiger Top-Club in die Bundesliga aufgestiegen und hat auch den sportlichen Klassenerhalt souverän geschafft. In allen drei Themenfeldern ist der SV Werder ganz vorne dabei und ein Vorbild für nachhaltigen Bundesliga-Fußball.

Das ist kein Zufall. Werder ist beim Thema Nachhaltigkeit nicht nur engagiert, sondern auch ambitioniert. Man hat sich der Initiative „Sports for Climate Action“ angeschlossen und will bis 2040 den CO₂-Ausstoß auf „Netto Null“ reduzieren. Auch sozial engagiert sich Werder mit einer Mitgliedschaft in der Initiative „Common Goal“, die mit 1% der Ticketing- und Sponsoringlöhne soziale Projekte fördert.

Umwelt und Ressourcen

Der SV Werder verfügt mit dem Weser-Stadion über eine moderne, energieeffiziente Arena. Eine leistungsstarke Photovoltaik-Anlage trägt dazu bei, dass die Stromversorgung nachhaltig aus erneuerbarer Energie erfolgt. Daran können auch die Fans über regenerative Stromtarife partizipieren. Die Wärmeversorgung des Stadions wird über eine moderne Gasturbine mit Strom-Wärme-Kopplung sichergestellt. Idealerweise hätte eine Wärmepumpe die Energie auch aus der nahen Weser ziehen können, statt Gas zu verbrennen. Bei der Anreise der Fans wird stark auf den öffentlichen Nahverkehr gesetzt. Auch die Fans aus dem weiteren Umland werden mit Pendelbussen von den Park & Ride Parkplätzen auf den letzten km zum Stadion gebracht. Darüber hinaus hat Werder bereits seit 20 Jahren ein Pfandbechersystem im Einsatz, beteiligt sich an Baumpflanzungen und organisiert regelmäßig Umweltkampagnen, um Bewusstsein für Umweltthemen zu schaffen.

Anspruchsgruppen

Der SV Werder engagiert sich authentisch im sozialen Bereich und nutzt den Fußballsport als Plattform, um benachteiligten Menschen zu helfen und soziale Integration zu fördern. Dabei wurden eine Reihe von Projekten ins Leben gerufen, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Die Initiative „[Spielraum](#)“ bietet beispielsweise soziale und sportliche Aktivitäten gegen Bewegungsarmut für Kinder und Jugendliche in Bremen und Umgebung an. Zudem gibt es das Programm "Werder bewegt", bei dem Fußball als Mittel eingesetzt wird, um soziale Kompetenzen zu fördern und Gewaltprävention zu betreiben. Der SV Werder Bremen engagiert sich dazu sehr glaubwürdig in der Initiative „Fußball kann mehr“ für die Förderung von Frauen in Unternehmen. Mit einer Frau in der Geschäftsführung, einer Frau im Aufsichtsrat und der Vizepräsidentin geht Werder hier auch mit gutem Beispiel voran.

Clubführung und - Organisation

In Bezug auf die Clubführung hat der SV Werder Bremen Richtlinien und Standards etabliert, um Transparenz und Integrität zu gewährleisten. Der Verein hat eine Code of Conduct-Richtlinie eingeführt, die für alle Mitarbeiter, Spieler und Verantwortlichen verbindlich ist. Dieser Verhaltenskodex setzt Maßstäbe für ethisches Verhalten, Anti-Korruption und Compliance. Der Weg zur Einhaltung des [Sports Governance Kodex](#) sollte nicht weit sein. Der Verein hat eine professionelle und engagierte CSR-Organisation und veröffentlicht regelmäßig Nachhaltigkeitsberichte, um über seine Fortschritte in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance zu informieren und sich selbst zu evaluieren.

TSG Hoffenheim



Take away

Die TSG Hoffenheim ist im Themenfeld Ökologie und gesellschaftliche Verantwortung sicherlich einer der innovativsten und am besten aufgestellten Bundesligisten. Was den Einsatz erneuerbarer Energien und die Vermeidung von Abfall und Abwasser angeht, macht den Hoffenheimern kaum jemand etwas vor. Ein Minuspunkt für den CO₂-Fußabdruck ist allerdings die Erreichbarkeit des Stadions mit dem ÖPNV. Die vielen Parkplätze am Stadion sprechen Bände. Die sozialen und ökologischen Projekte der TSG in Afrika sind dagegen vorbildlich: Sie kombinieren ökologische Nachhaltigkeit, Bildung, Arbeit und soziale Entwicklung vor Ort in einzigartiger Weise.

Umwelt und Ressourcen

Bei der Planung der modernen PreZero Arena in Sinsheim wurden leider tragfähige Strukturen für Photovoltaik vergessen. Und das zu einem Zeitpunkt, da schon eine Reihe anderer Bundesligisten mit kleinen Stadien über ebensolche verfügten. Die Hoffenheimer haben aber dennoch eine elegante Lösung gefunden: Mit der Überdachung von Parkplätzen durch Photovoltaik-Anlagen kann über die Hälfte des Energiebedarfs der Arena gedeckt werden. Auch mit ihrem vorbildlichen Abfall und Abwasser-Management können die Hoffenheimer punkten; hier zeigt sich der Partner und Namensgeber der Arena sehr engagiert und trägt dazu bei, die erste Stufe der Zero-Waste Zertifizierung (Bronze-Status) zu erreichen. Bei der Fan-Mobilität fallen natürlich die vielen Parkplätze und die schlechte Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ins Auge. Immerhin kompensieren die Hoffenheimer die Mobilität der TSG-Organisation, der Gästemannschaft, sowie den unmittelbaren CO₂-Fußabdruck der TSG (im Scope 1 und 2) mit einem interessanten Projekt in Kenia.

Anspruchsgruppen

Die Hoffenheimer haben es sehr geschickt verstanden, ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung miteinander zu kombinieren. So fördern sie intensiv Projekte in Afrika, die den Menschen dort Bildung, nachhaltige Arbeit und wachsenden Wohlstand verschaffen. Neben der Aufforstung von Wäldern in Uganda ist besonders das Projekt Umoja hervorzuheben. Die TSG hat die Textil- und Lifestyle-Marke 2019 gegründet. Die Baumwoll-Produkte werden 100% nachhaltig im Regenfeldbau angebaut und zu fairen Arbeitsbedingungen in Uganda produziert. Die TSG übernimmt hier selbst Verantwortung und überlässt das nicht einfach Partnerorganisationen im Rahmen von Kooperationen.

Clubführung und -Organisation

Die Hoffenheimer haben mit „TSG ist Bewegung“ eine innovative Strategie zur Integration von gesellschaftlicher Verantwortung in die Entwicklung der TSG formuliert und setzen diese konsequent und einflussreich um. Von den Strukturen her ist die TSG bisher aber nicht wirklich ein mitgliedergeführter Verein. Eine Kritik, die von Fans immer wieder öffentlich genannt wird. Eine stärkere Einbindung von Umfeld und Fans in den Verein würde möglicherweise langfristig zu einer höheren Akzeptanz und Verbundenheit führen.

1. FC Köln



Take away

Die Kölner haben ihre Nachhaltigkeits-Strategie bereits vor Jahren an den globalen Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen ausgerichtet. Schwerpunkt sind dabei: Gesundheit, Bildung, nachhaltiger Konsum und Klimaschutz. Das sieht man dann in den vielen verschiedenen Aktivitäten, die die Kölner in den relevanten Feldern entwickelt haben. Der Fortschritt der Umsetzung der Maßnahmen wird vom 1. FC Köln laufend berichtet. Auch in der Organisation des Vereins haben die Kölner sehr nachhaltige, mitgliederorientierte Strukturen geschaffen.

Umwelt und Ressourcen

Die Kölner verfügen mit Ökoprofit-Mitgliedschaft und ZNU-Zertifizierung bereits über einen anerkannten Nachweis ihrer nachhaltigen Aktivitäten. Den Energiebedarf decken die Kölner allerdings nur über den Bezug von klimaneutralem Strom, da das RheinEnergie-Stadion leider nicht über eine Photovoltaik-Anlage verfügt. Dann müsste der EffZeh auch weniger Emissionen durch den Erwerb von Zertifikaten für Projekte in Indien kompensieren.

Dass die Anreise zum Spieltag mit öffentlichen Verkehrsmitteln erfolgen kann, ist in Köln selbstverständlich. Auch für die Kölner Auswärtsfahrer bestehen, dank der guten Bahn-Anbindung, beste Möglichkeiten mit dem Zug zum Spiel zu fahren. Beim Merchandising stellt man Schritt für Schritt auf nachhaltig produzierte Artikel um, die mit dem Grünen Hennes gekennzeichnet werden. Aber hier sind andere Clubs in der Liga einen Schritt weiter, wie [cum ratione](#) zeigt.

Anspruchsgruppen

Die Kölner engagieren sich vielfältig und glaubwürdig sozial in der Kölner Gesellschaft. Jugendlichen und Kindern werden z.B. gemeinsam mit dem Verein Lernort Stadion e.V. in der FC Stadionakademie soziale Kompetenzen vermittelt und sie damit auf den Berufseinstieg vorbereitet. Die Stadionakademie lädt dazu auch ganz vorbildlich soziale Projekte und Fans der Gastmannschaften ein, um hier für eine Verbindung über die Grenzen Kölns hinaus zu sorgen. Die Stiftung fördert bemerkenswerterweise auch Projekte am Standort des Trainingslagers der Kölner.

Clubführung und -Organisation

Mit einer klaren Strategie zur Nachhaltigkeit und transparentem Bericht der Fortschritte können die Kölner grundsätzlich punkten. Dazu kommt die sinnvolle Bündelung vieler Maßnahmen und Kooperationen in der Stiftung 1. FC Köln. Auch von der Gremienstruktur her ist der 1. FC Köln sehr gut und insbesondere mitgliederorientiert aufgestellt. Der vielfältig besetzte Mitgliederrat überwacht den Vorstand und legt der Mitgliederversammlung die Wahlvorschläge für den Vorstand vor. Dazu besetzt der Mitgliederrat zwei Plätze im Gemeinsamen Ausschuss, der - ähnlich einem Aufsichtsrat - die Geschäfte des Lizenzspielerbereichs in der GmbH & Co. KGaA überwacht.

Borussia Mönchengladbach



Take away

Die Fohlen haben, passend zu ihrer Tradition als Ausbildungsverein für junge talentierte Spieler, einen Schwerpunkt auf Bildung und Ausbildung gelegt. Mit der Borussia-Stiftung werden regelmäßig und umfangreich soziale Projekte gefördert. Das ist auf den ersten Blick nicht spektakulär, aber eine authentische Ausrichtung. Bei der Erzeugung und Nutzung regenerativer Energien und der Begrenzung der Fan-Mobilität gibt es jedoch kaum etwas Innovatives zu berichten. Im Rahmen der DFL-Lizenzierungskriterien haben die Fohlen jetzt einen ersten [Nachhaltigkeitsbericht](#) vorgelegt und ausführlich über ihre Aktivitäten berichtet.

Umwelt und Ressourcen

Mit einer Reihe von Maßnahmen versuchen die Gladbacher die Umwelt zu entlasten. Neben dem Bezug von grünem Strom wirkt auch die Umstellung auf LED-Beleuchtung nachhaltig. Leider fehlen große Maßnahmen zur Erzeugung und Nutzung regenerativer Energien: LED-Flutlicht, Photovoltaik oder die Nutzung von Erdwärme statt Gas sucht man vergeblich. Die vier Wärmepumpen werden (noch) mit Gas betrieben: Hier ist noch viel regeneratives Energiepotenzial, das hoffentlich bald gehoben wird. Die 11.000 Parkplätze weisen, trotz inkludiertem ÖPNV, auf eine starke Nutzung des Autos als Verkehrsmittel am Spieltag hin; 20 E-Ladepunkte als regenerative Entlastung sind hier sicher nur ein Anfang. Auch die zahlreichen Auswärtsfahrer der Borussen werden überwiegend mit dem Verbrenner-Auto in Deutschland unterwegs sein. Unser Vorschlag: Überdacht zumindest die Parkplätze großflächig mit Photovoltaik-Anlagen, stellt das Flutlicht auf LED um und erzeugt euren eigenen Strom für die Wärmepumpen.

Anspruchsgruppen

Mit dem Fokus auf Bildung bieten die Borussen ein breites Angebot von Maßnahmen und Aktivitäten rund um Gesundheit, Vielfalt und Bildung insbesondere für Kinder und Jugendliche an. Hervorzuheben ist die Nutzung des Bildungsparks durch Schulklassen: Hier werden Workshops zur politischen und sozialen Bildung sowie zur Berufsorientierung angeboten. Aber auch für Erwachsene gibt es spezifische Gesundheitsangebote, die insbesondere von den VfL-Mitarbeitenden genutzt werden. In einer interaktiven Sonderausstellung in der FohlenWelt hat die Borussia einen Blick in die VfL-Geschichte und die vielfältigen sozialen und integrativen Aktivitäten des Vereins ermöglicht.

Clubführung und -Organisation

Die Borussia hat jetzt eine Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit eingerichtet und auch einen ersten Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt - vielen Dank dafür. Die Stabsstelle ist direkt an den Geschäftsführer Markus Aretz angebunden und sorgt so dafür, dass auch im laufenden Tagesgeschäft die Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt werden. Auch für den Bereich Compliance wurde eine Stabsstelle eingerichtet, die sogar eine extern verwaltete „Whistleblower-hotline“ implementiert hat. Über diese hotline können Missstände, mögliche Rechtsverletzungen oder Interessenskonflikte im Verein anonym und sicher gemeldet werden. Der Nachhaltigkeitsbericht ist ausführlich und informativ, mit vielen messbaren Kennzahlen. Es wird spannend zu sehen, wie diese Kennzahlen in den nächsten Jahren hoffentlich noch besser werden.

1. FSV Mainz 05



Take away

Der 1. FSV Mainz wäre mit Sicherheit in der Spitzengruppe eines Nachhaltigkeits-Rankings der Bundesligavereine zu finden. Ob soziales Engagement, Einbindung gesellschaftlicher Anspruchsgruppen oder Klimaneutralität: Die Mainzer sind weit davon entfernt, nur ein Karnevalsverein zu sein. Hier wurden professionelle Strukturen geschaffen und Nachhaltigkeit zu einem zentralen Element der Vereinsstrategie gemacht.

Umwelt und Ressourcen

Die Mainzer punkten bereits seit 2010 als erster klimaneutraler Verein in der Bundesliga. Dazu trägt natürlich die Photovoltaik-Anlage auf dem Stadion-Dach einen erheblichen Teil bei. Aber die Mainzer haben das Ziel der Klimaneutralität auch in die Hände eines eigenen „Klimawarts“ gelegt, der im Verein viele Projekte und Veränderungen vorantreibt. Neben Energiemanagement, Zertifizierungen, Ökostrom und Umstellungen auf LED wird auch sehr transparent die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks beschrieben. Bei der Fan-Mobilität werden diese durch gezielte Aktionen zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel motiviert. Der CO₂-Fußabdruck der Anreise der Gastmannschaft wird über ein Klimaschutzprojekt kompensiert. Jetzt brauchen wir aber noch klimaneutrale Lösungen für die vielen Fans der Gästemannschaft.

Anspruchsgruppen

Unter den vielen sozialen und gemeinnützigen Aktivitäten ist die Aktion *05er Klassenzimmer* besonders erwähnenswert. Hier werden in Kooperation mit 30 Mainzer Schulen seit vielen Jahren wichtige Werte und Orientierung vermittelt. Mit Workshops und Aktionstagen u.a. zu Sucht- und Gewaltprävention, Integration und Inklusion sowie Gesundheit und Umwelt werden viele Kinder und Jugendliche informiert, sensibilisiert und auf ihre Verantwortung in der Gesellschaft vorbereitet. Aber auch den älteren Vereinsmitgliedern ab 60 wird mit den *05er Classics* ein interessantes Angebot aus geselligen und sportlichen Aktivitäten gemacht.

Clubführung und -Organisation

Neben der sehr transparenten Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks veröffentlicht der Verein einen Charity-Bericht und hat Nachhaltigkeit auch im Leitbild des Vereins verankert. Mit der Ernennung eines Klimawartes und einer eigenen CSR-Abteilung wurden klare Strukturen und Verantwortlichkeiten geschaffen, die bereits alle Anforderungen aus den DFL-Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Die Satzung der Meener sieht dazu die verbindliche Entsendung eines Fan-Vertreters in den Aufsichtsrat des 1. FSV Mainz e.V. vor. Dieser wird von der eigenen Fan-Abteilung ausgewählt. Eine Entsprechenserklärung zu den Grundsätzen guter Führung und Governance im Verein, entsprechend den Vorschlägen des [Sport Governance Kodex](#), wäre ein weiterer, konsequenter Schritt.



Take away

Beim Thema Nachhaltigkeit macht den Wolfsburgern in der Liga kaum jemand etwas vor. Ein engagiertes CSR-Team hat das Thema umfassend im Griff und macht sich ernsthafte Gedanken über die Kompensation des CO₂-Fußabdrucks der Fan-Mobilität. Die Schritte zur Abkehr von der automobilen Fan-Mobilität könnten aber durchaus energischer sein - hier spielt möglicherweise die Nähe zum Eigentümer Volkswagen AG eine Rolle. Der VfL kann aber mit vielen kreativen und durchdachten Initiativen in den Themenfeldern Anspruchsgruppen und Umwelt punkten.

Umwelt und Ressourcen

Der VfL hat sich tatsächlich das Ziel Netto-Null-Emissionen bis 2025 gesetzt und unterstreicht das mit vielen technischen und organisatorischen Maßnahmen. Die VfL-Arena verfügt über eine Restwärmenutzung für die Rasenheizung, leider aber über keine Photovoltaik-Anlage. Daher wird „Naturstrom“ zugekauft. Immerhin verfügt die Fußball-Akademie über Photovoltaik und Solarthermie. Die große Anzahl der Parkplätze wird durch die neu installierten E-Auto Ladesäulen nur geringfügig relativiert. Die CO₂-Emissionen der regionalen Fan-Mobilität werden mit Klimaaktionstagen und Kombiticket reduziert und mit anderen Kompensationsprojekten kompensiert. Gut für die Umwelt aber schlecht für die Stimmung: Mit durchschnittlich nur 900 Auswärtsfahrern belegen die Fans des VfL Wolfsburg in der [Fußballmafia](#)-Auswärtsfahrer-Tabelle der Liga, hauchdünn vor 1899 Hoffenheim, den vorletzten Platz.

Anspruchsgruppen

Mit vielen kreativen Maßnahmen engagiert sich der VfL regional für Vielfalt, Integration, Teilhabe, Bildung und Gesundheit. Falls ein Verein in Bundesliga oder 2. Liga noch nach guten Ideen sucht - bei den Wölfen werdet ihr ganz sicher fündig. Der VfL unterstützt, gemeinsam mit 6 anderen Bundesligisten, die Initiative „Vom Feld in den Fanshop“ für nachhaltige Merchandising Artikel. Der Verkauf von fair und nachhaltig produzierten Fan-Artikeln könnte ein großer Motor für die Unterstützung von ökologischem Anbau und nachhaltiger Entwicklung von Kleinbauern in Indien sein. Dazu müsste die Vorgehensweise aber konsequent auf das gesamte Angebot an Fan-Artikeln ausgeweitet werden.

Clubführung und -Organisation

Der VfL Wolfsburg hat zur Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsstrategie bereits wichtige Strukturen aufgebaut. Neben Compliance-Richtlinien und Umweltleitlinien fürs eigene Management werden auch Zulieferer in die Verantwortung genommen. Und mit klar formulierten Zielen und jährlichen Aktualisierungen des vorbildlichen Nachhaltigkeitsberichts ist der VfL Wolfsburg zudem sehr transparent. Ein strukturelles Problem ist jedoch nach wie vor die 100%-Zugehörigkeit zum VW-Konzern. Grundsätzlich wünschen wir Fans uns einen mitgliederbestimmten Idealverein unter der 50+1 Regel, der Breitensport und Spitzensport in einem harmonischen Miteinander kombiniert. Die Erfahrung zeigt auch, dass diese Clubs eine breitere und loyalere Fan-Basis haben als eine, von einem Mehrheits-Eigentümer dominierte, Kapitalgesellschaft.

Eintracht Frankfurt



Take away

Der größte Trumpf der Eintracht ist der Zusammenhalt zwischen Verein und Fans. Damit ist die Eintracht auf beeindruckende Weise ein Vorbild für die Liga und für die 50+1 Regel. Dass die Interessen der Fans für den Verein wichtig sind und ernst genommen werden, zeigt die Erweiterung der Stehplatz-Kapazitäten auf dann 20.000 Zuschauer in der Arena. Warum ist der Zusammenhalt zwischen Fans und Verein ein so wichtiges Kriterium für Nachhaltigkeit? Selbst in Zeiten sportlichen Misserfolgs oder gar eines Abstiegs würden die loyalen Fans das Stadion füllen und wirtschaftliche Einbußen reduzieren.

Umwelt und Ressourcen

Die Frankfurter Waldstadion ist zwar technisch auf dem neuesten Stand, es fehlen aber Photovoltaik-Anlagen für die regenerative Energieversorgung mit eigenem Strom. Immerhin lässt sich die Stadion GmbH mit grünem, CO₂-neutralem Strom beliefern und versorgt die Rasenheizung punktgenau und sensorgesteuert mit Wärme. Da das Waldstadion in einem Wasserschutzgebiet liegt, wurde das Wassermanagement weiter optimiert. Regenwasser für die Bewässerung von Spielfeld und Toiletten wird in zwei großen Zisternen gesammelt und so unabhängig vom Trinkwasser-Netz genutzt. Mittlerweile wurde auch ein - in vielen Stadien bereits selbstverständliches - Mehrwegbechersystem umgesetzt. Im Catering wurde dabei ebenfalls auf recyclebare Verpackung und regionale Produkte umgestellt.

Anspruchsgruppen

Die Frankfurter Eintracht kümmert sich mit vielfältigen Aktionen und Maßnahmen um Vielfalt und Integration. Ein schönes Beispiel ist der vom Verein organisierte Abhol- und Bring-Service für Menschen mit eingeschränkter Mobilität. Auch nimmt die Eintracht an der Initiative „vom Feld in den Fanshop“ teil, mit dem faire Beschäftigung auf Baumwollplantagen in Indien geschaffen werden und ein nachhaltiges Produktangebot für Merchandising-Artikel entsteht. Solche Initiativen können beim Bezug von Merchandise von der Ausnahme zur Regel werden.

Clubführung und -Organisation

Für die systematische Entwicklung der Nachhaltigkeit im Club hat die Eintracht einen namhaften externen Expertenrat installiert, um die Aktivitäten im Club kritisch zu bewerten, Ideen zu entwickeln und zu beraten. Die Eintracht verkörpert eine ideale Kombination aus Profifußball in der AG und Breitensport im eingetragenen Verein. Tausende Vereinsmitglieder sind in 19 Abteilungen sportlich aktiv. Es gibt aber auch eine eigene Fanabteilung mit 68.000! Mitgliedern. Die starke Verbindung zwischen Verein, Fans und Mitgliedern ist ein großer Trumpf für den Verein. Der Eintracht AG würde es dennoch gut zu Gesicht stehen, wenn sie mögliche Regelungen zu Verhaltensregeln, Ethik und Governance transparent und verbindlich machen würde. Aktuell wird dazu nur wenig berichtet.

Bayer 04 Leverkusen



Take away

Bayer Leverkusen ist einer der ersten Clubs der Bundesliga, die eine SustainClub Zertifizierung in Silber erhalten haben. Mittlerweile wurde auch eine Stabsstelle Nachhaltigkeit eingerichtet, um alle Aktivitäten im sozialen, ökonomischen und ökologischen Engagement zu bündeln und die Anforderungen der DFL-Lizenzierungsordnung zu erfüllen. Die Diskussion um die Inanspruchnahme der 50+1 Ausnahmeregelung der DFL wurde vor Kurzem mit einer Kompensationsregelung beigelegt. Aktuell arbeitet der Club intensiv an einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie.

Umwelt und Ressourcen

Das Leverkusener Stadion ist energetisch modern und zeitgemäß, nutzt innovative Wärmetauscher und Beleuchtung mit Tageslicht, verfügt aber leider über keine Photovoltaik-Anlage. Die Leichtbau-Statik der Stadionsdächer verhindert hier, wie auch in vielen anderen Stadien, eine intensive Nutzung der Sonnenstrahlung. Immerhin ist das Stadion gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar und verfügt nur über eine begrenzte Anzahl von Parkplätzen. Selbstverständlich wird ein Mehrwegbechersystem zur Abfallreduzierung eingesetzt. Das Mehrwegbechersystem wird auch immer wieder gerne zu Becherspende-Aktionen für lokale soziale Initiativen genutzt.

Anspruchsgruppen

Bayer Leverkusen hat sich schon früh für Stammzellenspenden mit der DKMS eingesetzt, führt Blutspendeaktionen im Stadion durch und engagiert sich im lokalen Umfeld fürs Ehrenamt, Inklusion und Vielfalt. Gemeinsam mit anderen Bundesligisten sind die Leverkusener Mitglied in der [Football-Alliance](#). Dieses Projekt fördert insbesondere die Ausbildung lokaler „Young Coaches“, die als Vorbilder, Trainer und junge Anführer in ihren Gemeinschaften und Communities wirken und die Entwicklung vor Ort vorantreiben sollen. Als Pionier in der Bundesliga hat Leverkusen bereits vor über 20 Jahren Blindenreporter für die stark sehbeeinträchtigten Fans eingeführt. Das Vorbild hat Schule gemacht und wird mittlerweile in fast allen Stadien der Bundesliga angeboten.

Clubführung und Organisation

Bayer Leverkusen wird praktisch seit Jahrzehnten hervorragend geführt und spielt fast durchgängig in internationalen Wettbewerben mit. Als 100%-Tochter eines Weltkonzerns verfügen sie aber auch über einen Gewinnabführungsvertrag der finanzielle Stabilität, Risikominimierung und Flexibilität ermöglicht - auch Verluste im Jahresabschluss werden kompensiert. Die Nähe zum Weltkonzern sorgt aber auch für zeitgemäße Compliance-Regelungen. Dass eine Ausnahmeregelung der DFL zur 50+1 Regelung genutzt wird, ermöglicht langfristig einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Clubs der Liga. Um diesen Vorteil zu relativieren, hat sich die DFL mit den Kartellbehörden auf die Zahlung eines „monetären Vorteilsausgleichs“ durch die drei betroffenen Clubs geeinigt.

SC Freiburg



Take away

Mit seinem neuen Stadion setzt der SC Freiburg Maßstäbe in punkto ökologischer Nachhaltigkeit! Auch schon mit der vorherigen Spielstätte waren die Freiburger in der Spitzengruppe der Liga vertreten. Ihr soziales Engagement fokussieren die Freiburger stark auf die sportliche Ausbildung im eigenen Jugendbereich. Das Management des SC Freiburg kann in Bezug auf seine langfristige und sportlich erfolgreiche Strategie durchaus als nachhaltiges Vorbild für die Liga gesehen werden. Es geht im Breisgau auch ohne Großinvestor.

Umwelt und Ressourcen

Das neue Stadion ist schon in Betrieb, die Solarzellen sind installiert und bilden die weltweit größte Photovoltaik-Anlage auf einem Stadionsdach. Damit sollen dann jährlich über 2 Mio. kWh Strom produziert werden. Die Wärmeversorgung des Stadions erfolgt ebenfalls klimaneutral durch die Nutzung der Restwärme eines nahegelegenen Industriegebiets mit einer Wärmepumpe. Auch beim ÖPNV-Anschluss hat man in Freiburg groß gedacht und eine 3-fach Haltestelle für bis zu 10.000 Gäste pro Stunde vorgesehen. Zudem wurden, als Ausgleichsmaßnahme für die Flächenversiegelung durch die neue Stadion-Anlage, weitreichende Umsiedelungen des vorhandenen Magerrasen-Biotops auf eine ehemalige Mülldeponie und einen Flugplatz vorgenommen. Damit setzt man in Freiburg neue Maßstäbe im ökologischen Stadionbau.

Anspruchsgruppen

Neben vielen sozialen und mildtätigen Aktionen im regionalen Umfeld engagiert sich der SC Freiburg im Rahmen seiner Fußballschule insbesondere für die Ausbildung und Wertevermittlung des eigenen Nachwuchses. Lernimpulse finden auch in benachbarten Grundschulen statt: Diese Aktivitäten können sicher ausgeweitet und z.B. mit Wissensvermittlung zum Umweltschutz und Baumpflanzaktionen verbunden werden.

Clubführung und -Organisation

Ohne hier besondere Maßnahmen zu ergreifen, gibt der Erfolg dem SC Freiburg Recht. Personelle und organisatorische Kontinuität in einem klassischen, mitgliedergeführten eingetragenen Verein, verbunden mit einem starken Fokus auf Jugendarbeit und den Fußball-Nachwuchs, kann offensichtlich auch ohne exaltierte Mäzene und Industriebeteiligungen zu sportlicher und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit führen.

1. FC Union Berlin



Take away

Auch die Eisernen wollen nicht rosten und setzen auf Nachhaltigkeit: Ein kleines Team für die Nachhaltigkeit kümmert sich jetzt Vollzeit und hauptamtlich um das gesellschaftliche Engagement und die Lizenzierungskriterien der DFL. Mit fair produzierten und umweltfreundlichen Fanartikeln können die Eisernen dabei nach wie vor punkten. Ihren Spitzenplatz aus dem letzten Jahr im Ranking von [cum Ratione](#) mussten sie aber mittlerweile an St. Pauli abgeben. Mit dem eigenen DUFTE-Label zeigen sie anderen Bundesligisten aber dennoch den Weg bei Merchandising-Artikeln.

Umwelt und Ressourcen

Hier haben die Unioner nicht wirklich viel zu bieten. Das letzte Highlight war die Auszeichnung für das Abfallmanagement durch die Deutsche Umwelthilfe in 2016! Der Bezug von Ökostrom aus Wasserkraft wird zwar Fans und Mitgliedern nahegelegt, ob aber das Stadion mit Strom aus Wasserkraft betrieben wird, bleibt unklar. Ein Mehrwegbechersystem für Getränke ist mittlerweile fast überall Standard, auch bei Union. Mit einer Bachpatenschaft für einen Abschnitt des Flüsschens Wuhle wollen die Eisernen dessen natürliche Umgebung schützen und erhalten; das finden wir gut. Für Umbau und Erweiterung der Alten Försterei sollten die Eisernen auch die Nutzung erneuerbarer Energien angehen. Gut ist, dass ein kompletter Neubau des Stadions mittlerweile verworfen wurde.

Anspruchsgruppen

Schon lange machen sich die Eisernen im Rahmen der Aktion „Willkommen im Fußball“ - für die Integration Geflüchteter stark gemacht. In Berlin engagiert sich Union vorbildlich für sozial benachteiligte Menschen, unterstützt die Tafeln und fördert Lösungen für Obdachlose. Besonders lobenswert ist die Unterstützung für den Aufbau von mobilen Wohnboxen für Obdachlose; hier können Mitglieder und Fans sich mit Geld und Arbeitszeit am Aufbau beteiligen. Auch mit der Union Stiftung werden systematisch gemeinnützige und mildtätige Aktivitäten rund um Sport, Gesundheit, Umwelt und Integration in Berlin unterstützt.

Clubführung und -Organisation

Der eingetragene Verein hat klare Strukturen: Geschäftsbereichsleiter führen das operative Geschäft, das Präsidium führt den Verein und die Geschäftsführung, der Aufsichtsrat kontrolliert das Ganze. Die Verantwortung für die Nachhaltigkeit ist mittlerweile auch im Club klar adressiert. Mit einer eigenen Fan- und Mitgliederabteilung gelingt es den Eisernen, den Dialog mit ihren wichtigsten Anspruchsgruppen kontinuierlich und verbindlich aufrecht zu erhalten. Die Mitgliederorientierung des Vereins macht sich auch mit einem Fan-Vertreter im Aufsichtsrat bemerkbar.

RB Leipzig



Take away

RB Leipzig hat unter dem Slogan „PLAY.CARE.SHARE“ ein eigenes Leitbild für seine nachhaltige Entwicklung entwickelt. Dieses Leitbild orientiert sich an den *Sustainable Development Goals* der Vereinten Nationen, ist umfassend und weitreichend. Im April wurde dazu auch der erste Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt, der ausführlich und transparent über die laufenden und geplanten Aktivitäten berichtet.

Umwelt und Ressourcen

Die gute öffentliche Verkehrsanbindung des Stadions, mit wenigen Parkplätzen vor Ort und die begrenzte Reisebereitschaft der Leipziger Auswärtsfahrer sind ein großer Pluspunkt beim CO₂-Fußabdruck der Fan-Mobilität. Auch viele Fahrradparkplätze gehören mittlerweile zum Mobilitätsangebot. Das Stadion ist in den letzten Jahren laufend modernisiert worden, wobei die Energieeffizienz um 20% gesteigert wurde. Dazu trägt die Umrüstung auf zeitgemäße LED-Beleuchtung bei, die jetzt auch mit Ökostrom betrieben wird. Bei der Renovierung des Stadions wurden in einem ersten Projekt die alten Sitzschalen ausgetauscht und entweder an Dauerkarteneinhaber vermittelt oder dem Kunststoff-Recycling zugeführt. Die neue Geschäftsstelle, die im Jahr 2025 in Betrieb gehen soll, wird in Holzbauweise, mit recyceltem Beton, Photovoltaik, Energiemanagementsystem und Regenwasserzisterne versehen. Von einer energieeffizienten Wärmepumpe zur Beheizung im Winter und Kühlung im Sommer ist aber leider nicht die Rede. Dies sollte bei Neubauten eigentlich Standard sein. Ein explizites Ziel für den CO₂-Fußabdruck setzt sich RB Leipzig (noch) nicht.

Anspruchsgruppen

Für Fans und Gesellschaft sollen zukünftig möglichst viele positive Erlebnisse gestaltet werden. Bisher fokussiert sich RB mit seiner sozialen Verantwortung auf Charity-Veranstaltungen, Förderung von Kunst und Kultur sowie der Unterstützung von Bedürftigen. Bei der Einbindung der Fans gibt es nur wenig Konkretes: Positive Emotionen und Erlebnisse sollen die Fans an den Club binden. Und natürlich ist die Meinung der Fans dem Club wichtig. Immerhin. Bemerkenswert ist, dass auch die Mitarbeitenden in einer lernenden Organisation in ihrer persönlichen Entwicklung gefördert werden sollen und dass deren Zufriedenheit von hoher Bedeutung ist. Auch der Nachhaltigkeitsbericht widmet sich ausführlich den Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden, denen JobRad oder ÖPNV-Ticket nahegelegt wird.

Clubführung und Organisation

Der Nachhaltigkeitsbericht gibt Einblick in die Einbindung der Nachhaltigkeitsteams in den Geschäftsbetrieb: Das Team plant und steuert alle Aktivitäten zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele und zur laufenden Weiterentwicklung der Strategie. Ein zentraler Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie ist der sportliche Erfolg: Der Fokus auf die Jugendarbeit und die Nachwuchsförderung ist dabei konsequent und auch das Top-Themenfeld in der Wesentlichkeitsmatrix. Was die Gesellschaft außerhalb der RB-Sphäre von dieser Schwerpunktbildung hat, ist allerdings unklar.

Borussia Dortmund



Take away

Als börsennotiertes Unternehmen unterliegt der BVB bisher schon weit höheren Transparenzanforderungen als die anderen Bundesligisten. Das merken die Fans bei der Lektüre des ausführlichen [Nachhaltigkeitsberichts](#), der ein umfassendes Bild der Aktivitäten von Borussia Dortmund zeichnet. Sowohl bei den ökologischen als auch bei den sozialen Aktivitäten erfüllen die Westfalen höchste Ansprüche in der Liga. Das der BVB in der Kategorie Nachhaltigkeit der sportlichen Konkurrenz aus München um Längen voraus ist, kann allerdings kaum Trost für die wieder verpasste Meisterschaft sein.

Umwelt und Ressourcen

Das ehemalige Westfalenstadion verfügt über moderne technische Einrichtungen zur Energieeffizienz und eine der größten Photovoltaik-Anlagen der Liga. Hier läuft alles auf Ökostrom, die Flutlichtanlage ist mit modernen LEDs ausgerüstet und Lebensmittelabfälle werden in einer Biogasanlage verwertet. Also alles gut? Das BVB-Ticket berechtigt zur öffentlichen Anfahrt aus ganz NRW. Das ist super und bundesweit vorbildlich. Doch die vielen reisefreudigen Dortmunder Auswärtsfans tragen durch die Nutzung von PKWs auf der Langstrecke im Bundesgebiet zu einem erheblichen CO₂-Fußabdruck bei. Hier wäre eine noch stärkere Lenkung der Anreise von Auswärtsfans auf die Bahn wünschenswert. Das gilt aber für die gesamte Bundesliga.

Anspruchsgruppen

Mittlerweile haben die Dortmunder auch Fußball für Mädchen und Frauen im Angebot und sind damit beim Thema Vielfalt einen wichtigen Schritt vorangekommen. Auch darüber hinaus sind die Dortmunder, was soziales Engagement angeht, vorbildlich unterwegs: Ob Spenden und Mildtätigkeit für Bedürftige oder Aktionen für Bildung, Integration und Inklusion - da ist viel Engagement dabei. Spannend wird in der kommenden Saison aber, ob ALLE Spieler der Profi-Mannschaft ähnlich tolerant und vielfältig unterwegs sind, wie der Verein.

Clubführung und Organisation

Der BVB schafft im Rahmen der 50+1 Regelung sehr gut den Spagat zwischen mitgliedergeführtem, eingetragenen Verein und börsennotierter Kapitalgesellschaft. Eine elegante und regelkonforme Lösung, um wirtschaftlich nachhaltig und sportlich erfolgreich zu sein, ohne einen Milliardär als Mäzen oder Besitzer zu haben. Zentraler Erfolgsfaktor ist aber das sportliche und wirtschaftliche Management des Clubs. Der BVB profitiert allerdings mittlerweile auch, wie Bayern München, von der ungleichen erfolgsorientierten Verteilung der Fernsehennahmen sowie entsprechenden Erlösen aus der UEFA.

Bayern München



Take away

Die Bayern sind weiterhin sportlich und wirtschaftlich das Flaggschiff der Liga in Deutschland und extrem wettbewerbsfähig in Europa. Beim Thema Nachhaltigkeit haben sie in diesem Jahr einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung gemacht und sind ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht geworden. Beim Klimaschutz haben die Bayern aber nach wie vor ein großes Handlungsfeld: Regenerative Energien oder nachhaltige Fan-Mobilität? Fehlanzeige. Vom größten und wirtschaftlich stärksten Club der Liga erwarten wir in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit einfach mehr. Ein Blick nach Dortmund wäre in diesem Fall sicher mal kein Blick in den Rückspiegel.

Umwelt und Ressourcen

In einer der modernsten Fußball-Arenen der Welt gibt es immer noch keine großflächige Photovoltaik zur regenerativen Energiegewinnung. Dass bisher nur ein weiteres, neues Parkhaus mit Photovoltaik versehen wurde, ist bezeichnend. Damit wird nicht mal der CO₂-Fußabdruck der zusätzlichen PKW-Gäste kompensiert. Die Bayern haben am Autobahnkreuz sicher eines der größten Parkhäuser der Liga und inkludieren die Anfahrt mit dem ÖPNV bisher nicht in ihr Spieltagsticket. Die Liste der wirklich nachhaltigen Umweltaktivitäten der Bayern ist leider kurz. Becherpfand und LED-Beleuchtung im Innenraum sind mittlerweile Standard in der Liga und können kaum noch als berichtenswerte Aktivität vermeldet werden. Zudem haben die Bayern die reisefreudigsten Fans der Liga mit den, neben Werder Bremen, längsten Fahrstrecken und dem höchsten CO₂-Fußabdruck.

Anspruchsgruppen

In unserem letzten Bericht vor einem Jahr forderten wir: *„Einen Sponsor zu haben, der Menschenrechte mit Füßen tritt und sein Geld aus der Förderung und Verbrennung von klimaschädigendem Erdöl bezieht, ist einfach nicht mehr zeitgemäß. Der FC Bayern darf sich nicht mehr zum gut bezahlten Instrument für das Sportwashing von Katar machen. Hier hilft nur eine Vollbremsung und die Kooperation mit Katar zu beenden.“* Gut, dass die Bayern jetzt reagiert haben. Damit sind sie zwar immer noch kein Vorreiter in Sachen gesellschaftlicher Verantwortung im Fußball, haben aber jetzt zumindest die Möglichkeit in ihren Aktivitäten zu Vielfalt, Respekt und Toleranz glaubwürdig zu sein.

Clubführung und Organisation

Die Turbulenzen in der Führung des Vereins zum Ende der Saison haben kein gutes Licht auf die bisher sportliche und wirtschaftlich erfolgreiche Organisation hinterlassen. Die stärkere Einbindung von Fans, Mitgliedern und Stakeholdern in die Vereinskultur ist mehr als überfällig. Dass im Aufsichtsrat der FC Bayern München AG nur Industrielle und Politiker sitzen, ist bezeichnend. Fans sind ein zentraler Teil des Fußballs und gehören als wesentliche Stakeholder schon längst in den Aufsichtsrat.

Schlusswort

Was bleibt jetzt am Ende des Berichtes noch zu sagen?

Zu den Vereinen: Richtig perfekt ist kein Verein aus Nachhaltigkeitsperspektive. Dazu gibt es zu viele offene Themen. Gegen den Klimawandel fehlen in der Hälfte der Stadien Photovoltaik-Anlagen und zeitgemäße Geothermie. Gegen den signifikanten CO₂-Fußabdruck der Fans haben die wenigsten Clubs echte Konzepte. Die Größe der Parkplätze spricht Bände. Hier muss in den nächsten Jahren mit einer Reduzierung der Parkplatz-Kapazität und einer Verbesserung der Anreise mit öffentlichen Verkehrsträgern, insbesondere bei Auswärtsfahrten, nachgesteuert werden. Bei der sozialen Verantwortung machen schon ganz viele Clubs ganz Vieles richtig. Dieser Bericht liefert dazu eine Menge gute Beispiele als Inspiration. In der Ökonomie gibt es mit dem Sports Governance Kodex einen empfehlenswerten neuen Rahmen, der als Orientierung für gute Führung eines Sportvereins dient.

Die Nachhaltigkeitsberichte: Hier gibt es bisher nur wenige Berichte – nur 15 der 36 DFL-Clubs liefern hier, davon nur 8 (bisherige) Erstligisten. Dabei gibt es viele Berichte, die keinem Standard folgen und nur die angenehmen Teilaspekte beleuchten. Nur die Berichte von Wolfsburg und Dortmund erfüllen hohe internationale Standards, benötigen aber auch entsprechend viel Arbeit und Aufwand für Erstellung und Aktualisierung. Die DFL sollte hier auf jeden Fall Mindeststandards einfordern, die sich an internationalen Nachhaltigkeits-Standards orientieren. Dieser Standard muss dann regelmäßig weiterentwickelt werden.

Zur Liga und zur DFL: Dass jetzt Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungskriterien aufgenommen werden, finden wir toll. Vor kurzem noch haben wir uns das nicht träumen lassen. Umso besser, dass es voran geht. Die DFL hat auch vor, die Kriterien sukzessive anzuheben und zu verschärfen. Das ist gut und sollte konsequent umgesetzt werden. Wichtig ist aber auch, nicht nur Mindestkriterien zu definieren, sondern auch eine ganz klare Liste der Tabu-Themen, die zukünftig NICHT mehr gehen: z.B. die Auswahl von nicht-nachhaltigen Geschäftspartnern und Sponsoren, Reisen unter 500 km mit dem Flugzeug, Verweigerung des Dialogs und der Teilhabe für Fans und Stakeholder - um nur einige Themen zu nennen.

Im nächsten Jahr werden wir wieder am Start sein und schauen, was es dann Neues gibt. Mit Darmstadt und Heidenheim werden auch wieder zwei neue Clubs im Stahlbad Bundesliga mitmachen. Wir schauen, wie nachhaltig die beiden sind.

Unser Dank geht raus an alle engagierten Fans der Bundesligisten, die ihre Clubs jeden Tag daran erinnern, dass es neben dem sportlichen Erfolg auch eine gesellschaftliche Verantwortung gibt, der man sich stellen muss.