



TOGETHER
STOP HATE. BE A TEAM.

BUNDES
LIGA
WIRKT

NACHHALTIGKEIT IM DEUTSCHEN
PROFIFUßBALL 2026





Inhalt

Vorwort	04
1. Überblick	06
2. Nachhaltigkeit im DFL e.V.	12
3. Daten und Fakten	22
4. Clubporträts	30
5. Nachhaltigkeit im Club: Vier Innenperspektiven	68
6. Clubübergreifende Initiativen	72
7. Nachhaltigkeit innerhalb der DFL-Gruppe	88
8. Partnerschaften und Allianzen	94



Hans-Joachim Watzke

Ligapräsident des DFL Deutsche Fußball Liga e.V. und Vorsitzender des Aufsichtsrats der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH



Dr. Marc Lenz

Geschäftsführer der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH



Dr. Steffen Merkel

Geschäftsführer der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH

Vorwort

Bundesliga und 2. Bundesliga sind ein deutsches Kulturgut. Das liegt unter anderem an der enormen Beliebtheit und der emotionalen Kraft, die von den Ligen ausgeht. Aktuell geben 43 Millionen Menschen in Deutschland an, sich für Fußball zu interessieren. Keine andere Freizeitbeschäftigung bewegt so viele Menschen. Mit der Reichweite gehen Chancen und eine große Verantwortung einher, die sich die DFL und die darin organisierten 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga bewusst sind. Teils individuell, teils in gemeinsamen Initiativen übernehmen sie auf vielfältige Weise gesellschaftliche Verantwortung.

Dieses Engagement umfasst, in Anlehnung an die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen, Initiativen der ökologischen, der ökonomischen und der sozialen Nachhaltigkeit. Während der DFL-Wirtschaftsreport die ökonomische Lage des deutschen Profifußballs transparent abbildet, stehen in dieser Publikation ökologische und gesellschaftliche Themen im Vordergrund.

Das soziale Engagement bildet traditionell einen wesentlichen Fokus des Profifußballs – entsprechende Initiativen sind in den Clubs tief verwurzelt und auch auf Ligen-Ebene weit hin sichtbar. Integration und

Inklusion, Vielfalt, Demokratie und Toleranz, Kampf gegen Antisemitismus und Rassismus – in all diesen Feldern ist der Fußball glaubwürdig engagiert.

Zusätzlich sind insbesondere seit der Aufnahme des Themas Nachhaltigkeit in die Statuten des DFL e.V. spürbare Fortschritte im Bereich Ökologie zu verzeichnen. Der Beschluss, Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungsordnung der Bundesliga und 2. Bundesliga zu integrieren, erfolgte zur Saison 2023/24. Er belegt, dass die Führungskräfte der DFL und in den Clubs die Verantwortung für Ressourcen, Gesellschaft und künftige Generationen als Teil ihrer Managementaufgabe verstehen. Der Aufwand, der in Sachen Nachhaltigkeitsmanagement betrieben wird, dient auch dazu, die Rahmenbedingungen für unseren Sport in Zukunft zu sichern.

Aus gutem Grund wird dabei ein schrittweiser Ansatz verfolgt: Definierte Ziele gewinnen im Verlauf der Zeit an Bedeutung für die Lizenzierung. Umwelt- und Klimaschutz sowie gesellschaftliches Engagement werden immer weiter operationalisiert, etwa durch das Erstellen von CO₂-Bilanzen und die Ableitung von individuellen Energieeffizienz-Maßnahmen. Das sukzessive Anheben des Ambitionsniveaus trägt den unterschiedlichen Ausgangslagen der Clubs Rechnung und stellt im Laufe der Zeit einen gemeinsamen, höheren Reifegrad her. Darüber hinaus haben die statutarische

Verankerung sowie die Schaffung von Nachhaltigkeitsressorts bei allen Clubs Signalwirkung im deutschen und internationalen Spitzensport.

Die Notwendigkeit, Nachhaltigkeit in all ihren Dimensionen weiter zu vertiefen, besprechen wir regelmäßig auch bei Veranstaltungen, die Clubs, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Medien zusammenführen. Nach zwei Auflagen des DFL Nachhaltigkeitsforums im Futurium in Berlin (2022 und 2023) erfolgte 2024 ein gemeinsamer Nachhaltigkeitstag mit dem DFB, bei dem zentrale Nachhaltigkeitsthemen von insgesamt 160 Teilnehmenden in Workshops behandelt wurden. Darunter beispielsweise „Nachhaltigkeitsmanagement“, „Anti-Diskriminierung und Vielfalt“, „Kinder- und Jugendschutz“, „Prävention und Gesundheit“ sowie „Energie- und Ressourcenmanagement“.

Indem wir auf diese Weise den Austausch fördern, verstärken wir auch die Wirkung unserer Bemühungen. Dasselbe gilt für die regelmäßig tagende DFL-Kommission Nachhaltigkeit sowie die Vollversammlung Nachhaltigkeit mit den Verantwortlichen aller 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga und für unsere Unterstützung des Weiterbildungsprogramms „Nachhaltigkeitsmanagement im Sport und in Sportorganisationen“ an der Leuphana Universität Lüneburg. Darüber hinaus ermöglicht die DFL als Mitorganisatorin eines Weiterbildungs-

programms zur Entwicklung von Diversität und Inklusion im Fußball handelnden Personen in Verbänden und Clubs, ihre Expertise auszubauen.

Nicht zuletzt sorgen auch gemeinsame Aktionsspieltage für ein deutlich sichtbares Einstehen des Profifußballs für demokratische Werte und ein faires Miteinander in der Gesellschaft sowie gegen Ausgrenzung und Rassismus. In den vergangenen Saisons war dies während der Internationalen Wochen gegen Rassismus unter dem Motto „TOGETHER! Stop hate. Be a team.“ der Fall. Seit mittlerweile mehr als 20 Jahren wird zudem unter dem Motto „!Nie wieder“ der Jahrestag der Befreiung von Auschwitz genutzt, um der Opfer der NS-Zeit zu gedenken und an die Lehren aus diesem schwarzen Kapitel auch des deutschen Fußballs zu erinnern. Auch zur Teilnahme an der Bundestagswahl 2025 wurde von Clubs und DFL mit einer Vielzahl reichweitenstarker Maßnahmen aufgerufen.

Die Basis für eine nachhaltige Weiterentwicklung und eine Weiterentwicklung des Themas Nachhaltigkeit im deutschen Profifußball ist geschaffen. Diesen Weg wollen wir weiter beschreiten, die Strukturen dazu stärken und unser Ambitionsniveau hochhalten. „Bundesliga wirkt“, unter diesem übergreifenden Titel übernimmt der deutsche Profifußball Verantwortung. Dem wollen wir auch in Zukunft gerecht werden.





01

ÜBERBLICK

BUNDESLIGA UND 2. BUNDESLIGA SIND FESTER BESTANDTEIL DES KULTURELLEN UND GESELLSCHAFTLICHEN LEBENS IN DEUTSCHLAND.

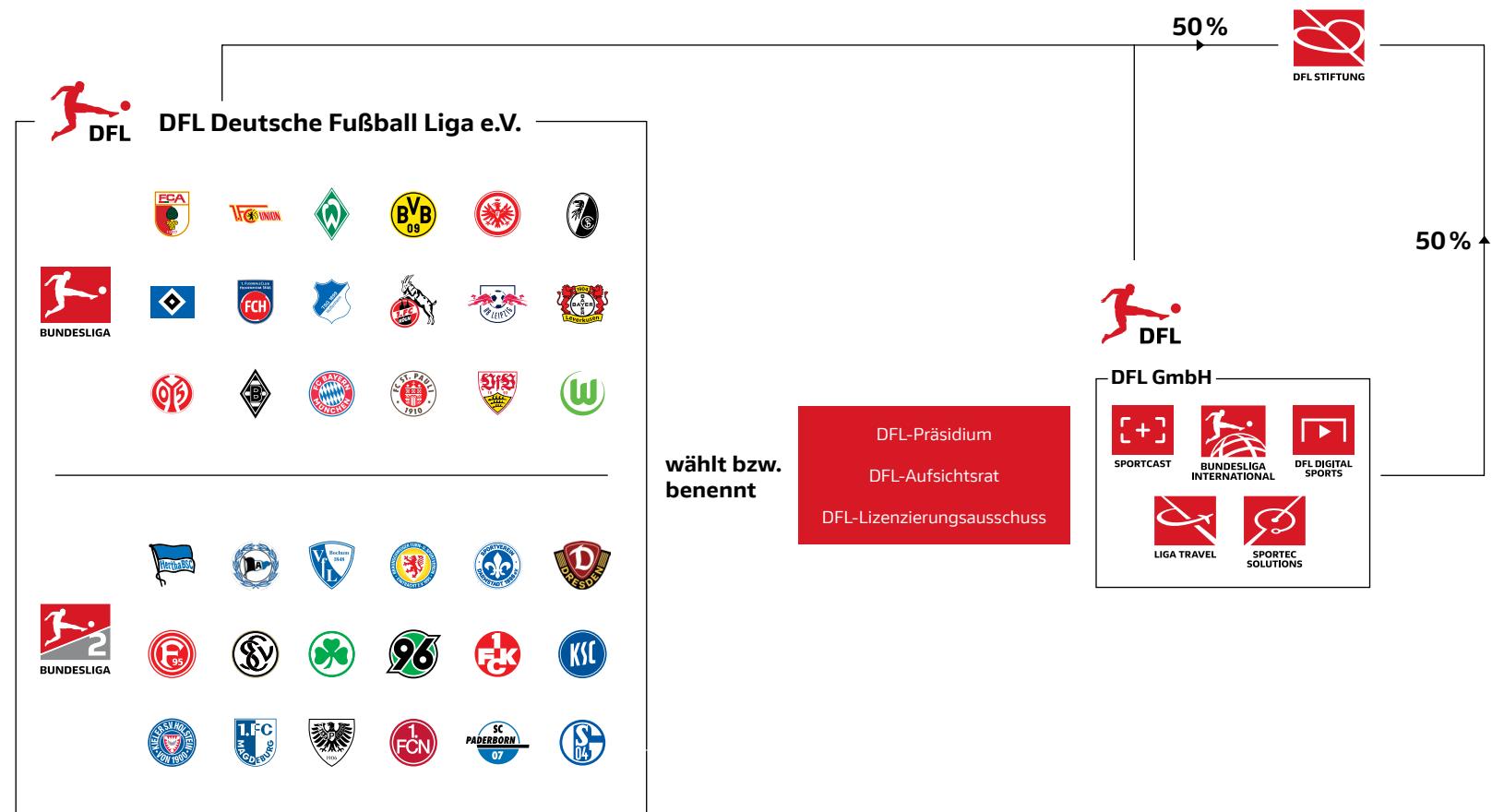
Am 18. Dezember 2000 haben die 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga den Ligaverband gegründet, der seither als Zusammenschluss für den Profifußball in Deutschland verantwortlich zeichnet und seit 2016 unter dem Namen DFL Deutsche Fußball Liga e.V. firmiert. Das operative Geschäft wird von der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main geführt, die gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften für die Organisation, Vermarktung und Weiterentwicklung des deutschen Profifußballs zuständig ist.

Zur DFL GmbH gehören bei Fertigstellung dieses Berichts (31. Dezember 2025) drei 100-prozentige Tochtergesellschaften, die wesentliche Bereiche des Ligabetriebs abdecken: Sportcast (Produktion des weltweiten TV-Signals), DFL Digital Sports (digitale Inhalte und internationale Medienproduktion) und Bundesliga International (internationale Medienrechte-Vermarktung und Commercial Partnerships). Hinzu kommen DFL-Minderheitsbeteiligungen wie Sportec Solutions (Datenerfassung und -analyse, Wettbewerbstechnologie) und Liga Travel (Reise-, Event- und Logistikdienstleistungen). Darüber hinaus gründeten der DFL e.V. und die DFL GmbH im Jahr 2008 gemeinsam die DFL Stiftung. Zusammen bilden die DFL GmbH, ihre Tochtergesellschaften und die DFL Stiftung die DFL-Gruppe. ➤

Ziel der DFL ist es, Bundesliga und 2. Bundesliga als internationale Topligen zu positionieren – mit sportlich attraktiven, wirtschaftlich wettbewerbsfähigen und gesellschaftlich tief verankerten Clubs.

Die Bundesliga und die 2. Bundesliga sind fester Bestandteil des kulturellen und gesellschaftlichen Lebens in Deutschland. 2,3 Millionen Menschen sind als Mitglieder in den Muttervereinen der 36 Clubs organisiert. Der Fußball verbindet und schafft eine emotionale Heimat und eine Plattform für gesellschaftliches Engagement.

Entsprechend nehmen die Liga und die Clubs ihre Verantwortung sehr ernst und engagieren sich für eine demokratische, pluralistische und nachhaltige Gesellschaft.



Der Nachhaltigkeitsprozess im Fokus: Warum und wie?

DFL und Clubs haben Nachhaltigkeit als relevantes Thema definiert und sich zunehmend mit den damit verbundenen Chancen und Herausforderungen befasst - sowohl strategisch als auch im operativen Geschäft.

Impulse gab in dieser Hinsicht auch die „Taskforce Zukunft Profifußball“, in der sich 37 Expertinnen und Experten aus Sport, Gesellschaft, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft ab Oktober 2020 in interdisziplinären Diskussionen mit der Zukunft des Profifußballs beschäftigten. Zu den priorisierten Handlungsempfehlungen der Arbeitsgruppe zählte der Aspekt Nachhaltigkeit.

In diesem Sinne wurde auf der DFL-Mitgliederversammlung im Dezember 2021 ein grundlegendes Bekenntnis zu Nachhaltigkeit in all ihren Dimensionen – ökologisch, ökonomisch und sozial – abgegeben und in die Präambel der Satzung des DFL e.V. aufgenommen. Hierauf folgte im Jahr 2022 die Aufnahme einer Nachhaltigkeitsrichtlinie in die Lizenzierungsordnung. ➤



Zudem wurde die DFL-Kommission Nachhaltigkeit eingerichtet, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern von insgesamt zehn Clubs sowie der DFL. Die DFL-Kommissionen nehmen innerhalb des Ligaverbands für das DFL-Präsidium auf strategisch relevanten Feldern eine beratende Rolle ein. Entsprechend trägt das Gremium dazu bei, den Austausch zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit zu forcieren.

Zur Festlegung von Prioritäten und Fokusthemen führte die DFL mit wissenschaftlicher Unterstützung eine umfassende Befragung von Anspruchsgruppen und eine Wesentlichkeitsanalyse durch.

Auf dieser Basis arbeiten die DFL und die 36 Clubs nun in themenspezifischen Arbeitsgruppen sowie weiteren regelmäßigen Austauschformaten zusammen, um gemeinsame Fortschritte in relevanten Nachhaltigkeitsthemen zu erzielen.

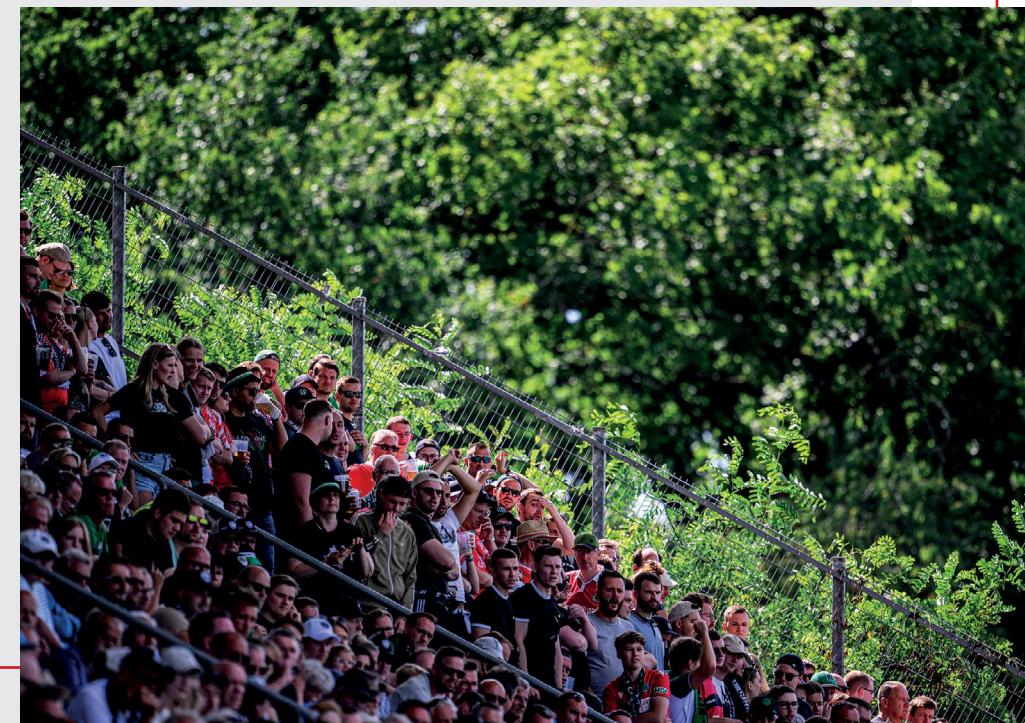


Wissenschaftliche Perspektive

Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Gründer und Leiter des Centre for Sustainability Management (CSM) der Leuphana Universität in Lüneburg, leitet den in Zusammenarbeit mit der DFL entwickelten Studiengang „Nachhaltigkeitsmanagement im Sport und in Sportorganisationen“.

„Fußball und Nachhaltigkeit stehen in einem wechselseitigen Verhältnis. Als weltweit präsente Sportart verfügt der Fußball über ein erhebliches Potenzial, gesellschaftliche Entwicklungen zu beeinflussen, so auch Nachhaltigkeit in allen Bereichen.“

Aufgrund seiner hohen öffentlichen Wahrnehmung haben Nachhaltigkeitsentscheidungen im Fußball Wirkung über den Sport hinaus und beeinflussen das Verhalten von Fans, Sponsoren und sogar ganzer Länder. Gleichzeitig steht der Fußball selbst vor erheblichen Nachhaltigkeitsherausforderungen. Die beidseitige Wechselwirkung unterstreicht die Dringlichkeit für Fußballorganisationen, ganzheitlich und ambitioniert zu handeln.“





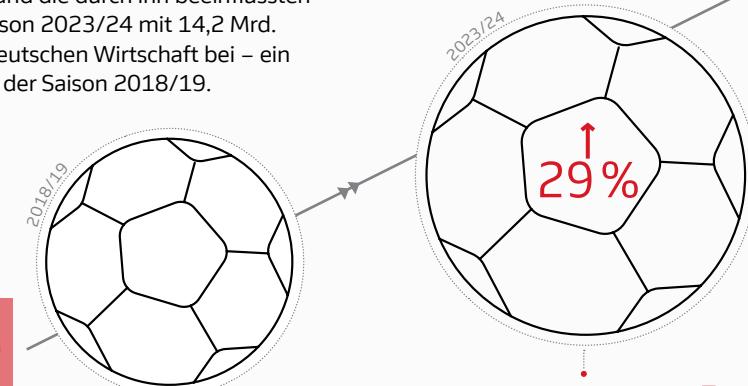
Der deutsche Profifußball ist ein Wirtschaftsmotor und eine tragende Säule der Gesellschaft

Die vierte Ausgabe der vom Beratungsunternehmen McKinsey herausgegebenen Studie „Mehr als nur ein Spiel“¹ beleuchtet die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des deutschen Profifußballs im Zeitraum 2018/19 bis 2023/24.

Die Ergebnisse unterstreichen eindrucksvoll, dass die Bedeutung des Profifußballs in Deutschland als wichtiger Wachstumstreiber und prägende gesellschaftliche Kraft ungebrochen ist. Dies zeigt sich unter anderem anhand folgender Daten und Fakten:

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Relevanz

Der deutsche Profifußball und die durch ihn beeinflussten Branchen trugen in der Saison 2023/24 mit 14,2 Mrd. Euro Wertschöpfung zur deutschen Wirtschaft bei – ein Anstieg um 29 Prozent seit der Saison 2018/19.



14,2 Mrd. €

1,5 %
jährlich realer
Wachstumswert
(inflationsbereinigt)

Im gleichen Zeitraum ist die gesamte deutsche Wirtschaft um etwa 0,4 Prozent pro Jahr gewachsen.

203 €
Wertschöpfung

Pro 100 Euro Umsatz im Profifußball werden in angrenzenden Bereichen wie Gastronomie, Tourismus, Bau- und Medienwirtschaft weitere 203 Euro an Wertschöpfung generiert.

Im deutschen
Profifußball waren in der
Saison 2023/24 etwa

62.000 Menschen beschäftigt.

Rechnet man die Effekte auf angrenzende Branchen mit ein, steigt diese Zahl auf rund

147.000
Vollzeit-Jobs,
die in Verbindung mit dem
Profifußball stehen.

Die Bundesliga

gehört zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten der Bevölkerung

- Mediale Freizeitbeschäftigung
- Körperliche Aktivitäten
- Bundesliga
- Kulturelle Veranstaltungen
- Andere Sportarten

Die gesellschaftliche Wirkung der Bundesliga basiert auf vier Säulen

- 1** Breite Zugänglichkeit – sowohl physisch im Stadion als auch digital
- 2** Gemeinsames Erleben von Emotionen
- 3** Enge Zusammenarbeit mit sozialen Initiativen
- 4** Ausgewogenheit zwischen Tradition und Moderne

4,6 Mrd. € Nettoeinnahmen

Der deutsche Profifußball entrichtete in der Saison 2023/24 ca. 1,66 Mrd. Euro Steuern und Abgaben. Insgesamt wurden sogar rund 4,6 Mrd. Euro Nettoeinnahmen durch den Profifußball für die öffentlichen Haushalte generiert. Dies übersteigt die Ausgaben des Bundes für:



4,3 Mrd. €
Wohngeld



4,2 Mrd. €
Bundespolizei



02

NACHHALTIGKEIT IM DFL E.V.

EIN GANZHEITLICHER ANSATZ FORDERT UND FÖRDERT CLUBS UND LIGA
IN IHREM ENGAGEMENT.

Nachhaltigkeit in allen ihren Dimensionen – ökologisch, ökonomisch und sozial – ist als Teil der DFL-Lizenzierungsordnung festgeschrieben. Mit konkreten Maßnahmen wird die formulierte Leitlinie aktiv, nachweisbar und transparent umgesetzt.

Die DFL sichert Mindeststandards durch verbindliche Vorgaben und setzt durch gezieltes Feedback Impulse für eine kontinuierliche Weiterentwicklung. Mit dem Aufbau einer gemeinsamen Wissensbasis arbeiten die DFL und die Clubs daran, auch über die Erfüllung der Nachhaltigkeitskriterien hinaus Wirkung im und durch Fußball zu erzielen. ➤

Nachhaltigkeit im Fußball und Nachhaltigkeit durch Fußball

Die stetige Weiterentwicklung von Liga und Clubs im Bereich Nachhaltigkeit basiert auf zwei sich ergänzenden Stoßrichtungen:

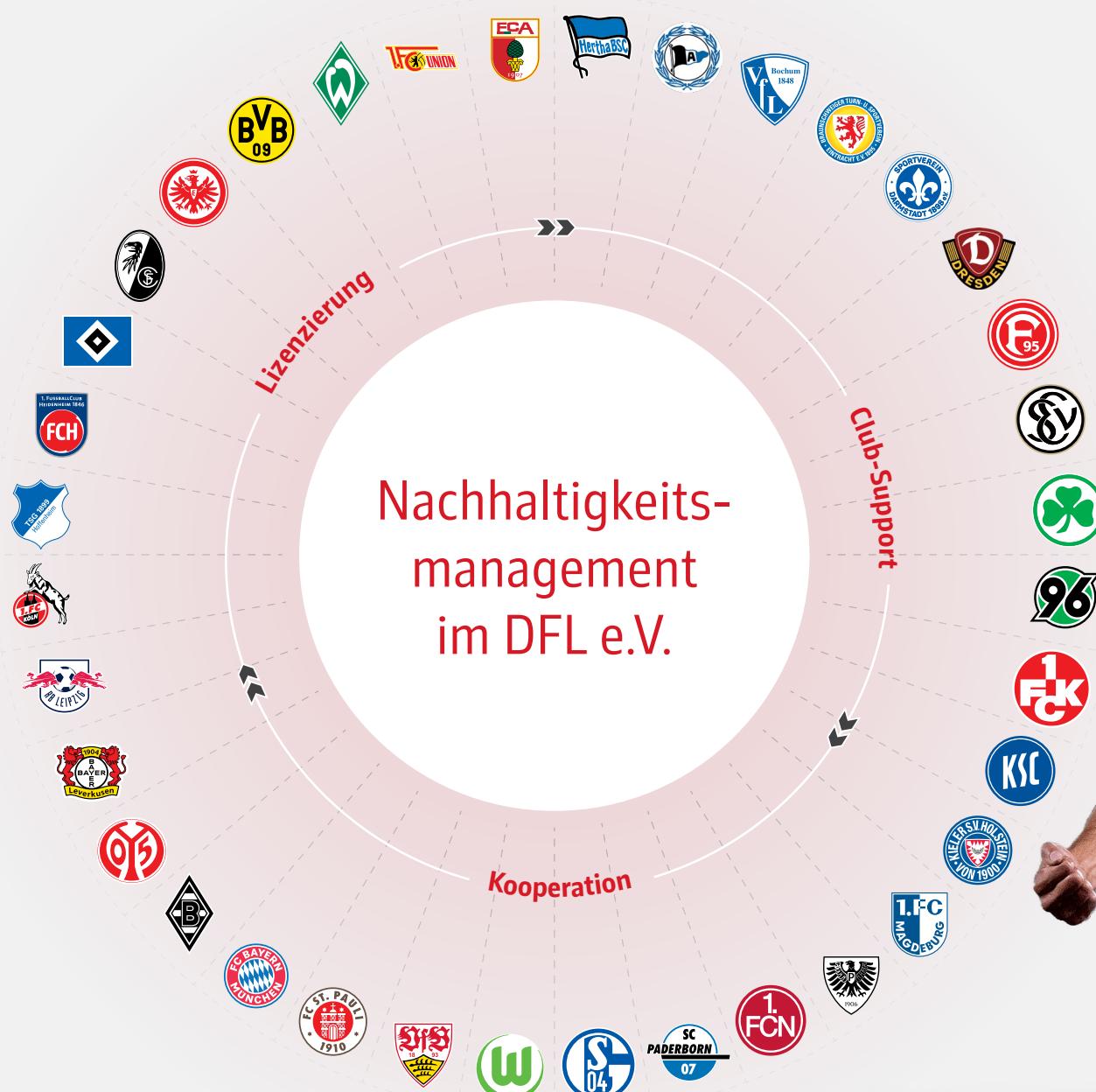
Nachhaltigkeit im Fußball adressiert Strukturen und Prozesse innerhalb der beiden Ligen sowie organisatorische Rahmenbedingungen (internes Nachhaltigkeitsmanagement).

Nachhaltigkeit durch Fußball konzentriert sich auf die Nutzung der großen Reichweite der Bundesligas, um eine nachhaltige Entwicklung außerhalb des Kerngeschäfts Profifußball zu fördern.

Dieser ganzheitliche Ansatz für das Nachhaltigkeitsmanagement im DFL e.V. umfasst die folgenden Komponenten:

- Lizenzierung
- Club-Support
- Kooperation





Lizenzierung

Als erste große Profifußball-Ligen haben die Bundesliga und die 2. Bundesliga im Jahr 2022 verbindliche Nachhaltigkeitskriterien als Bestandteil der Lizenzierung aufgenommen. Zur Gewährleistung transparenter und einheitlicher Standards hat die DFL gemeinsam mit den Clubs, externem Fachpersonal und der DFL-Kommission Nachhaltigkeit – unter Berücksichtigung nationaler und internationaler Benchmarks – einen strukturierten, überprüfbaren Rahmen entwickelt.

Die Nachhaltigkeitsrichtlinie ist für die Clubs ein zentrales Werkzeug, um konkrete Maßnahmen in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit aktiv, nachweisbar und transparent zu fördern. Die Richtlinie stützt und ergänzt bereits ergriffene Maßnahmen und strategische Schwerpunkte der Clubs, während gleichzeitig ein ligaweit geltender gesamtheitlicher Mindeststandard sichergestellt wird.

Die als dynamisches Instrument konzipierte Richtlinie wurde und wird mit Blick sowohl auf Inhalte als auch auf das Ambitionsniveau stetig weiterentwickelt. Im Sinne der Präambel der Lizenzierungsordnung des DFL e.V. enthält sie A-Kriterien, B-Kriterien und C-Kriterien.

Die entsprechenden Nachweise für die jeweiligen Kriterien sind im März eines jeden Jahres vor Beginn der neuen Saison vollenfänglich einzureichen.

Die Lizenzierung für den Bereich Nachhaltigkeit legt somit verbindliche Mindeststandards fest, ermöglicht den Clubs jedoch darüber hinaus, eigene, passende Schwerpunkte zu setzen. Die Nachhaltigkeitsrichtlinie umfasst drei Dimensionen und bildet die Grundlage für einen langfristigen ligaweiten Nachhaltigkeitsansatz.



Weitere Informationen:
[Zum Lizenzierungsverfahren](#)





Clubführung und Organisation

Die erste Dimension der Richtlinie stellt sicher, dass die Clubs Nachhaltigkeit in ihre Management- und Governance-Strukturen integrieren. Dies umfasst die Verankerung entsprechender Grundsätze, strategischer Leitlinien und operativer Abläufe.



Klima, Umwelt und Ressourcen

Der Schwerpunkt in der zweiten Dimension der Richtlinie liegt auf ökologischer Verantwortung. Die Grundlage dieser Dimension bildet eine klar definierte Umweltstrategie, die die ökologischen Ziele und Maßnahmen des Clubs strukturiert. Daran anknüpfend folgen konkrete Handlungsfelder – von der Status-quo-Erhebung über die Konzeptentwicklung bis zur Umsetzung gezielter Maßnahmen.



Anspruchsgruppen und soziale Verantwortung

Die dritte Dimension der Richtlinie befasst sich mit sozialer Verantwortung. Der Schwerpunkt liegt auf der Förderung von Vielfalt, Inklusion, Antidiskriminierung sowie auf der Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden aller wichtigen Anspruchsgruppen des Clubs.



Club-Support

Um Nachhaltigkeit fest im Clubbetrieb zu verankern, wurde das Thema nicht nur in die Lizenzierungsordnung eingebettet, sondern wird von der DFL auch mit vielfältigen Unterstützungsangeboten begleitet. Dazu zählen der regelmäßige Austausch mit den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der Clubs sowie ligaweite Initiativen zur Stärkung der Wirkung und Förderung von Innovationen. Konkrete Ansätze hierfür sind unter anderem:

Plattform für gesellschaftlichen Beitrag des Fußballs

#BundesligaWIRKT ist eine DFL-Plattform, die den vielfältigen gesellschaftlichen Einsatz der Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga sichtbar macht.

Die Website vereint eine Vielzahl von Projekten zu Themen wie Gesundheit, Bildung, Umweltschutz und sozialer Inklusion, die das Engagement der Clubs widerspiegeln.

Weitere Informationen unter



Themenspezifische Unterstützung durch die Leistungen von PreZero

Das Management von Wasser und Abfall zählt zu den wesentlichen Handlungsfeldern bei der ökologischen Nachhaltigkeit. Daher arbeitet die DFL im Zuge einer strategischen Allianz mit den Unternehmen der Schwarz-Gruppe mit dem Umweltdienstleister PreZero zusammen und unterstützt die Clubs gezielt bei der Entwicklung von Konzepten und der Umsetzung entsprechender Maßnahmen.

Weiterbildung in Zusammenarbeit mit der Leuphana Universität Lüneburg

Seit 2022 unterstützt die DFL den Auf- und Ausbau des Weiterbildungsprogramms „Nachhaltigkeitsmanagement im Sport und in Sportorganisationen“ an der Leuphana Universität Lüneburg. Das speziell auf die Anforderungen des Profisports in Deutschland zugeschnittene Angebot richtet sich vor allem an Mitarbeitende der Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga, die sich gezielt im Bereich Nachhaltigkeit fortbilden möchten. Es steht aber auch weiteren Interessierten offen.

Im Startjahr eröffnete die DFL allen Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga die Möglichkeit zur Teilnahme am Programm und förderte



so eine umfassende Beteiligung im ersten Durchgang.

Damit wurde ermöglicht, dass jeder Club frühzeitig über eine qualifizierte Ansprechperson im Bereich Nachhaltigkeit verfügte.

Nach Abschluss des ersten Durchgangs wurde das Programm weiterentwickelt, um noch stärker auf die spezifischen Bedürfnisse im Profifußball einzehen zu können. Der Kurs umfasst drei Module: (1) Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements, (2) Nachhaltiges Performance Management sowie (3) Vertiefung des Nachhaltigkeitsmanagements im Sport und in Sportorganisationen. Es kombiniert Präsenzveranstaltungen in Lüneburg mit E-Learning-Inhalten.

Projektgruppe für innovative Ansätze am/im Stadion

Seit 2021 fördern DFL und DFB mit der „Projektgruppe Stadioninnovationen“ gezielt neue Ansätze für Infrastruktur, Nachhaltigkeit, Fanerlebnis und Sicherheit. Zukunftsorientierte Anbieter werden mit Clubs vernetzt, innovative Technologien und Dienstleistungen in Pilotprojekten erprobt und erfolgreiche Lösungen im Netzwerk geteilt – mit dem Ziel, Stadien und Clubinfrastruktur langfristig noch attraktiver, sicherer und nachhaltiger zu gestalten.



NO PLACE FOR
HOMOPHOBIA
FASCISM
SEXISM
RACISM

Kooperation

Um nachhaltige Entwicklung zu fördern und die Wirkung entsprechender Maßnahmen ligaweit zu stärken, arbeiten die DFL, die Clubs und deren Stakeholder aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Wissenschaft, Politik und Medien zusammen.

Mehrere Projekte verdeutlichen diesen kollaborativen Ansatz:

- Das „Bundesliga-Mitfahrportal“ bietet Fans eine kostenfreie Plattform zur Bildung von Fahrgemeinschaften, um Reisekosten und CO₂-Emissionen zu senken.
- Der ligaweite Spieltag „TOGETHER“ setzt ein Zeichen gegen Diskriminierung und für Werte wie Zusammenhalt, Toleranz und Respekt.
- Bereits neun Clubs engagieren sich in der Initiative „Vom Feld in den Fanshop“ zur Verbesserung der Nachhaltigkeit bei der Herstellung von Fanartikeln.
- Clubs arbeiten bei ligaweiten Kampagnen und bundesweiten Programmen zusammen, die von der DFL Stiftung unterstützt werden – zum Beispiel „Lernort Stadion“ und „Bundesliga Bewegt“.

National kooperiert die DFL in Nachhaltigkeitsthemen mit Verbänden wie dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) und dem Deutschen Fußball-Bund (DFB).

International steht die DFL im Dialog mit Organisationen wie European Leagues, UEFA und European Football Clubs (EFC), vormals European Club Association (ECA). Sie ist aktives Mitglied der von den Vereinten Nationen initiierten Plattform „Football for the Goals“, die die globale Fußball-Community zur Unterstützung der Ziele für nachhaltige Entwicklung mobilisiert. Aus diesem globalen Engagement heraus entstanden Projekte wie „Common Ground“ (S. 21), mit denen die DFL gezielt nachhaltige Impulse auf internationaler Ebene setzt.



Ausbau nachhaltigkeitsbezogener Kompetenzen

Die DFL veranstaltete in den Jahren 2022 und 2023 jeweils ein Nachhaltigkeitsforum, um den Austausch zu zentralen Nachhaltigkeitsthemen im und durch den Fußball zu fördern. Ziel war es, Wissenstransfer und Vernetzung zu stärken und Impulse zu setzen, die sowohl die DFL als auch ihre Clubs auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft unterstützen.

Die zweite Auflage des Forums im Jahr 2023 knüpfte an die erfolgreiche Premiere an und bot ein vielfältiges Programm aus Keynotes, Interviews und Podiumsdiskussionen. Im Mittelpunkt standen Themen wie nachhaltige Mobilität, Kreislaufwirtschaft und ökonomische Leistungsfähigkeit. Unter dem Leitgedanken „Die Zukunft gestalten“ gaben Expertin-

nen und Experten aus Sport, Wirtschaft und Wissenschaft praxisnahe Einblicke und Anregungen.

In verschiedenen Panels, an denen auch Vertreterinnen und Vertreter der Clubs teilnahmen, wurde diskutiert, wie Nachhaltigkeit als Treiber für Innovation, gesellschaftliche Verantwortung und Vielfalt im Profifußball wirken kann.

Darüber hinaus gab es im Jahr 2024 gemeinsam mit dem DFB eine Multi-Stakeholder-Veranstaltung unter dem Titel „DFB & DFL Nachhaltigkeitstag“ sowie im Jahr 2025 erstmals eine gemeinsame Fachtagung für die Nachhaltigkeitsverantwortlichen der Clubs der Bundesliga, der 2. Bundesliga, der Google Pixel Frauen-Bundesliga und der 3. Liga.

Gestaltung sicherer und lebendiger Orte für den Fußball

„Common Ground“ ist eine internationale Initiative, die von der DFL in der Saison 2022/23 ins Leben gerufen wurde. Ziel des Projekts ist es, die Freude am Fußball zu fördern und die verbindende Kraft des Fußballs insbesondere in strukturell benachteiligten Gemeinschaften zu nutzen.

Mit der Initiative werden Fußballplätze in verschiedenen Städten weltweit saniert und als sichere, lebendige Orte gestaltet, an denen Menschen zusammenkommen, Sport treiben und ein Gefühl der Zugehörigkeit entwickeln können.

Zu den bisherigen Standorten zählen Städte wie Lagos, Mexiko-Stadt, Rio de Janeiro, Buenos Aires, New York, Jakarta, Berlin und Zabrze. Nach ihrer Fertigstellung werden die Plätze den lokalen Behörden oder Sportorganisationen zur langfristigen Nutzung übergeben.

Ergänzend zur Infrastruktorentwicklung engagiert sich die DFL gemeinsam mit den Clubs auch durch vielfältige Aktivitäten auf lokaler Ebene, etwa Trainingseinheiten oder Public Viewings, um junge Menschen für den Sport zu begeistern und zu aktiver Teilhabe zu motivieren.

Ein wichtiger Teil der Initiative ist EA SPORTS, dessen „FC FUTURES“-Programm eine ähnliche Vision verfolgt: in den Community-Fußball

investieren und die nächste Generation inspirieren.

Seit Beginn der Saison 2024/25 arbeiten die DFL und der Videospiele-Publisher im Projekt „Common Ground“ zusammen und haben an vier der acht „Common Ground“-Standorte achtwöchige Fußball-Clinics ermöglicht, die sich nicht nur auf die technischen Fähigkeiten der Teilnehmenden, sondern auch auf soziale Kompetenzen wie Teamwork, Ausdauer, Selbstvertrauen und Respekt konzentrierten.

Die Clinics verbinden professionelles Training mit Elementen aus dem Spiel und schaffen so eine unterhaltsame und zugängliche Lernerfahrung auf und neben dem Platz.



03



DATEN UND FAKTEN

DURCH DEN LIZENZIERUNGSPROZESS ERZIELEN DIE CLUBS INDIVIDUELLE
UND GEMEINSAME FORTSCHRITTE.

2019 veröffentlichte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte eine Studie², die den damaligen Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Bundesliga untersuchte. Die Ergebnisse zeigten, dass die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Clubs vor der Aufnahme von Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung der DFL sehr unterschiedlich ausgeprägt waren. Diverse Clubs hatten bereits innovative Maßnahmen ergriffen, innerhalb des DFL e.V. existierten jedoch kein übergreifender Rahmen und keine verbindlichen Standards.

Die Integration von Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung markierte daher einen Meilenstein. Sie bildet die Basis für ein datenbasiertes Nachhaltigkeitsmanagement im deutschen Profifußball. Damit einher geht die Verpflichtung aller 36 Clubs, relevante Daten zu erfassen und bereitzustellen. Dies bildet die Grundlage für individuelle und kollektive Fortschritte in den drei Dimensionen: (1) Clubführung und Organisation, (2) Klima, Umwelt und Ressourcen sowie (3) Anspruchsgruppen und gesellschaftliche Verantwortung.

Im Folgenden werden ausgewählte Erkenntnisse aus der Umsetzung der Nachhaltigkeits-Lizenziierungsvorgaben des DFL e.V. zur Spielzeit 2025/26 durch die Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga vorgestellt. Die reine Erfüllung dieser Vorgaben wurde in einem ersten Schritt von der Prüfgesellschaft DEKRA überprüft und dann von der DFL bestätigt („Ob“ der Erfüllung)³. In einem zweiten Schritt wurden die eingereichten Clubdaten von der DFL inhaltlich ausgewertet („Wie“ der Erfüllung)⁴. Die Auswertung der Dimension 1 „Clubführung und Organisation“ und der Dimension 3 „Anspruchsgruppen und soziale Verantwortung“ wurde gemeinsam mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte durchgeführt.



1. Clubführung und Organisation

Nachhaltigkeit beginnt in den eigenen Strukturen und Prozessen. Die Deloitte-Studie von 2019 zeigte, dass zwölf der 15 befragten Clubs damals über interne Strukturen zur Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen verfügten, meist unter der Bezeichnung Corporate Social Responsibility (CSR) firmierend.

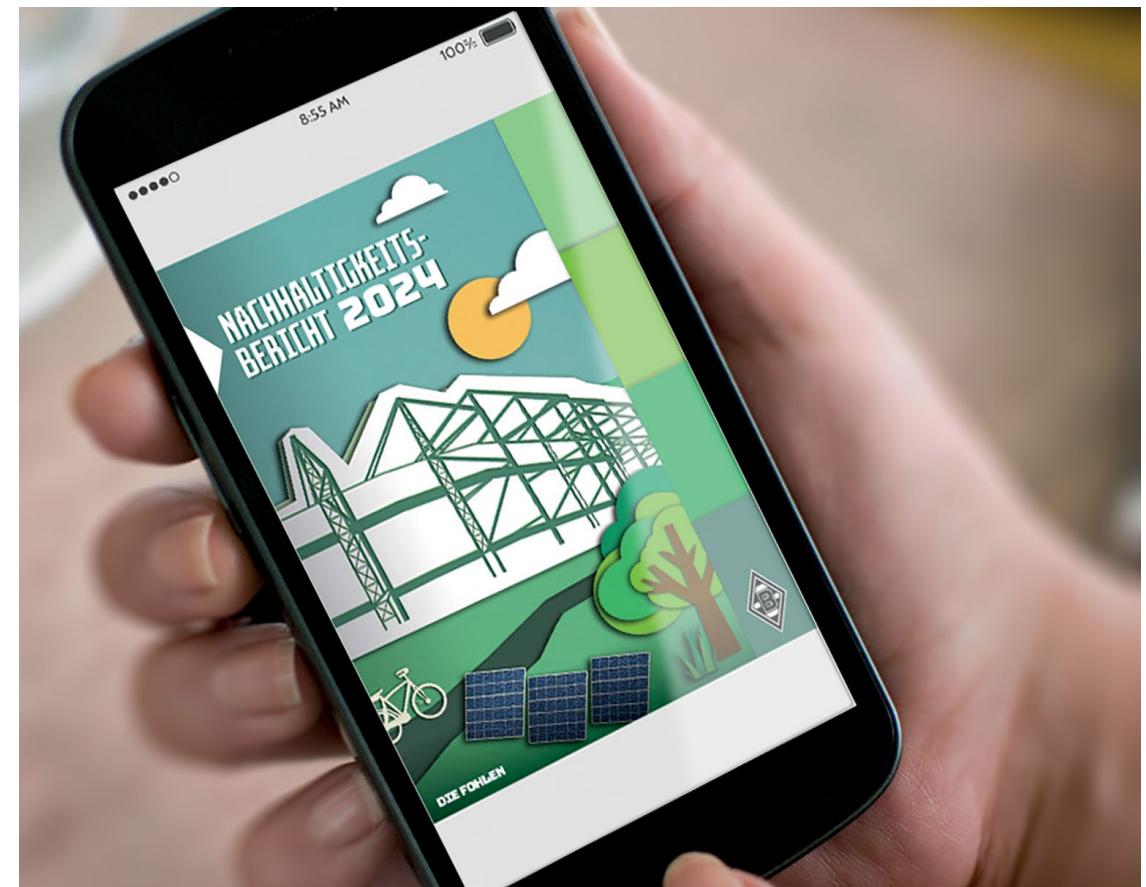
Die zur Saison 2025/26 eingereichten Daten der Clubs belegen den gewachsenen Reifegrad der Nachhaltigkeitsansätze im deutschen Profifußball:

- Alle 36 Clubs verfügen mittlerweile über eine **Nachhaltigkeitsmanagerin oder einen Nachhaltigkeitsmanager**.
- Jeder Club hat eine offizielle **Nachhaltigkeitsstrategie**, in der übergeordnete Ziele und Maßnahmenpakete definiert werden.
- **30 Clubs haben einen Nachhaltigkeitsbericht** veröffentlicht. 18 dieser Berichte orientieren sich an anerkannten Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Auch die Verankerung von Nachhaltigkeit in der eigenen Organisation sind die Clubs verstärkt angegangen. Unter

Berücksichtigung der zur Saison 2025/26 eingereichten Daten für die Nachhaltigkeitslizenzerierung lassen sich folgende Entwicklungen festhalten:

- Alle Clubs haben sich öffentlich zu den **drei Dimensionen der Nachhaltigkeit** bekannt und das Thema in ihrer Satzung oder in der Geschäftsordnung verankert
- Es besteht in allen Clubs eine **direkte Berichtslinie** von der Nachhaltigkeitsmanagerin/dem Nachhaltigkeitsmanager **zur Geschäftsführung**.
- Nachhaltigkeit wird als Querschnittsthemma **abteilungsübergreifend behandelt**. Dies umfasst unter anderem die Benennung von Ansprechpersonen in ausgewählten Fachabteilungen sowie die Etablierung von interdisziplinären Austauschformaten.
- 35 Clubs haben bisher einen **Verhaltenskodex für Mitarbeitende** eingeführt.





2. Klima, Umwelt und Ressourcen

In der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit sind große Fortschritte erkennbar. 2019, so die Ergebnisse der Deloitte-Studie, waren zwei Drittel der 15 befragten Clubs bereits der Ansicht, dass Ökologie künftig deutlich wichtiger wird.

Auf Basis der im Rahmen des Lizenzierungsverfahrens zur Saison 2025/26 eingereichten Daten lassen sich entsprechend die nachfolgenden Ergebnisse ableiten. Diese Ergebnisse beinhalten unter anderem ermittelte Durchschnittswerte zu Verbrauchs- und Emissionsdaten, die im Einklang mit Lizenzierungsvorgaben auf unterschiedlichen von den Clubs zugrunde gelegten Betrachtungszeiträumen und Erhebungszeitpunkten beruhen können.

- Alle Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga **bilanzieren** ihre **Treibhausgasemissionen**.
- Rund 90 Prozent der Gesamtemissionen der Clubs fallen unter Scope 3⁵. Allein die An- und Abreise der ➔

Fans macht davon rund zwei Drittel aus. Entsprechend fördern alle Clubs aktiv **nachhaltige Mobilität für Fans** durch die Planung und Umsetzung von Maßnahmen zur Reduzierung dieser Emissionen bei der An- und Abreise von Fans zu Heimspielen.

- Darüber hinaus setzen 23 Clubs Maßnahmen um, die die An- und Abreise von eigenen Fans zu Auswärtsspielen erleichtern sollen.
- 22 Clubs setzen Maßnahmen um, die die dienstliche Mobilität der eigenen Mitarbeitenden nachhaltiger gestalten sollen.

Auch im Bereich Energie zeigen sich auf Grundlage der oben genannten Clubdaten in der Lizenzierung zur Saison 2025/26 positive Entwicklungen:

- Im Durchschnitt stammen 39 Prozent der jährlich von den Clubs verbrauchten Energie aus erneuerbaren Quellen.
- Insgesamt **80 Prozent des Stromverbrauchs aller Clubs werden durch erneuerbare Quellen** gedeckt, 15 Clubs werden sogar vollständig mit Ökostrom versorgt.
- Genutzt wird der Strom in unterschiedlichen Anwendungsbereichen der Clubs – von der Kühlung von Lebensmitteln über die Flutlichtanlage im Stadion bis zu E-Ladesäulen.

Im Bereich Lebensmittel stehen die Clubs vor der Aufgabe, Verpflegungsangebote zu schaffen, die den Erwartungen der Fans an Geschmack,

Qualität und Preis entsprechen und im besten Fall zugleich auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen.

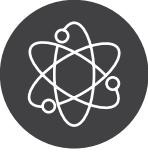
Die Investitionen in diesem Bereich zeigen Wirkung, wie die Auswertungen auf Basis der oben genannten Clubdaten belegen:

- Durchschnittlich sind ligaweit ungefähr vier von zehn Mahlzeiten an einem Spieltag inzwischen **vegan/vegetarisch**, und knapp die Hälfte der Mahlzeiten aus **regionaler Produktion**.
- Getränke werden im Public-Bereich der Stadien von 33 Clubs ausschließlich in Mehrwegbechern ausgeschenkt.

Die Rasenbewässerung ist für den Spiel- und Trainingsbetrieb essenziell.

- Um dabei den Wasserverbrauch so gering wie möglich zu halten, setzen 25 Clubs auf Maßnahmen wie **Wasseraufbereitung**, den Einsatz von Brunnenwasser und die Regenwasserspeicherung und -nutzung.





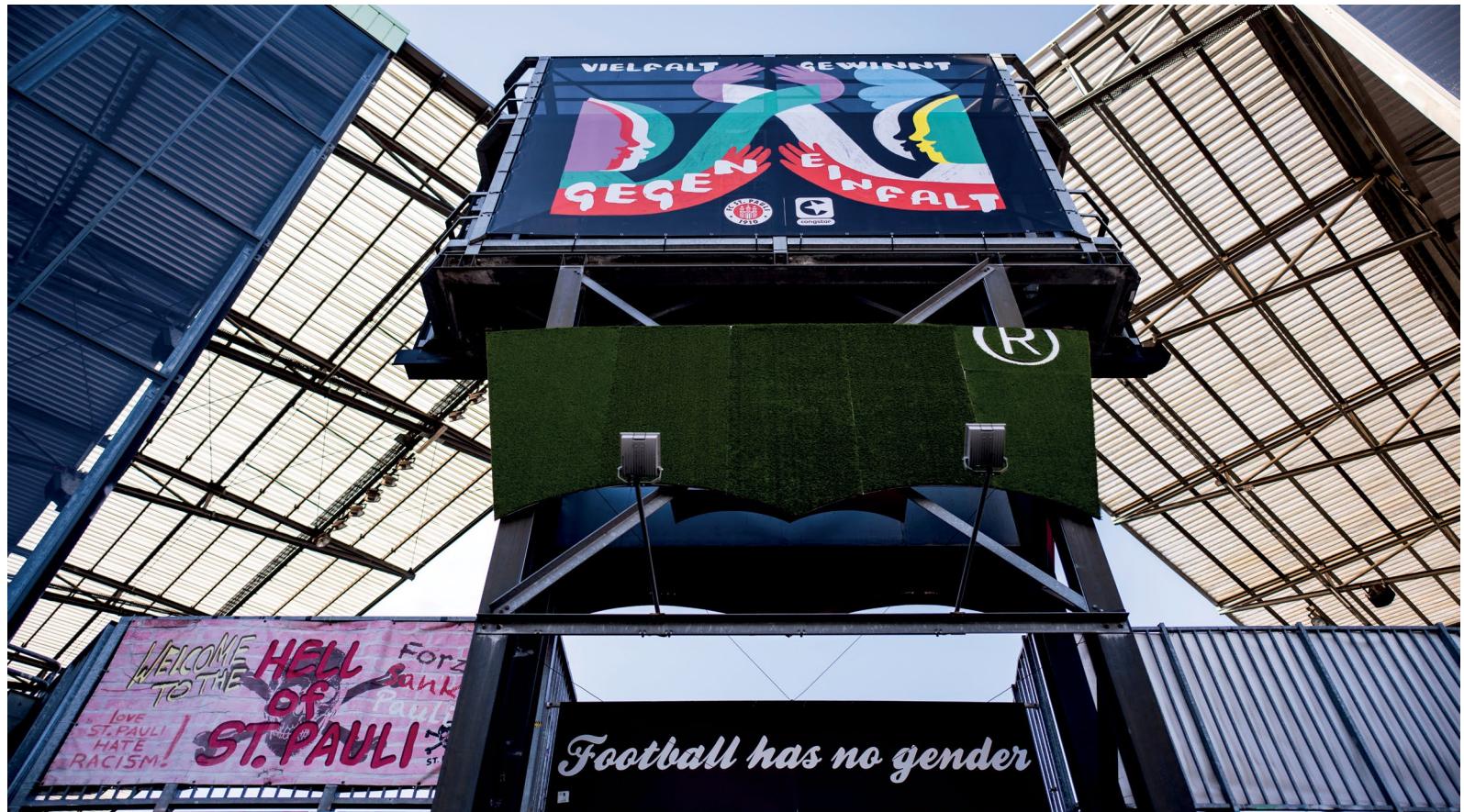
3. Anspruchsgruppen und soziale Verantwortung

Vervollständigt wird das Nachhaltigkeitsengagement der Clubs durch die soziale Dimension. Seit der Einführung von Nachhaltigkeit in die Lizenzierungsordnung hat dieser Bereich deutlich an Breite gewonnen – sowohl innerhalb der clubeigenen Strukturen als auch mit Blick auf das externe Umfeld.

Auf Basis der im Rahmen der Lizenzierung für die Saison 2025/26 eingereichten Clubdaten können folgende Ergebnisse festgehalten werden:

- 33 Clubs haben ein Konzept zur Bekämpfung von Diskriminierung und zur Förderung von **Gleichstellung, Vielfalt und Inklusion**.
- Clubintern äußert sich dies unter anderem durch die Umsetzung von entsprechenden Schulungen.
- 32 Clubs haben inzwischen **gezielte Interventionsmaßnahmen** für von Diskriminierung betroffene Personen etabliert, darunter die Benennung von Ansprechpersonen und der Aufbau von Case-Management-Systemen⁶.

Auch das Thema Inklusion wird heute aktiv von den Clubs gelebt: ➔





- 16 Clubs bieten Arbeitsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderungen.
- 35 Clubs weisen eine konsequente **Null-Toleranz-Haltung** gegenüber Rassismus und Diskriminierung nach.
- Alle Clubs haben einen **Fanbeauftragten**, der sich mit dem **Thema „Inklusion & Vielfalt“** befasst. Dieser soll auf eine möglichst weitreichende Barrierefreiheit während des Stadionbesuchs sowie im Vereinsleben für alle Fans und Zuschauer hinwirken.

Auch die stärkere Beteiligung von Frauen – allgemein und vor allem in Führungspositionen – rückt zunehmend in den Mittelpunkt:

- Derzeit sind rund **ein Drittel** aller Vollzeitbeschäftigte in den Clubs **Frauen**.
- Ca. **20 Prozent der Führungspositionen** – von der Teamleitung bis hin zum Top-Management – sind in den Clubs durch Frauen besetzt.

Fans als zentrale Anspruchsgruppe werden von den Clubs aktiv in Nachhaltigkeitsthemen einbezogen:

- Alle Clubs setzen auf den Einsatz von **aktiven oder ehemaligen Spielerinnen und Spielern** für Kommunikationsmaßnahmen zur Sensibilisierung von Fans für das Thema Nachhaltigkeit.
- 29 Clubs haben bereits konkrete **Nachhaltigkeitsprojekte** mit aktiver **Partizipation von Fans** umgesetzt⁶ – darunter Sammelaktionen, Themenspieltage, Arbeitsgruppen, Spendeninitiativen oder Workshops, z.B. zu den Themen Diskriminierung, Inklusion und Vielfalt.
- Alle Clubs bieten **ermäßigte Tickets** für bestimmte Gruppen an und **unterstützen soziale Initiativen** in ihrer jeweiligen Region.

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen sowie die Einhaltung von Menschenrechten sind fest in den Strukturen der Lizenzierung verankert:

- Seit der Saison 2018/19 ist **Kinderschutz** ein fester Bestandteil der Lizenzierungsordnung für Nachwuchsleistungszentren. Dazu gehört die Etablierung eines vorgegebenen Schutzniveaus – hinterlegt durch Maßnahmen wie etwa eine öffentliche Positionierung auf der Club-Website, die Einrichtung einer internen Anlaufstelle sowie die systematische Überprüfung von Führungszeugnissen.
- Der Nachweis eines **Kinder- und Jugendschutzkonzepts** für den gesamten Club sowie die Analyse menschenrechtlicher Risiken im Club ist seit der Saison 2025/26 Teil der Nachhaltigkeitslizenzierung.
- Seitdem gehört auch die **Veröffentlichung eines Lieferantenkodex** zur Nachhaltigkeitslizenzierung. 27 Clubs sensibilisieren zudem gezielt ihre Mitarbeitenden für nachhaltige Einkaufsmöglichkeiten.

Auf einen Blick: Die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Lizenzierung und ihre Folgen

Alle 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga verfügen über:

- ✓ eine Nachhaltigkeitsstrategie
- ✓ eine Nachhaltigkeitsmanagerin oder einen Nachhaltigkeitsmanager
- ✓ eine systematische Erfassung ihrer Treibhausgasemissionen
- ✓ Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Fan-Mobilität
- ✓ preisreduzierte Tickets für bestimmte Personengruppen
- ✓ Strukturen und Maßnahmen, die die Einbindung aktueller und ehemaliger Lizenzspieler in die Kommunikation und Sensibilisierung von Fans für das Thema Nachhaltigkeit gezielt fördern
- ✓ die Verankerung von Nachhaltigkeit in ihrer Satzung
- ✓ ein dauerhaftes öffentliches Bekenntnis zu allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit
- ✓ Maßnahmen zur Förderung der sozialen und/oder ökologischen Nachhaltigkeit in der Region

Strategie und Berichterstattung

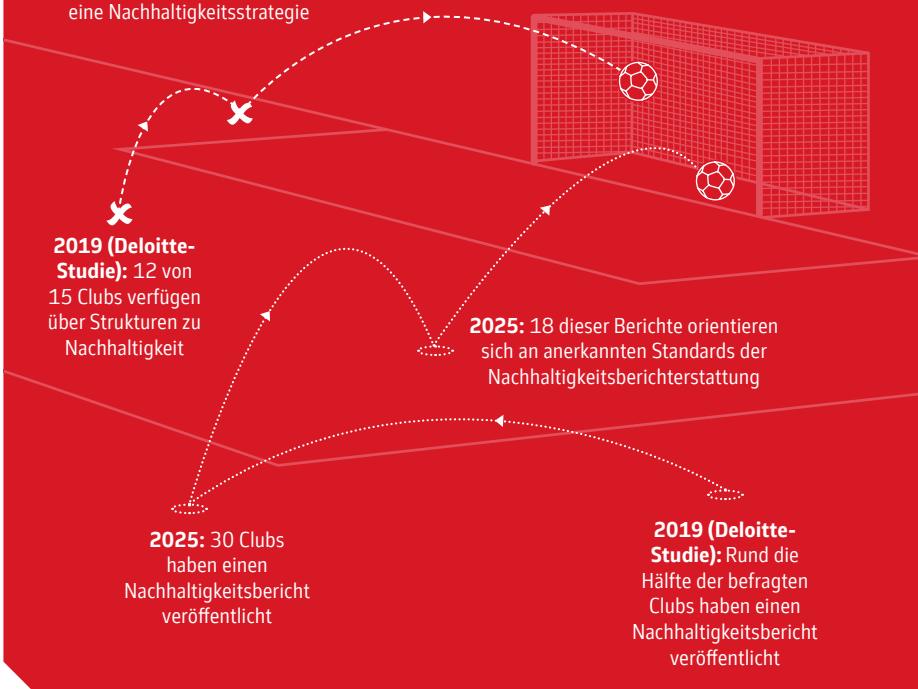
2025: Alle 36 Clubs haben eine Nachhaltigkeitsmanagerin/einen Nachhaltigkeitsmanager und eine Nachhaltigkeitsstrategie

2019 (Deloitte-Studie): 12 von 15 Clubs verfügen über Strukturen zu Nachhaltigkeit

2025: 30 Clubs haben einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht

2025: 18 dieser Berichte orientieren sich an anerkannten Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung

2019 (Deloitte-Studie): Rund die Hälfte der befragten Clubs haben einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht



Umweltbilanzierung

100 %

der Clubs bilanzieren ihre Treibhausgasemissionen

80 %

des Stromverbrauchs aller Clubs stammen aus erneuerbaren Quellen



15 Clubs

werden vollständig mit Ökostrom versorgt

Lebensmittel **vier**

ca.



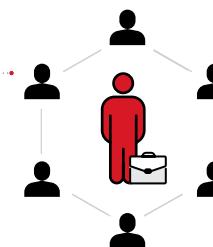
von zehn Mahlzeiten am Spieltag sind vegan/vegetarisch

Rund die Hälfte stammt aus regionaler Produktion

Inklusion und Fanbeteiligung

100 %

der Clubs haben einen Fanbeauftragten benannt, der sich mit dem Thema „Inklusion & Vielfalt“ befasst



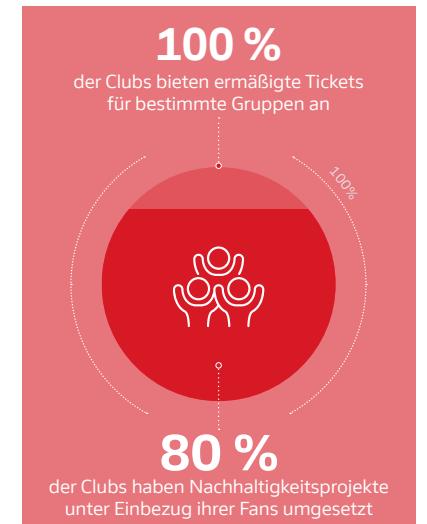
ca. 90 %



der Clubs haben ein Konzept zur Bekämpfung von Diskriminierung und zur Förderung von Gleichstellung, Vielfalt und Inklusion

100 %

der Clubs bieten ermäßigte Tickets für bestimmte Gruppen an



04



CLUBPORTRÄTS

DIE LIZENZIERUNGSSTANDARDS BILDEN EINE GEMEINSAME BASIS – DIE CLUBS FÜLLEN DAS THEMA NACHHALTIGKEIT AUF VIELFÄLTIGE UND INDIVIDUELLE WEISE MIT LEBEN.

Der deutsche Profifußball hat sich geschlossen zu Nachhaltigkeit als wesentlicher Leitlinie für sein Handeln bekannt. Gleichzeitig verfolgt jeder der 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga eigene Ziele und Projekte, die auf den jeweiligen Kontext und Standort zugeschnitten sind. In diesem Kapitel stellen die Clubs ihre jeweiligen Ansätze, Entwicklungen und Highlights im Bereich Nachhaltigkeit vor.⁷



FC Augsburg

Bewegung und Bildung, die „Grüne Woche“ und ein Wald mit 20.000 Bäumen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Alexander Del Sorbo
delsorbo@fcaugsburg.de



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“ ”



Fußball vermittelt Werte, prägt Gemeinschaften und kann durch die Begeisterung, die er auslöst, Brücken für zahlreiche Themen bauen – aus dem Club in die Gesellschaft.

MICHAEL STRÖLL, GESCHÄFTSFÜHRER

Unter dem Motto „Brücken bauen. Menschen bewegen. Umwelt schützen.“ verfolgt der FC Augsburg einen breit angelegten Nachhaltigkeitsansatz. Mit dem „Brückennbauer“ ist eine Partnerschaftsform mit Fokus auf Nachhaltigkeit etabliert.

Der Club entwickelt seine Strukturen verantwortungsvoll weiter und arbeitet kontinuierlich an der Verbesserung seiner Umweltleistung. Dazu gehören unter anderem die jährliche Erstellung einer Treibhausgasbilanz und die clubweite Implementierung des Umweltmanagementsystems EMAS.

Das Stadioncatering liegt in Eigenregie des Clubs. Es setzt auf Produkte regionaler Anbieter und bietet ein stetig wachsendes Angebot an vegetarischen und veganen Speisen. Getränke wer-

den ausschließlich in Mehrwegbechern mit Henkel ausgeschenkt – dadurch werden pro Saison rund 680.000 Einwegplastikbecher und 255.000 Kartonhalter eingespart.⁸ Fans haben zudem die Möglichkeit, ihr Becherpfand zu spenden; der Erlös kommt gemeinnützigen Projekten zugute.

Auch über den Spielbetrieb hinaus engagiert sich der Club für das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung. Im Mittelpunkt stehen dabei Formate wie die jährliche Aktionswoche „Grüne Woche“, internationale und regionale Wasserbildungs- und -schutzprojekte sowie der „FCA-Wald“ mit insgesamt bis zu 20.000 gepflanzten Bäumen in den Jahren 2022 bis 2025. Ganzjährig setzt der Club zudem auf Projekte zur Bewegungsförderung und zur Bildungsarbeit.



HIGHLIGHTS

680.000 vermiedene Plastikbecher pro Saison durch Mehrwegkonzept

20.000 gepflanzte Bäume im FCA-Wald zwischen 2022 und 2025

280 Ballschul-Einheiten mit 3.150 Minuten Bewegungszeit pro Kind im Schuljahr 2024/25

Ein zentrales Beispiel ist die clubeigene „Ballschule“, die Bewegung und Lesekompetenz insbesondere in Grundschulen fördert. Ergänzend dazu bietet der FC Augsburg Ferien- und Wochenendcamps in der gesamten Region an. Mit der „Bildungsarena Zirbelnuss“ bringt der Club Workshops für weiterführende Schulklassen in die WWK ARENA.

Darüber hinaus engagiert sich der FC Augsburg für gesellschaftlichen Zusammenhalt, Vielfalt und lokale Unterstützungsangebote, unter anderem „Bechern für den guten Zweck“, die „FCA-Weihnachtswünsche“ oder die Erinnerungsarbeit.

1. FC Union Berlin

Verantwortung im Kiez, Bildung und ökologische Maßnahmen

Ansprachperson Nachhaltigkeit

Anna Becker

anna.becker@fc-union-berlin.de

Seit Jahrzehnten engagiert sich der 1. FC Union Berlin unter dem Leitsatz „Der Starke hilft dem Schwachen“ für benachteiligte Menschen und ist fest im sozialen Gefüge seines Stadtbezirks sowie der Region Berlin-Brandenburg verankert.

Ein zentrales Element dieses Engagements ist das clubeigene Lernzentrum, das mit vielfältigen Bildungsangeboten arbeitet. Gleichzeitig bringt Union mit seiner Abteilung Sportförderung wöchentlich Tausende Kinder in Bewegung – ein fest etabliertes Angebot in der Hauptstadt.

Auch im ökologischen Bereich verfolgt der Club seit mehreren Jahren konkrete Maßnahmen. So setzt das Stadion An der Alten Försterei an Heimspieltagen auf ein abfallarmes Gastronomiekonzept: Würstchen werden direkt im Brötchen serviert und alle Getränke in Mehrwegbechern ausgeschenkt. Einer Umfrage

“



Wir wollen auch in Zukunft als starker Akteur unserer sozialen Verantwortung gerecht werden und für die Menschen in der Region da sein.

DIRK ZINGLER, PRÄSIDENT

zufolge kommen 77,1 Prozent der Fans mit dem Fahrrad, dem ÖPNV oder zu Fuß ins Stadion.

Bei der Pflege von Rasenflächen – sowohl im Stadion als auch auf den Trainingsplätzen – verzichtet Union vollständig auf chemische Dünger. Zudem wird eine umfassende CO₂e-Bilanzierung über die Scopes 1, 2 und 3 durchgeführt.



HIGHLIGHTS

8.000 Kinder pro Woche in Angeboten der Sportförderung während der gesamten Saison



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

119 Bildungsangebote jährlich im clubeigenen Lernzentrum

80 % der eigenen Textilprodukte aus **zertifizierter Bio-Baumwolle** (Seit 2017)

SV Werder Bremen

Ganzheitlicher Ansatz und Fortschritte bei Klimaschutz und Gleichstellung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Sandra Broschat

nachhaltigkeit@werder.de



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

Unter dem Motto „WERDER BEWEGT“ verfolgt der SV Werder Bremen einen Nachhaltigkeitsansatz, der ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte miteinander verbindet – mit dem Ziel, Club, Region und Gesellschaft langfristig positiv mitzugestalten.

Ein zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie ist das „SPIELRAUM“-Konzept: Wöchentlich erreichen ca. 70 Bewegungsangebote rund 1.800 Kinder und Jugendliche in besonders beteiligten Stadtteilen in Bremen und Umgebung. Neben dem Zugang zu sportlichen Aktivitäten stehen Gesundheit und Wohlbefinden im Mittelpunkt. Das Angebot legt besonderen Fokus auf Themen wie Inklusion, Fluchterfahrung und Mädchen-Empowerment und fördert gezielt Teilhabe und Chancengleichheit.

Im Jahr 2024 wurde Werder Bremen mit dem Deutschen Nachhaltigkeits-

preis ausgezeichnet – für sein Engagement als Treiber gesellschaftlicher Transformation im Bereich Mädchen- und Frauen-Empowerment. Eine zentrale Rolle spielt die Zusammenarbeit mit der Initiative „FUSSBALL KANN MEHR“. Ziel ist es, alle Gremien – einschließlich Geschäftsführung, Aufsichtsrat und Präsidium – sowie die Belegschaft bis 2026 paritätisch zu besetzen, mindestens aber einen Frauenanteil von 25 Prozent zu erreichen.

Auch im ökologischen Bereich verfolgt der Club ambitionierte Ziele. Als Unterzeichner der Initiative „Sports for Climate Action“ strebt Werder an, seine Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Ausgangswert der Saison 2023/24 bis 2030 zu halbieren und bis 2040 auf null zu senken.¹⁰ Dazu hat der Club beispielsweise bereits 2020 auf Ökostrom umgestellt und zur Saison 2025/26 das Flutlicht auf LED umgerüstet. Aufgrund der besonderen Lage des Stadions direkt an der Weser sind Maßnahmen

zur Anpassung an Klimaveränderungen – etwa durch ein Hochwasserschutzkonzept – Teil der strategischen Weiterentwicklung.

In der Saison 2024/25 wurde der Club gemeinsam mit dem FC St. Pauli und



HIGHLIGHTS

100 % Ökostrom in allen Liegenschaften (Seit 2020)

84% der Merchandise-Textilien sind **nachhaltig zertifiziert** (Seit Saison 2024/25)

Wöchentlich rund **1.800 Kinder und Jugendliche** durch das „SPIELRAUM“-Konzept erreicht (Saison 2024/25)

“ ”



Nachhaltigkeit ist für uns eine Haltung, die unser Handeln prägt. Sie ist Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung als Club und zugleich ein strategisches Unternehmensziel.

ANNE-KATHRIN LAUFMANN, GESCHÄFTSFÜHRERIN SPORT & NACHHALTIGKEIT

dem HSV von dem Non-Profit-Institut Cum Ratione für den fairen und nachhaltigsten Fanshop der Bundesliga und 2. Bundesliga ausgezeichnet.

Borussia Dortmund

Soziale Verantwortung, Sonnenenergie und strategische ESG-Arbeit

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Marieke Philippi
marieke.philippi@bvb.de

Borussia Dortmund versteht sich als gesellschaftlicher Akteur mit großer Strahlkraft. Mit über 220.000 Mitgliedern und 80 Millionen Followerinnen und Followern auf den digitalen Kanälen fungiert der Club national und international als verbindendes Element für Fans, Partner, Mitarbeitende und alle relevanten Anspruchsgruppen – getragen von einer Gemeinschaft, die sich durch Loyalität, Verantwortung und soziales Engagement auszeichnet.

Das Ziel: den sportlichen Erfolg mit einem professionellen Nachhaltigkeitsmanagement zu verbinden und dieses kontinuierlich weiterzuentwickeln – mit klaren Maßnahmen und transparenter Kommunikation.

Zur Steuerung von Chancen, Risiken und Auswirkungen im Nachhaltigkeitskontext hat Borussia Dortmund ein unternehmensweites ESG-Gremium

eingerichtet. Dieses wird durch die Geschäftsführung sowie die Stabsstelle „Corporate Responsibility“ geleitet, die sämtliche relevanten Prozesse mit Nachhaltigkeitsbezug koordiniert und initiiert. Der Club verzeichnet in mehreren Bereichen substanziale Fortschritte.

Auf strategischer Ebene setzt der BVB auf Nachhaltigkeitspartnerschaften mit Unternehmen und hat sich mit seinem Umwelt- und Energiemanagementsystem nach den ISO-Normen 14001 und 50001 zertifizieren lassen. Ein zentrales Projekt der zukunftsfähigen Transformation war der Bau der weltweit größten Photovoltaikanlage auf einem Stadiondach im Spätsommer 2025¹¹ – ein Baustein der langfristig angelegten Dekarbonisierungsstrategie.

Das gesellschaftliche Engagement bündelt Borussia Dortmund in der clubeigenen Stiftung „Leuchte auf“, die Projekte in den Bereichen Bewegung, Teilhabe und Ehrenamt unterstützt und initiiert. Darüber hinaus nutzt der Club seine Reichweite für öffentlichkeitswirksame Kampagnen gegen Gewalt an Frauen, Antisemitismus, Rassismus und Diskriminierung.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“



Im Rahmen unseres ganzheitlichen Nachhaltigkeitsmanagements gehen wir kontinuierlich wichtige Schritte, um all unsere ESG-Aktivitäten noch professioneller steuern und messen zu können. Ziel dabei ist es, unseren unternehmerischen Handprint nach und nach immer positiver zu gestalten.

CARSTEN CRAMER, GESCHÄFTSFÜHRER

HIGHLIGHTS

1.500 Teilnehmende an Bildungs- und Gedenkstättenreisen (Seit 2011)

GOTS-Zertifizierung (Global Organic Textile Standard) im Merchandising (Seit 2025)

Erster deutscher Profifußballclub mit **SBTi-Commitment¹²** (2024)



HIGHLIGHTS

1.288 Solarmodule der neu gebauten Photovoltaikanlage auf dem Stadiondach erzeugen **jährlich 500.000 kWh Strom**

Über **70% des Energiebedarfs des ProfiCamps** werden jährlich durch erneuerbare Energien gedeckt

Drei Regenwasserzisternen mit 150.000 Litern
Speicherkapazität entlasten den Frischwasserverbrauch im Deutsche Bank Park

Eintracht Frankfurt

Datenbasiertes Nachhaltigkeitsmanagement mit sozialer und ökologischer Wirkung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Magdalena Moyat
M.Moyat@eintrachtfrankfurt.de

Eintracht Frankfurt verfolgt seit 2021 eine ESG-Strategie, die ökologische, soziale und unternehmerische Verantwortung integriert. Ein eigens entwickeltes Ratingsystem dient als internes Steuerungsinstrument.

Begleitet wird dieser Prozess durch den ESG-Zertifizierungsspezialisten SustainGoals sowie einen unabhängigen Nachhaltigkeitsbeirat mit Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

Ein Fokus liegt auf energieeffizienter Infrastruktur: Auf dem Stadiondach und dem Parkhaus des ProfiCamps wurden Photovoltaikanlagen installiert. Das ProfiCamp selbst wurde in Anlehnung an den Passivhausstandard gebaut. Es nutzt eine umweltschonende Wärme- und Kälteversorgung und verfügt über eine umfassende Ladeinfrastruktur für E-Mobilität.

Zur Förderung der Kreislaufwirtschaft arbeitet der Club gemeinsam mit PreZero Deutschland an einem standortübergreifenden „Zero Waste“-Ansatz. Zusätzlich tragen drei Regenwasserzisternen zur Reduzierung des Frischwasserverbrauchs bei. Mit Upcycling-Initiativen wie der „Green-keeper“-Kollektion¹³ möchte die Eintracht für einen bewussteren Umgang mit Textilien sensibilisieren.

Auch das Wahrnehmen von sozialer Verantwortung ist fest im Club verankert. Die Anzahl der Rollstuhlplätze im Deutsche Bank Park wurde erweitert. Darüber hinaus beteiligt sich der Club regelmäßig an Maßnahmen gegen Diskriminierung und für mehr Inklusion – etwa an den „Internationalen Wochen gegen Rassismus“ – und erhielt die Sonderauszeichnung „Building Bridges“ im Kontext der Impact of Diversity Awards.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“



Mit der Entwicklung unserer ESG-Strategie, der Erstellung eines Ratings sowie der Einberufung eines Nachhaltigkeitsbeirats haben wir einen wichtigen Grundstein gelegt. Jetzt gilt es, das Thema mit aller Konsequenz weiterzuverfolgen, konkrete Maßnahmen zur Verbesserung unserer Performance umzusetzen und eine Vorreiterrolle im Bereich ESG einzunehmen.

AXEL HELLMANN, VORSTANDSSPRECHER



Sport-Club Freiburg

Klimaschutz, Bewegungsförderung und soziales Engagement in der Region

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Tobias Rauber
rauber@scfreiburg.com



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

9.682 Minuten Einsatzzeit
eigener Nachwuchsspieler
(Saison 2024/25)

2,6 Mio. kWh erzeugter Solarstrom (Saison 2022/23)

895.500 € Fördermittel
über den „FAIR ways Förderpreis“
ausgeschüttet (Seit 2012)

“



Als Sport-Club sehen wir Nachhaltigkeit als Chance, positive Energie für unseren Club und unsere Mitarbeiter zu entwickeln. Deshalb hat sich der Club in einem umfassenden, bereichsübergreifenden Prozess sehr intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt.

OLIVER LEKI UND JOCHEN SAIER, VORSTÄNDE

Der SC Freiburg bündelt seine Nachhaltigkeitsaktivitäten seit 2015 in einer eigenen Abteilung. Die Strategie des Clubs stützt sich auf vier zentrale Handlungsfelder: Sportförderung, partnerschaftliches Handeln, verantwortungsvolles Wirtschaften und ökologisches Handeln.

Mit dem Programm „Sport-Quartiere Freiburg“ und dem Leitsatz „Vernetzen, Qualifizieren und Bewegen“ setzt sich der Club gemeinsam mit Kooperationspartnern dafür ein, dass Kinder und Jugendliche in Freiburg Zugang zu Sportangeboten erhalten. Ziel ist es, gemeinsam mit Kindertagesstätten, Schulen, Sportvereinen und anderen lokalen Akteuren dem Bewegungsmangel von Kindern entgegenzuwirken.

Das ökologische Engagement des Clubs zeigt sich unter anderem in der Unterzeichnung des Freiburger Klimapakts.¹⁴ Auf dem Dach des Europa-Park

Stadions erzeugte die Solaranlage in der Saison 2022/23 rund 2,6 Millionen kWh Strom – ausreichend, um nahezu den gesamten Strombedarf des Stadions zu decken. Ein weiterer Fokus liegt auf nachhaltiger Mobilität: Im Schnitt kommen pro Spieltag über 5.000 Fans mit dem Fahrrad ins Stadion, auch durch die Kooperation mit JobRad.

Soziale und ökologische Projekte werden unter dem Dach von „FAIR ways“ seit 2012 gemeinsam mit bis zu 15 Partnern gefördert – bisher mit insgesamt rund 895.500 Euro. Inklusion wird am Spieltag durch den Einsatz von Gebärdensprachdolmetschenden, ein inklusives Sportprogramm sowie ein spezielles Fanradio für sehbehinderte Personen unterstützt.

Mit dem Schutzkonzept „Fuchsbau“ setzt sich der Club seit 2023 aktiv gegen sexualisierte Gewalt ein und bietet betroffenen Personen am Spieltag direkte Anlaufstellen.

Hamburger SV

Nachhaltigkeit im Handeln
wie die Raute im Herzen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Cornelius Göbel

nachhaltigkeit@hsv.de

“ ”



Nachhaltigkeit ist für uns kein Zusatzprojekt, sondern ein zentraler Bestandteil unserer Identität. Sie ist Antrieb, uns weiterzuentwickeln, sportlichen Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung zusammenzudenken und den HSV in die Zukunft zu führen.

DR. ERIC HUWER, VORSTAND



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement
des Clubs erfahren.

Der Hamburger SV (AG & Co. KGaA) gliedert seine Nachhaltigkeitsaktivitäten in vier Handlungsfelder: „Heimathafen“, „Umwelt“, „Arbeitswelt“ und „Spielregeln“. In allen vier Handlungsfeldern verfolgt der Club das Ziel, sich fortlaufend weiterzuentwickeln.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Abbau von Barrieren und der Förderung von Inklusion: Im Vorfeld der UEFA EURO 2024 wurden die Rollstuhlplätze im Volksparkstadion erweitert und genderneutrale, barrierefreie Sanitäranlagen ergänzt.

Zusätzlich werden bei jedem Heimspiel Sozialtickets vergeben. Formate wie der „Erinnerungstag im deutschen Fußball“, unter anderem mit Stadtteil-

HIGHLIGHTS

9.013 Mitglieder nahmen 2024
an einer Onlineumfrage zu
Nachhaltigkeit teil

**1. Platz für Nachhaltigkeit
im Merchandising** in der Studie
der Cum Ratione gGmbH¹⁶

**65.007 € gespendetes
Pfand** zugunsten der HSV-Stiftung
(Saison 2024/25)

rundgängen und Zeitzeugengesprächen, fördern die gelebte Erinnerungskultur des Clubs.

Seit der Saison 2021/22 berechnet der HSV jährlich seinen CO₂-Fußabdruck. In der Saison 2023/24 beliefen sich die Emissionen auf 25.672,4 Tonnen CO₂e, wobei ein Großteil auf Fanmobilität entfiel.

Nachhaltigkeit im Merchandising ist ein weiterer Fokus: Von zertifizierten Fanartikeln über Versandtaschen aus wildem Plastik¹⁵ bis hin zur Initiative „Vom Feld in den Fanshop“ arbeitet der HSV an Verbesserungen.

Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung konnten Mitarbeitende über die gesamte Saison hinweg an Bewegungsprogrammen teilnehmen. Beim Corporate-Volunteering-Day am 4. März 2025 engagierten sich die Beschäftigten im Rahmen von „Hamburg räumt auf!“ rund um das Volksparkstadion.

Der HSV ist der zweite deutsche Fußballclub, der dem United Nations Global Compact beigetreten ist, und veröffentlicht seit drei Jahren einen Fortschrittsbericht. Ergänzt wird das Engagement durch ein weiterentwickeltes Kinder- und Jugendschutzkonzept, um bestmöglichen Schutz zu gewährleisten und ein respektvolles, förderndes Umfeld zu bieten.



1. FC Heidenheim 1846

Gesellschaftliches Engagement, Umweltbewusstsein und regionale Verantwortung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Tatjana Müller

t.mueller@fc-heidenheim.de



“



Nachhaltigkeit ist für uns beim 1. FC Heidenheim kein Trend, sondern Teil unserer schwäbischen DNA – geprägt von Fleiß, Sparsamkeit, Ordnungssinn und regionaler Verbundenheit bringen wir Umwelt, Gemeinwohl und wirtschaftliches Handeln verantwortungsvoll in Einklang: heute schon für morgen.

PETRA SARETZ, VORSTAND ORGANISATION UND LIZENZIERUNG

HIGHLIGHTS

100 % der Becherspenden für gemeinnützige Zwecke (Seit 2020)

100 % der verfügbaren Dachflächen mit **Photovoltaikanlagen ausgestattet** (Seit 2017)

250 Clubfreundinnen und -freunde profitieren seit 2019 im Rahmen von „**Wir für unsere Region**“ von unserer Erfahrung und Begleitung



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

Der 1. FC Heidenheim 1846 versteht Nachhaltigkeit als festen Bestandteil seiner Identität. Ziel ist es, ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung systematisch zu übernehmen und als Club dauerhaft wirksam zu gestalten.

Im Umweltbereich liegt der Fokus auf einem bewussten Umgang mit Ressourcen, auf nachhaltiger Mobilität und Ernährung sowie einem durchdachten Abfallmanagement. Aktionen wie cluborganisierte Müllsammlungen unterstreichen das Engagement über den Spielbetrieb hinaus.

Soziales Handeln ist tief im Club verankert. Mit Bildungsformaten wie der Schulkooperation „Paule macht clever“, der Gesundheitsinitiative „step kickt!“ und der „Aktion Schneeflocke“ für Kinder in schwierigen Lebenslagen unterstützt der Club junge Menschen in der Region.

Regelmäßige Pfandsammelaktionen an Heimspieltagen kommen gemeinnützigen Organisationen zugute. Das regionale Engagement hat für den Club besonderen Stellenwert – der 1. FC Heidenheim versteht sich als aktiver Teil der Gesellschaft, der über den Sport hinaus Verantwortung übernimmt.

Im Bereich der Unternehmensführung steht eine wertebasierte Kultur im Vordergrund. Der Club pflegt den Dialog mit Anspruchsgruppen, agiert auf Grundlage definierter Verhaltensregeln und sichert über ein Hinweisgebersystem die Einhaltung ethischer Standards.

Nachhaltigkeit ist beim 1. FC Heidenheim als bereichsübergreifende Querschnittsaufgabe strategisch verankert. Sie soll langfristig gesellschaftlichen Mehrwert schaffen und gleichzeitig die Entwicklung des Clubs in Richtung Zukunftsfähigkeit begleiten.



TSG Hoffenheim

Zero-Waste-Vision, regionale Verantwortung und Innovationskraft

Anprechperson Nachhaltigkeit

Anneke Siebert

anneke.siebert@tsg-hoffenheim.de

Unter dem Leitsatz „TSG ist Bewegung“ bündelt die TSG Hoffenheim ihr gesellschaftliches und ökologisches Engagement.

Als erster Sportclub trat die TSG Hoffenheim der vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung initiierten Allianz für Entwicklung und Klima bei. Im Bereich Ökologie verfolgt die TSG im Rahmen der internationalen Kampagne „Race to Zero“ der Vereinten Nationen das Ziel „Netto-Null bis 2040“ und strebt bis 2030 im Vergleich zur Saison 2022/23 eine Halbierung ihrer CO₂-Emissionen an.¹⁷

Gemeinsam mit PreZero entwickelte der Club ein Abfall- und Wertstoffmanagementsystem, das 2023 zur Zertifizierung der PreZero Arena als erstes Zero-Waste-Stadion der Bundesliga nach DIN SPEC 91436 durch TÜV SÜD



“



DIETMAR HOPP, GESELLSCHAFTER

Der nachhaltige Weg ist zu unserem Markenzeichen geworden. Er ist geprägt von einer Philosophie, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Dieser Weg ist erprobt, voller Entwicklungspotenzial, weit über die Region hinaus anerkannt und vor allem erfolgreich.

HIGHLIGHTS

Über 91 % Recyclingquote in der PreZero Arena und der Geschäftsstelle (Seit 2023)

Reduktion von rund 50 % der CO₂-Emissionen im Bereich Energie im Vergleich zur Vorsaison (Saison 2023/24)

Rund 380 Projekte über „TSG hilft e.V.“ gefördert (Seit 2020)



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

führte.¹⁸ Seitdem wurde das System auf die Geschäftsstelle ausgeweitet sowie der Reifegrad der Zertifizierung von Bronze auf Silber verbessert. Printprodukte werden zum Teil aus Rasenschnitt produziert.

Über die Initiative „TSG hilft e.V.“ unterstützt der Club seit 2020 soziale

Projekte und Vereine in der Region. Der „TSG AOK Campus“ bietet Bildungs- und Bewegungsangebote für Schulen und Vereine an und macht unter anderem bei „Bundesliga bewegt“ mit.

Mit einem Fokus auf Innovation und Talententwicklung setzt die TSG auf zukunftsweisende Trainingsmethoden.

Mit der Helix wurde eine innovative weltweite Benchmark zum Trainieren kognitiver Fähigkeiten entwickelt. Mit dem sogenannten Footbonauten, einer computergesteuerten Trainingseinrichtung, kann die Handlungsschnelligkeit verbessert werden.



1. FC Köln

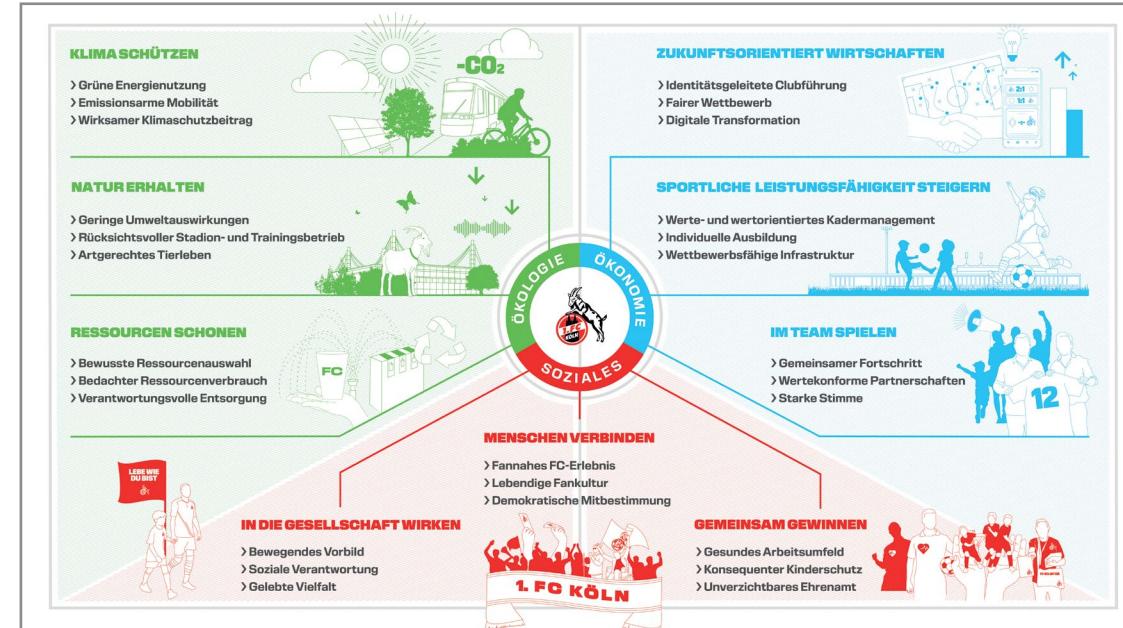
Entwicklungsorientierter Ansatz für Umwelt, Menschen und den FC

Ansprechperson Nachhaltigkeit
Frederik Becker
nachhaltigkeit@fc.de

Die Nachhaltigkeitsstrategie des 1. FC Köln verfolgt einen systematischen Ansatz nachhaltiger Entwicklung, der mit der Zertifizierung nach dem „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“ unterstützt wird.

Bereits 2019 wurde eine erste Treibhausgasbilanz erstellt. Zur Emissionsreduktion setzt der FC unter anderem auf Ökostrom, LED-Flutlichtanlagen, eine zum Teil elektrifizierte Fahrzeugflotte und ein Stadionticket mit integrierter ÖPNV-Nutzung für Fans.

Auch im Bereich Ressourcenschutz wurden Maßnahmen angestoßen: Im RheinEnergieSTADION werden ausschließlich Mehrwegbecher eingesetzt, und im Merchandising tragen inzwischen 67 Prozent der Textilien die Nachhaltigkeitslabel „Grüner Hennes“ oder OEKO-TEX® MADE IN GREEN.¹⁹



Per QR-Code auf dem Label können Fans genau nachvollziehen, wo und wie ihr Kleidungsstück hergestellt wurde – ein transparenter und glaubwürdiger Beleg für Produktverantwortung und faire Lieferketten.

Begleitet wird die Nachhaltigkeitsstrategie durch Maßnahmen wie die Modernisierung der sportlichen Infrastruktur am Geißbockheim, die ganzheitliche Weiterentwicklung der FC-Akademie und die gezielte Förderung des Frauenfußballs. Gleichzeitig engagiert sich der FC als mitgliedergeführter Club aktiv für gesellschaftliche Teilhabe.

Zahlreiche Angebote ermöglichen Fans mit unterschiedlichen Bedürfnissen eine individuelle und barrierefreie Teilhabe am Stadionerlebnis. Im Mittelpunkt stehen die Diversity-Initiative „LEBE wie du bist“ und die Arbeit der FC-Stiftung, die unter anderem mithilfe von Bewegungsprogrammen an Schulen und Kindertagesstätten sowie fünf Inklusionsteams Räume für Begegnung und Wertevermittlung schafft.

99 %



Der 1. FC Köln versteht eine nachhaltige Entwicklung als dynamischen Lernprozess, in dem wir Schritt für Schritt mehr Verantwortung für Mensch und Umwelt übernehmen.

PHILIPP TÜROFF, GESCHÄFTSFÜHRER FINANZEN & ADMINISTRATION

HIGHLIGHTS

67 % der Merchandising-Textilien mit Nachhaltigkeitslabel **OEKO-TEX® MADE IN GREEN** oder „Grüner Hennes“ (Saison 2024/25)

Über 80 % der FC-Fahrzeuge sind **mindestens teilelektrisch betrieben** (Saison 2024/25)

Durchschnittlich **629 Kinder in Bewegungsprojekten** mit Schulen und Kindertagesstätten pro Woche (Saison 2024/25)



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.



RB Leipzig

Nachhaltigkeit als Teamaufgabe
- „Play.Care.Share“ als Leitidee

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Jan Kühn
sustainability.rbleipzig@redbulls.com

“ ”



Soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung gehen Hand in Hand. Nachhaltigkeit und eine nachhaltige Struktur im Club sind entscheidend für unseren langfristigen sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg.

JOHANN PLENGE, GESCHÄFTSFÜHRER



RB Leipzig integriert soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung in alle Bereiche des Clubs. Nachhaltigkeit wird als zentraler Bestandteil der strategischen Weiterentwicklung verstanden und unter dem Leitbild „Play.Care.Share“ verankert.

„Play.Care.Share“ steht für kreatives Problemlösen, Verantwortung für Fans, Umwelt und Mitarbeitende sowie für Zusammenarbeit als Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg. Übergreifende Nachhaltigkeitsthemen in den Bereichen Soziales, Ökologie und Ökonomie bilden die Grundlage der Strategie.

Ein besonderer Fokus liegt auf dem sozialen Engagement: Mit Projekten wie „Unser Ball ist bunt“ für Vielfalt und Toleranz, dem „Azubi-Schülerpokal“ mit über 2.000 Teilnehmenden pro Saison oder dem Bildungsangebot

HIGHLIGHTS

100% Ökostrom an allen Standorten (Seit 2022/23)

65 % der Heimfans reisen mit **ÖPNV, Fahrrad oder zu Fuß** zum Spiel (Ergebnis Fanumfragen Saison 2024/25)

Ca. 82.000 € Becherpfandspenden in der Saison 2024/25 für gemeinnützige Zwecke



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

„Lernkurve Leipzig“ in der Red Bull Arena fördert RB Leipzig Teilhabe, Bewegung und Gemeinschaft.

Im ökologischen Bereich setzt der Club auf zertifizierte Energie-, Abfall- und Wertstoffmanagementsysteme (DIN EN ISO 50001 & DIN SPEC 91436). Infrastrukturmaßnahmen und Betriebsabläufe werden ressourcenschonend geplant – bevorzugt in langfristiger Zusammenarbeit mit verlässlichen Partnern.

Die Koordination von Nachhaltigkeitsmaßnahmen übernimmt das bereichsübergreifend arbeitende Nachhaltigkeitsteam. Es entwickelt die strategische Roadmap weiter, begleitet die Umsetzung konkreter Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen und fördert das Verständnis für nachhaltige Entwicklung innerhalb und außerhalb des Clubs.



Bayer 04 Leverkusen

Bildungsarbeit, Umweltmanagement und lokale Verantwortung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Matthias Adler

matthias.adler@bayer04.de

Bayer 04 Leverkusen verfolgt einen strategisch ausgerichteten Nachhaltigkeitsansatz mit Fokus auf Umwelt, gesellschaftlicher Verantwortung und Clubführung. Ziel ist es, die eigene Entwicklung zukunftsfähig zu gestalten und den sportlichen Erfolg langfristig abzusichern.

Ein bereichsübergreifendes Nachhaltigkeitsgremium unter Leitung der Stabsstelle Nachhaltigkeit koordiniert die strategische Ausrichtung. Fachspezifische Arbeitsgruppen erarbeiten und begleiten konkrete Maßnahmen.

Einen Schwerpunkt bildet das gesellschaftliche Engagement im Bildungsbereich. Das Programm „Fußballfans im Training“ verbindet Bewegung und Ernährung mit gesundheitlicher

The image shows a large group of approximately 50 people, mostly men in black shirts with a red logo, gathered in a modern library or bookstore. They are standing in several rows, some holding small white name tags. In the foreground, a red rectangular box contains the word "HIGHLIGHTS" in white capital letters. To the right of the group, a large bookshelf filled with books is visible. In the background, there are more bookshelves, a person standing near a counter, and a red shelving unit. The overall atmosphere is professional and organized.

Prävention. Die Bildungsinitiative „Bayer 04 Lernkurve“ bietet seit 2001 Workshops für Schulklassen der Jahrgangsstufen 1 bis 10 zu Themen wie Medienkompetenz, Antidiskriminierung und gesunde Lebensweise an. Das System „Duale Karriere“ unterstützt die ganzheitliche schulische und sportliche Entwicklung von Nachwuchsspielerinnen und -spielern.

Zur Verbesserung der ökologischen Wirkung wurde seit 2025 im gesamten

Club ein Umweltmanagementsystem nach EMAS eingeführt, das Nachhaltigkeitsaspekte stärker in die Geschäftsprozesse integriert. Ziel ist es, strukturiert an relevanten Umweltkennzahlen zu arbeiten und Verbesserungen umzusetzen.

Bayer 04 setzt außerdem auf innovative Partnerschaften – etwa mit dem Greentech-Unternehmen Plastiks, das zur Nachverfolgbarkeit von PET-Recycling beiträgt. Mit

dem jährlich stattfindenden „Bayer 04 HILFT“-Tag werden zudem ausgewählte Orte in Leverkusen gemeinsam mit der Stadt aufgewertet – ein Zeichen regionaler Verbundenheit. Im Jahr 2025 unterstützte der Club beispielsweise die Stadtbibliothek Leverkusen.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

1. FSV Mainz 05

Klimaschutz, Umweltbildung und regionale Kooperationen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Leonard Wittauer

leonard.wittauer@mainz05.de

Seit 2010 verfolgt der 1. FSV Mainz 05 ein strukturiertes Konzept zur Erfassung seines ökologischen Fußabdrucks und zur schrittweisen Reduktion von CO₂-Emissionen.

Im Bereich Energie kooperiert Mainz 05 seit 2010 mit dem regionalen Energieversorger ENTEGA. Der Club bezieht seither vollständig Öko-strom, lässt regelmäßig seinen CO₂-Fußabdruck berechnen und leitet daraus Einsparpotenziale ab. Seit 2016 ist zudem ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 im Einsatz. Darüber hinaus unterstützt der Club in enger Zusammenarbeit mit lokalen NABU-Gruppen ökologische Projekte in Mainz und der Region.

Auf dem Dach der MEWA ARENA befindet sich eine Photovoltaikanlage mit 9.000 m² Fläche. Diese erzeugt jährlich rund 700.000 kWh Strom und spart dadurch etwa 470 Tonnen CO₂.

ein. Eine Erweiterung der Anlage durch eine Photovoltaik-Parkplatzüberdachung ist in Planung. Zudem wurde bereits im Jahr 2004 auf dem Dach der Südtribüne des Bruchwegstadions eine Photovoltaikanlage installiert.

Zur Förderung ökologischer Verantwortung arbeitet der Club mit regionalen Unternehmen im ÖKOPROFIT-Club zusammen, einem Netzwerk, das Unternehmen durch Workshops und Erfahrungsaustausch dabei unterstützt, ihre Umweltbilanz zu verbessern. Durch das „05ER Klimaverteidiger-Partner-Netzwerk“ finanzieren und realisieren Sponsoren und Partner jährlich gemeinsame Klimaschutzprojekte.

In den letzten Jahren konnten so unter anderem der Bau eines Waldspielplatzes und der sogenannte 05ER KLIMA-PARK verwirklicht werden. Ein weiteres zentrales Projekt ist das „05ER Klassenzimmer“, das für 38 Partnerschulen regelmäßig Bildungsveranstaltungen durchführt. Kinder und Jugendliche setzen sich hier spielerisch mit Themen wie CO₂-Fußabdruck, Abfalltrennung, Müllvermeidung, Upcycling sowie mit Aspekten der sozialen Nachhaltigkeit auseinander.

Auch im Bereich Mobilität setzt der Club auf ein umwelt- und klimafreundliches Vorgehen: Bereitstellung von Eintrittskarten mit kombiniertem Nahverkehrsticket, Fahrradstellplätze am Stadion, Fanbusse und Fanexpress-

“ ”



Profifußball und Umweltschutz sind nicht nur vereinbar, wie Mainz 05 zeigt; für uns sind Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit Werte, die unser tägliches Handeln prägen und wichtige Orientierung für unsere Entscheidungen bieten.

STEFAN HOFMANN, CLUBVORSITZENDER



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

700.000 kWh Solarstrom jährlich (Seit 2011)

Ca. 470 Tonnen eingespartes CO₂ pro Jahr (Seit 2011)

50% der Fans setzen auf eine **emissionsarme Anreise** zu Spieltagen (Ergebnis Mobilitäts- und Verkehrsanalyse 2024)

Borussia Mönchengladbach

Energieeffizienz, Biodiversität und gesellschaftliche Teilnahme

Ansprachperson Nachhaltigkeit

Markus Frieben

nachhaltigkeit@borussia.de

Borussia Mönchengladbach verbindet Nachhaltigkeit mit sozialer Verantwortung, wirtschaftlicher Transparenz und ökologischer Weitsicht. Im Januar 2023 wurde der Club nach dem „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“ zertifiziert – als Ergebnis einer strategischen Steuerung aller Nachhaltigkeitsthemen über die Geschäftsbereiche hinweg.

Für die Saison 2023/24 ermittelte ein bereichsübergreifendes Team die CO₂-Bilanz des Clubs: Sie liegt bei 15.191,01 Tonnen CO₂.²⁰

Die Infrastruktur des BORUSSIA-PARKS wird laufend weiterentwickelt. Die bestehende Photovoltaikfläche von 2.148 m² wird künftig um weitere 600 m² ergänzt. Die so erzeugten rund 226.000 kWh Strom pro Jahr leisten einen Beitrag zur Emissionsreduktion. Darüber hinaus erfolgte im Juli 2025

die Umrüstung von Stadion und Trainingsgelände auf LED-Flutlicht. Auch die Einführung der digitalen Tageskarte wurde weiter vorangetrieben – 78 Prozent der Käuferinnen und Käufer nutzen diese Option bereits.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Stärkung der Region. Mit einem kostenlosen Trainingsprogramm für Kinder sowie Webinaren und Praktika für Trainerinnen und Trainer aus Freizeitsportvereinen setzt Borussia gezielte Bildungsimpulse. Die begrünte Fläche auf dem Dach des Stadiongeländes soll bis Mitte 2026 von 300 auf 2.167 m² erweitert werden. Dadurch sollen Biodiversität gefördert und lokale Hitzespitzen gemindert werden. Auch die Wasserspeicherkapazitäten werden künftig ausgebaut.

Gesellschaftspolitische Bildung ist Teil der Initiative im Bildungspark MG: Seit Sommer 2017 haben rund 31.000 Schülerinnen und Schüler Angebote zu Themen wie Gewaltprävention und Kampf gegen Antisemitismus und Homophobie wahrgenommen.

Im Rahmen der internen Bildungsarbeit wurden ergänzend zum allgemeinen Nachhaltigkeitsmodul im E-Learning-Portal neue Inhalte zu „Diversität“ und „Compliance“ integriert.

99 66



Unsere Vision ist klar: Borussia Mönchengladbach soll ein Beispiel für nachhaltigen Erfolg im Fußball sein, indem wir neben möglichst vielen sportlichen Erfolgen auch wirtschaftliche Effizienz mit ökologischer und sozialer Verantwortung verbinden.

MARKUS ARETZ, GESCHÄFTSFÜHRER



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

1.056 Tonnen CO₂ durch Ökostrom gespart (Zwischen der Saison 2019/20 und der Saison 2022/23)

1.871 Fahrradständer am BORUSSIA-PARK und Anbindung an den Fahrradschnellweg

131.500 € Förderung durch die Borussia-Stiftung im Jahr 2024





FC Bayern München

Nachhaltigkeit strategisch verankert und vielfältig umgesetzt



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren Teil der Identität des FC Bayern München. Die Nachhaltigkeitsstrategie „Mitnand“ beruht auf einem integrativen Verständnis, das ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung miteinander verbindet.

Ökonomisch setzt der Club auf solides Wirtschaften: Es wird nicht mehr ausgegeben, als vorhanden ist. Gleichzeitig

werden neue Geschäftsfelder erschlossen – etwa mit einem Ladepark für E-Trucks und E-Busse, der ökologische und wirtschaftliche Aspekte vereint.

Im Bereich Ökologie liegt der Fokus auf den größten Hebeln – Infrastruktur, Spielbetrieb und Fanmobilität. Die Allianz Arena ist seit 2006 EMAS-zertifiziert und mit Wärmepumpen sowie Solaranlagen ausgestattet. Der Club unterstützt nachhaltige Anreisen, etwa durch Shuttlebusse und bewachte Fahrradabstellplätze.

Soziale Verantwortung zeigt sich in zahlreichen Initiativen. „Rot gegen Rassismus“ bündelt das Engagement für Vielfalt. Das Awareness-Konzept „OBACHT“ fördert respektvolles Verhalten im Stadion. Weitere Maßnahmen wie das Kinderschutzprogramm „Rote Linie“, das Frauenförderprogramm „EmpowerHer“, inklusive Angebote wie Teamaufstellungen in Gebärdensprache oder der Erinnerungskoffer „Forever Number One“ für demenzerkrankte Menschen unterstreichen den sozialen Anspruch des Clubs.

“ ”



Wir müssen das verantwortungsbewusste Wirtschaften und unseren sozialen Kern, das ‚Miteinander und Füreinander‘ beibehalten und darüber hinaus dort ansetzen, wo es die ökologischen Herausforderungen und gewandelten Erwartungen der Gesellschaft notwendig machen.

JAN-CHRISTIAN DREESEN, VORSTANDSVORSITZENDER

HIGHLIGHTS

Allianz Arena ist **EMAS-zertifiziert** (Seit 2006)

60.000 m² Biotop zur Förderung der Biodiversität in der Fröttmaninger Heide (Seit 2017)

324 Plätze für Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer in der Allianz Arena (Seit 2023)

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Denise Heinemann
sustainability@fcbayern.com

Die Nachhaltigkeitsstrategie zielt darauf ab, den Club langfristig zukunftsfähig aufzustellen und gleichzeitig positiven Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft zu nehmen – gemeinsam mit Fans, Partnern und Sponsoren.

FC St. Pauli

Werteorientierter Fußball mit sozialer und ökologischer Verantwortung

Ansprechperson Nachhaltigkeit
Franziska Altenrath
franziska.altenrath@fcstpauli.com

Der FC St Pauli ist weit mehr als ein Profifußballclub. Der Club ist eine Wertegemeinschaft, der die Mission „Ein anderer Fußball ist möglich“ verfolgt.

Die Gemeinwohlstrategie des Clubs ist in vier Handlungsfeldern verankert: „Zero“, „Gute Arbeit“, „Vielfalt und Teilhabe“ und „Gesellschaft gestalten“. Die Verantwortung für die strategische Ausrichtung liegt beim Präsidium. Auf operativer Ebene verantwortet der Fachbereich „Strategie, Veränderung und Nachhaltigkeit“ die Operationalisierung, während die Maßnahmenumsetzung in den Fachbereichen liegt (jeweils eine Ansprechperson). Das sich dadurch ergebende fachbereichsübergreifende Team erstellt in enger Zusammenarbeit Fortschrittsberichte und informiert regelmäßig Präsidium und Aufsichtsrat.

HIGHLIGHTS

Einführung der ersten **Bio- und bioveganen Stadionwurst** in deutschen Fußballstadien²¹ (Seit der Saison 2023/24)

Installation der **Regenbogen-Solaranlage** auf dem Dach des Millerntor-Stadions (Juli 2025)

Spenden in Höhe von rund **168.000 € an gemeinnützige Wirkungspartner** (Saison 2023/24)

„Kiezhelden“ ist das Herzstück des gesellschaftlichen Engagements des FC St. Pauli mit Schwerpunkten auf Demokratieförderung, Kulturförderung, Wirken im Stadtteil und dem Kiezhelden-Spendentopf. Unter dem Leitmotiv und Programm „St. Pauli sind wir alle“ engagiert sich der Club mit festen Partnern in der Obdachlosenhilfe. Das Programm „Kein Platz für Rassismus“ beschreibt die Arbeit gemeinsam mit Congstar, um gegen jegliche Form von Diskriminierung ein Zeichen zu setzen. Über den Spendentopf werden weitere Projekte unterstützt, die Themen wie Fankultur, Inklusion, Musik oder Kultur fördern.

Der FC St. Pauli verfolgt eine klare Dekarbonisierungsstrategie auf Basis



einer jährlich erhobenen Treibhausgasbilanz. Der Club orientiert sich dabei an einem langfristigen Transformationspfad, der im Handlungsfeld „Zero“ verankert ist und sich an den Zielen des Pariser Klimaabkommens und lokalen Vorgaben ausrichtet.

Mit der Gründung der Genossenschaft FCSP e. G. 2024 bietet der Club zudem eine alternative Form der Finanzierung nach dem Prinzip geteilter Werte und Mitverantwortung.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

99
66



Unsere Gemeinwohlstrategie ist der Kern unseres Handelns. Unsere Wertegemeinschaft ist nicht verhandelbar, auch nicht, wenn es gesellschaftlich ungemütlich wird. Wir kämpfen nicht nur um Punkte, sondern auch für Klimaschutz, eine gerechtere Gesellschaft sowie eine klare Haltung gegen Rechts.

FRANZISKA ALTENRATH, LEITERIN STRATEGIE, VERÄNDERUNG UND NACHHALTIGKEIT

VfB Stuttgart

Nachhaltigkeit als Haltung und regionale Verantwortung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Steffen Lindenmaier

s.lindenmaier@vfb-stuttgart.de

Für den VfB Stuttgart ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Schlagwort, sondern Grundlage verantwortungsvollen Handelns – ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich. Als Botschafter der Region übernimmt der Club Verantwortung: auf dem Spielfeld, gegenüber der Umwelt, für die Gemeinschaft und für sich selbst.

Diese Haltung ist fest im Leitbild des Clubs verankert. Zwei der fünf dort definierten Werte stellen Nachhaltigkeit explizit in den Mittelpunkt: „Vorbild auf und neben dem Platz“ steht für Fairness, Umweltbewusstsein und gesellschaftliches Engagement – und dafür, in herausfordernden Momenten Haltung zu zeigen. „Im Brestring vereint“ beschreibt die emotionale Bindung zur Region, Offenheit für Vielfalt und das Streben nach Zusammenhalt – unabhängig von Herkunft, Religion oder Identität.

Ein bedeutender Schritt war die Gründung der VfB-Stiftung „Brestring der Herzen“ im Juli 2023. Die Stiftung versteht sich als Impulsgeberin für gesellschaftliche Entwicklung in Baden-Württemberg – mit einem besonderen Fokus auf Bildung. Im Zentrum stehen der Zugang zu Wissen, lebenslanges Lernen und die Förderung nachhaltiger Teilhabe in einer offenen Gesellschaft.

Nachhaltigkeit zeigt sich auch in konkreten Maßnahmen: Seit der Saison 2022/23 fließt mit dem „Umweltgroschen“ pro verkauftem Ticket ein Euro in Maßnahmen, die insbesondere zur Reduktion der durch Stadionbesuche verursachten Emissionen beitragen. Wer nachhaltig anreist, erhält über eine Mobilitäts-App direkte Vorteile – ein wirksamer Anreiz für umweltfreundliches Verhalten.

“



Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer strategischen Ausrichtung. Unser Ziel ist es, unsere Nachhaltigkeits-Performance kontinuierlich zu verbessern. Wir wollen durch verantwortungsvolles Handeln sowohl innerhalb des VfB als auch in der Gesellschaft spürbare Wirkung erzielen – und darüber transparent berichten.

ALEXANDER WEHRLE, VORSTANDSVORSITZENDER



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

„Umweltgroschen“: Für jedes verkaufte Ticket fließt ein Euro in Maßnahmen zur Reduktion des CO₂-Fußabdrucks von Fans rund um den Stadionbesuch (Seit 2022/23)

Nachhaltige Mobilität belohnen: Wer umweltfreundlich anreist, erhält über eine **Mobilitäts-App direkt spürbare Vorteile** (Seit 2022)

66 % der Stadionbesucherinnen und -besucher wählen bereits eine **emissionsarme Anreisevariante** am Heimspieltag (Ergebnis Fanumfrage Saison 2024/25)



VfL Wolfsburg

Ganzheitlicher Klima- und Umweltschutz mit sozialem Fokus

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Nico Briskorn

Nico.Briskorn@vfl-wolfsburg.de

Der VfL Wolfsburg betreibt seit vielen Jahren ein strukturiertes Nachhaltigkeitsmanagement. 2012 veröffentlichte der Club seinen ersten GRI-zertifizierten Nachhaltig-

keitsbericht und informiert seitdem transparent über seine Fortschritte und Ziele.

Unter dem Leitmotiv „Wir für morgen“ entwickelt der VfL gemeinsam mit Mitarbeitenden, Spielerinnen und Spielern, Partnern sowie Fans Maßnahmen in den Bereichen Klima- und Umweltschutz, Vielfalt und Inklusion, Bildung, Bewegung und soziales Engagement.

Im Umweltbereich zählen dazu Baum-pflanzaktionen mit Fans, Spielerinnen und Spielern, die Kooperation mit dem NABU und dessen Klimafonds sowie technische Maßnahmen wie Mikroplastikfilter, die jährlich bis zu 2.000 kg Granulat auf Kunstrasenplätzen zurückhalten. Der Club gehört zudem

zu den ersten Clubs im europäischen Profifußball, die der UN-Initiative „Race to Zero“ und der „Sports for Climate Action“-Vereinbarung beigetreten sind.

Im gesellschaftlichen Bereich setzt der Club mit dem jährlichen „Vielfalts-spielstag“ und Programmen wie „StrongHER“ oder der „Wolfsburger Schule für Vielfalt“ konkrete Impulse – etwa für Chancengleichheit und politische Bildung.

Tausende Jugendliche wurden dabei bereits erreicht. Darüber hinaus unterstützt der Club regionale Initiativen wie die Krzysztof Nowak-Stiftung und das Maximilian Arnold Wölfe-Camp für Familien, die von Krebserkrankungen betroffen sind.

HIGHLIGHTS

Eine der ersten **Biodiversitätsstudien** im Profifußball durchgeführt²² (2022)

2.000 kg zurückgehaltenes
Granulat durch Mikroplastikfilter
pro Saison (Saison 2023/24)

250 aktive Volunteers am
„Wir für euch“-Tag (2023)



Mehr über das Nachhal-tigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

99 ‰



Nachhaltigkeit ist eine der größten Her-ausforderungen unserer Zeit. Und Fuß-ball hat die Kraft, Dinge zu verändern.

MICHAEL MEESKE, GESCHÄFTSFÜHRER

Hertha BSC

Der „Berliner Weg“ als strategischer Rahmen für nachhaltiges Handeln

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Colin Jahn
colin.jahn@herthabsc.de

Hertha BSC verfolgt mit dem „Berliner Weg“ eine strategisch angelegte Nachhaltigkeitsarbeit, die sich auf verschiedene Handlungsfelder in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales stützt.

Nachhaltigkeit ist als Querschnittsthema fest in der Clubstruktur verankert. Das bereichsübergreifende Nachhaltigkeitsboard bringt regelmäßig Mitarbeitende aus verschiedenen Abteilungen zusammen, um gemeinsame Ziele festzulegen und konkrete Maßnahmen zu entwickeln.

Im ökonomischen Bereich konzentriert sich Hertha BSC auf eine verantwortungsvolle Unternehmensführung, die Entwicklung langfristiger Partnerschaften und die Förderung sportlicher Perspektiven – insbesondere durch die Nachwuchsarbeit in der Akademie.

Im Bereich Ökologie liegt der Fokus auf der umweltfreundlichen

Ausstattung der Sportstätten, der Förderung emissionsarmer Mobilität sowie der Sensibilisierung für erneuerbare Energien. Diese Maßnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit Partnern wie Polytan umgesetzt.

Auch gesellschaftliches Engagement spielt eine zentrale Rolle. Ziel ist es, als Club in den Kiez und die Region Brandenburg positiv hineinzuwirken. Hertha BSC unterstützt Schulen und Kindertagesstätten, hat ein eigenes Schutzkonzept („Wo ist Lotte?“) und engagiert sich in Projekten wie „Schichtwechsel“ sowie in der Initiative „Meine Stadt. Mein Sport. Meine Zukunft.“

Darüber hinaus bestärkt der Club soziale Aktivitäten der Fans – etwa durch Besuche im Kinderklinikum, Beteiligung am „BerlinerStraßenCup“ oder die Aktion „Spendet Becher – Rettet Leben“.

Ein weiteres Beispiel für das soziale Engagement ist die Zusammenarbeit mit dem Projekt „Trauer unterm Flutlicht“. Daraus entstand „Ein letztes Ha Ho He“, das Themen wie Trauerkultur im Clubumfeld aufgreift und sensibel adressiert.



HIGHLIGHTS

Abteilungsübergreifendes Nachhaltigkeitsgremium bringt Mitarbeitende zusammen und definiert gemeinsame Ziele

Ökologisch optimierte Spiel- und Trainingsflächen durch Partner Polytan (Seit 2000)

Schutzkonzept „Wo ist Lotte?“ gegen Diskriminierung im Stadionumfeld

Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“ ”

Hertha BSC ist sich als einer der größten Sportclubs Berlins seiner Verantwortung für Gesellschaft und Zukunft bewusst. Der „Berliner Weg“ leitet uns dabei, unsere Werte zu leben und uns kontinuierlich zu verbessern.

FABIAN DRESCHER, PRÄSIDENT

50

#BundesligaWIRKT



DSC Arminia Bielefeld

Vielfalt und Zugehörigkeit mit Fokus auf ein sicheres und inklusives Stadionerlebnis

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Ali Haksal
haksal@arminia.de

Für den DSC Arminia Bielefeld ist nachhaltiges Handeln ein zentraler Bestandteil der Clubidentität. 2022 wurde das Thema in der Satzung des Clubs verankert – seither wird es durch konkrete Projekte und Kooperationen mit Leben gefüllt.

Der Club engagiert sich in gesellschaftlich relevanten Bereichen wie Bildung, Gesundheit, Integration, Umwelt, Kinder- und Jugendarbeit sowie Vielfalt. Gerade im Bereich Inklusion engagiert sich die Arminia besonders: Über 400 barrierefreie Plätze im Stadion, ein Audiokommentar für sehbehinderte Fans und die erste Stadionloge Deutschlands für Menschen mit Autismus setzen wichtige Zeichen. Das Schutzkonzept „Sichere



Burg“ fördert ein sicheres und diskriminierungsfreies Stadionerlebnis für alle.

Bildungsangebote zur nachhaltigen Entwicklung, Gesundheitsprogramme wie „Fußballfans im Training“ und die erinnerungskulturelle Arbeit im Rahmen der „Julius Hesse AG“ erweitern das soziale Engagement des Clubs.

Auch im ökologischen Bereich zeigt Arminia Verantwortung: Das modernisierte Trainingszentrum setzt auf erneuerbare Energien, und der Club

hat eine Patenschaft für ein drei Hektar großes Waldstück im Teutoburger Wald übernommen – den sogenannten „Arminia-Wald“. Ergänzt wird dieses Engagement durch die Unterstützung des Bielefelder Ranger-Projekts, das Umweltbildung und Naturschutz in der Region fördert.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

99 ‰



Es geht im besten Sinne des Wortes darum, nachhaltig zu agieren, also die Bedürfnisse der Gegenwart so zu erfüllen, dass die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht beschränkt werden.

RAINER SCHÜTTE, PRÄSIDENT



VfL Bochum 1848

„Beirat Zukunft“, regionale Verantwortung und gemeinsames Handeln stärken Nachhaltigkeit

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Matthias Mühlen
engagement@vfl-bochum.de



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

Der VfL Bochum 1848 verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeit nicht isoliert zu behandeln, sondern als integralen Bestandteil einer übergreifenden Gesamtstrategie zu verankern. Im Zentrum steht dabei der Anspruch, wirtschaftliche Stabilität, gesellschaftliche Verantwortung, Tradition und Innovationskraft miteinander zu verbinden.

Ein Beispiel hierfür ist der „Beirat Zukunft“, mit dem der Club gezielt junge Stakeholder in die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells einbindet. Partizipation und der Blick auf die nächste Generation sind zentrale Elemente dieses Ansatzes.

Die strategische Nachhaltigkeitsarbeit orientiert sich an vier Fokusthemen: Governance („VfL in Führung“), soziale Vielfalt und Gerechtigkeit („Außen Blau – Innen Bunt“), gesellschaftliche Verantwortung („Alles geben statt alles nehmen“) und Ökologie („Blüh auf! Blume im Revier“).

Unter dem Leitmotiv „Hier, wo das Herz noch zählt“ bündelt der VfL sein soziales Engagement. Im Rahmen des Projekts „Blau-Weißer Bewegungsraum“ werden über die gesamte Saison hinweg wöchentliche Bewegungsangebote für rund 1.500 Kinder und Jugendliche geschaffen, die deren körperliche, soziale und emotionale Entwicklung stärken. Das Projekt läuft seit Februar 2022.

“



Wir denken das Thema Nachhaltigkeit anders, weil wir es nicht nur als Optimierung einzelner kleiner Stellschrauben verstehen. Für uns geht es darum, die großen Themen im Blick zu haben.

ILJA KAENZIG, GESCHÄFTSFÜHRER

Mit der „Aktion Glück Auf!“ sowie weiteren Spenden- und Unterstützungsmaßnahmen engagiert sich der Club für lokale soziale Initiativen. Gleichzeitig zeigt der VfL Bochum Haltung, etwa durch die Unterstützung des Netzwerks „Schule ohne Rassismus – Schule mit Courage“ oder die Annahme der Arbeitsdefinition von Antisemitismus der International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA-Definition). Eine diskrete Anlaufstelle im Stadionumfeld trägt zum Schutz vor Diskriminierung bei.

Im ökologischen Bereich hat der Club zunächst eine belastbare Datengrundlage geschaffen und Emissionen systematisch bilanziert. Auf dieser Basis wurden konkrete Dekarbonisierungsziele und -maßnahmen entwickelt. Projekte wie der „Fahrrad-Spieltag“ sensibilisieren zudem für klimafreundliche Mobilität.

HIGHLIGHTS

„Karl-Heinz Rummenigge Award 2024“ der ECA für den „Beirat Zukunft“ im Bereich exzellentes Club-Management

74.608 € Spendensumme
durch Becherpfandspenden
(2023/24) gesammelt

70.000 kWh Strom werden pro Saison durch die Solaranlage des Clubs erzeugt (Seit 2023/24)

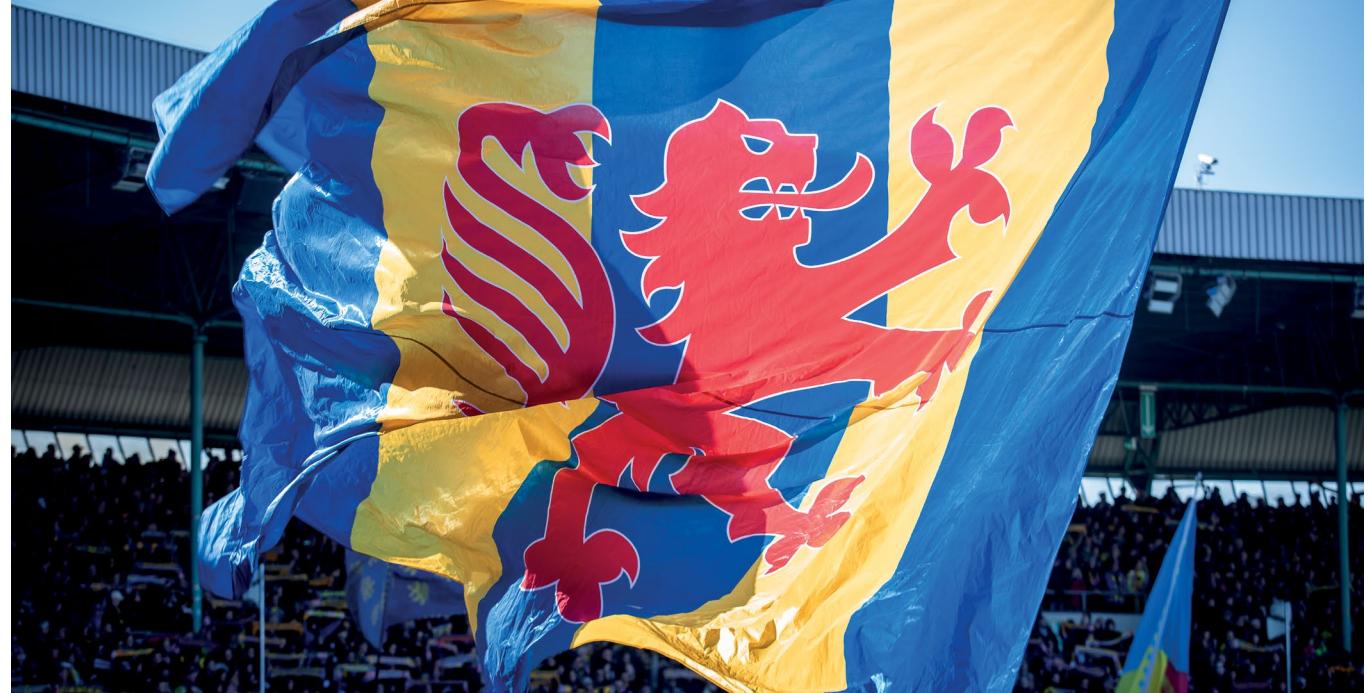
Eintracht Braunschweig

Regionales Engagement und Verantwortung
in allen Bereichen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Lasse Plöhn

nachhaltigkeit@eintracht.com



Eintracht Braunschweig versteht Nachhaltigkeit als zentrales Handlungsprinzip in sämtlichen Club- und Unternehmensbereichen. Die Aktivitäten sind entlang der drei Säulen „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“, „Mensch im Fokus“ und „Umwelt- und Klimaschutz“ strukturiert – stets im Sinne eines partnerschaftlichen Ansatzes.

Die Eintracht sieht sich in der Verantwortung für die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Aktivitäten und nutzt ihre Reichweite gezielt, um positive gesellschaftliche Entwicklungen in der Region zu fördern.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Arbeit der clubeigenen Stiftung, die Projekte im Bereich Bildung und Bewegung für Kinder und Jugendliche bündelt. An rund 30 Grundschulen und Kindertagesstätten werden wöchentlich etwa

550 Kinder erreicht. Darüber hinaus engagiert sich die Eintracht für Vielfalt, Toleranz und Respekt – sowohl über konkrete Projekte als auch durch die aktive Mitwirkung in relevanten Netzwerken.

Im Bereich Umwelt- und Klimaschutz konzentriert sich Eintracht Braunschweig unter anderem auf die Förderung emissionsarmer Fan-Mobilität. Kombitickets sowie Sonder- und Entlastungszüge leisten einen wichtigen Beitrag zur Reduktion verkehrsbedingter Emissionen.

Integrität und Transparenz werden durch Maßnahmen in der Corporate Governance, ein strukturiertes Risikomanagement sowie eine klare Kommunikation des eigenen Engagements sichergestellt. Interne Schulungen fördern ein nachhaltigkeitsorientiertes Bewusstsein bei den Mitarbeitenden des Clubs.

“ ”



Eintracht Braunschweig ist ein fester Bestandteil der Stadt, der Region und der Gemeinschaft. Als emotionaler Anker im Braunschweiger Land spüren wir eine große gesellschaftliche Verantwortung und glauben an unsere Stärke, positiv für die Gesellschaft in unserer Region zu wirken.

**WOLFRAM BENZ, KAUFMÄNNISCHER
GESCHÄFTSFÜHRER**



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

Jährlich **über 30**
wöchentliche Bewegungs- und Bildungsangebote
an Braunschweiger Schulen und Kindertagesstätten

Knapp **55.000 €** durch
Becherpfandspenden in
der Saison 2024/25 für soziale und gemeinnützige Projekte

100 % Mehrwegbecher im
gesamten EINTRACHT-STADION
bei den Heimspielen



SV Darmstadt 98

„Im Zeichen der Lilie“ für soziale Teilhabe und Klimaschutz

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Patricia Heuwerth
heuwerth@sv98.de

Sein 2012 bündelt der SV Darmstadt 98 sein gesellschaftliches Engagement unter dem Leitmotiv „Im Zeichen der Lilie“. Der Club engagiert sich aktiv für Menschen und Einrichtungen in Stadt und Region Darmstadt – sowohl in Eigeninitiative als auch gemeinsam mit Partnern. Neben dem Einsatz auf dem Spielfeld soll auch das soziale und ökologische Engagement weiterentwickelt und sichtbarer gemacht werden. Ziel ist es, Nachhaltigkeit als Leitmotiv über den Club hinaus in der gesamten Region zu verankern.

Im Clubleitbild ist nachhaltiges Wirtschaften fest integriert: Soziale Verantwortung, Umweltbewusstsein und wirtschaftliche Stabilität stehen gleichwertig nebeneinander. Der SV Darmstadt 98 versteht sich dabei als moderner basisnaher Club mit dem Anspruch, eine offene und tolerante Heimat für Menschen unterschiedlichster Herkunft zu sein.

Nachhaltiges Handeln zeigt sich beim SV Darmstadt 98 in einer Vielzahl an Maßnahmen. Dazu zählen Bildungs- und Gesundheitsprojekte für Kinder und Jugendliche, die Förderung sozialer Teilhabe, der Ausbau umwelt- und klimaschonender Mobilität für Fans und Mitarbeitende sowie Investitionen in Energieeffizienz, beispielsweise durch Photovoltaikanlagen auf dem Stadiondach. Orientierung bieten dabei die globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs), an denen

“
“



Im gesellschaftlichen und ökologischen Sinne haben wir uns zum nachhaltigen Wirtschaften verpflichtet. Wir verstehen Nachhaltigkeit nicht im Rahmen von speziellen Handlungsfeldern oder Einzeldisziplinen, sondern betrachten sie als sinnvolle Vernetzung von Sozialem, Ökologischem und Ökonomischem mit all unseren abteilungs- und clubübergreifenden Aktivitäten.

GEMEINSAMES BEKENNTNIS DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

sich die Strategie des Clubs ausrichtet – sie geben die Zielrichtung vor.

Schritt für Schritt verankert der Club Nachhaltigkeitskriterien systematisch in all seinen Prozessen. Darüber hinaus setzt der SV 98 auf den Aufbau langfristiger, nachhaltiger Partnerschaften mit Sponsoren und Dienstleistern, die sich über einen verbindlichen Supplier Code of Conduct ebenfalls zur Einhaltung ökologischer und sozialer Standards verpflichten.

Zugleich ist der SV Darmstadt 98 überzeugt, dass Nachhaltigkeit nur im offenen Austausch gelingen kann. Der kontinuierliche Dialog mit Fans, Mitgliedern, Förderern und gesellschaftlichen Partnern gehört deshalb fest zum Selbstverständnis des Clubs. Vertrauen, Dialogbereitschaft und die Offenheit für neue Ideen schaffen eine Basis, auf der ökologische, soziale und ökonomische Aspekte systematisch miteinander verbunden werden.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

Soziale Aktionen gebündelt unter dem Motto „**Im Zeichen der Lilie**“ (Seit 2012)

Die PEAK98-Spendenaktionen haben über **1,4 Mio. € für soziale Projekte** erzielt (Seit 2014/15)

2023 wurde zusammen mit der Haftpflichtkasse Darmstadt der Ehrenamtspreis **#GemeinsamFürsEhrenamt** ins Leben gerufen

SG Dynamo Dresden

Soziale Verantwortung und Klimaziele mit regionalem Fokus

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Lorenz Thomas

lorenz.thomas@dynamo-dresden.de

Die SG Dynamo Dresden versteht nachhaltiges Handeln als zentrales Zukunftsthema für den Club und die Region. Als größter Fußballclub Dresdens übernimmt Dynamo Verantwortung für gesellschaftliche Teilhabe und ökologische Entwicklung vor Ort.

Unter dem Motto „Sozial, gemeinschaftlich, Dynamo“ engagiert sich der Club für eine offene und diskriminierungsfreie Gemeinschaft. Maßnahmen wie die Kampagne „LOVE DYNAMO – HATE RACISM“ oder der jährlich vergebene „SGD-Preis gegen Gewalt und Ausgrenzung“ stehen für dieses Engagement.

Auch Inklusion wird gezielt gefördert: Barrierefreie Stadionführungen, ein Blindenradio-Dienst und Gebärdensprachdolmetschende gehören ebenso zum Angebot wie regelmäßig statt-



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

findende Inklusionstage. Die Angebote richten sich an Fans mit unterschiedlichen Bedürfnissen und sollen die Teilhabe aller stärken.

Im Bereich Umwelt und Klima arbeitet der Club mit dem Entsorgungs- und Energiedienstleister Veolia zusammen, um die eigenen Emissionen systematisch zu reduzieren. Ein erster konkreter Schritt ist die Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Trainingszentrums.

Die SG Dynamo Dresden verfolgt ihren Nachhaltigkeitsansatz über alle Bereiche hinweg – sozial, ökologisch und im Dialog mit Mitgliedern, Fans, Partnern und der Stadtgesellschaft.

HIGHLIGHTS

Jährliche Vergabe von 5.000 € für den „SGD-Preis“ für gesellschaftliches Engagement durch den Club (Seit der Saison 2011/12)

Installation einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Schulungszentrums (Seit Sommer 2024)

Kostenlose Nutzung der öffentlichen Nahverkehrsmittel an Spieltagen mit Spielticket

“ ”



Als größter Club der Region nehmen wir sowohl die gesellschaftliche als auch die ökologische Verantwortung für das Dynamoland, unsere Heimatstadt Dresden und die hier lebenden Menschen wahr.

GEMEINSAMES BEKENNTNIS DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Fortuna Düsseldorf

Gesellschaftliche Teilhabe und Nachhaltigkeit im strategischen Fokus

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Judith Otterbach
j.otterbach@f95.de

Mit der Strategie „FORTUNA FÜR ALLE“ verfolgt Fortuna Düsseldorf seit der Saison 2023/24 das Ziel, sportliche, wirtschaftliche und gesellschaftliche Themen in einer gemeinsamen strategischen Ausrichtung zu vereinen. Der Club verbindet soziale Gerechtigkeit, Inklusion und ökologische Nachhaltigkeit zu einem integrierten Ansatz und legt damit die Grundlage für eine langfristig tragfähige Unternehmensstrategie.

Ein zentrales Anliegen ist es, Fußball für alle zugänglich zu machen. So setzt sich der Club für barrierefreie Stadionzugänge ein. In der Saison 2023/24 sowie erneut auch 2024/25 erhielten Fans bei insgesamt sieben Heimspielen kostenfreien Eintritt – mit dem Ziel, soziale Teilhabe zu fördern.

Fortuna engagiert sich zudem gegen Armut und für soziale Gerechtigkeit in Düsseldorf. Im Rahmen des Projekts

„SAVE FOOD“ lädt der Club nach Heimspielen bedürftige Menschen in den VIP-Bereich zum gemeinsamen Essen ein. Das Projekt „Kids Care“ unterstützt Sportvereine bei der Entwicklung von Kinderschutzkonzepten. Mit dem sozialraumorientierten Angebot „Fortuna bewegt“ erhalten Kinder aus benachteiligten Stadtteilen gezielte Bewegungsförderung im Kita-Alltag.

Auch ökologische Themen werden aktiv adressiert. Fortuna ist Mitglied im „Düsseldorfer Bündnis für Nachhaltigkeit“ und Partner im städtischen Klimapakt.²³ Der Fokus liegt auf umwelt- und klimaschonender Fanmobilität (etwa durch die Errichtung einer bewachten Fahrradgarage), Dekarbonisierung und Energieeffizienz – unter anderem durch den Umstieg auf erneuerbare Energien und den Bau einer Photovoltaikanlage auf dem Dach der MERKUR SPIEL-ARENA. Bei der Beschaffung von Textilien achtet der Club auf Nachhaltigkeit und Zertifizierungen wie Global Organic Textile Standard (GOTS) und OEKO-TEX.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

Kostenfreier Eintritt bei drei (2023/24) und vier (2024/25) Heimspielen zur Förderung von Zugang und Teilhabe

Kostenlos verfügbare Menstruationsprodukte im Stadion

Über 5.000 Personen nahmen an der **Umfrage zur nachhaltigen Fanmobilität** teil (September 2025); 20% der Fans reisen mit dem Fahrrad an

“



Fußball hat die einmalige Kraft, Menschen zu verbinden. Das Stadion ist ein Ort, an dem Herkunft und Status in den Hintergrund treten und die gemeinsame Leidenschaft im Vordergrund steht. Gerade in Zeiten gesellschaftlicher Spannungen ist dies ein Wert, der nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

ALEXANDER JOBST, SVEN MISLINTAT UND ARND HOVEMANN (DER VORSTAND)





SV Elversberg

Nachhaltigkeit im Profisport – Umwelt, Gesellschaft, Gesundheit

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Minou Meyer-Scharrer

minou.meyer-scharrer@sv07elversberg.de

Die SV Elversberg möchte systematisch zur Nachhaltigkeit beitragen und gleichzeitig eine Gemeinschaft fördern, die körperliche Aktivität, soziales Miteinander und Umweltbewusstsein fördert.

Der Club orientiert sich an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) und ordnet die Nachhaltigkeitsbemühungen im clubeigenen

Nachhaltigkeitsbericht in die ESG-Kategorien ein. Die Reduktion des eigenen CO₂-Fußabdrucks ist dabei ein zentraler Bestandteil. Nachhaltigkeit ist als einer von sieben Werten im Leitbild fest verankert – verbunden mit den Grundsätzen langfristigen Wachstums, verantwortungsvollen Handelns sowie der Förderung von Bewegung und anderen sozialen Projekten (Inklusion, Gleichberechtigung, Diversität).

Soziale Verantwortung zeigt sich in zahlreichen Maßnahmen, etwa in der Gewaltprävention, im Einsatz gegen Diskriminierung und durch inklusives Engagement. Ein Kriterienkatalog zum Kinder- und Jugendschutz sowie eine eigene Beschwerdestelle unterstreichen den Ansatz. Ehrenamt und Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen stärken die regionale Verwurzelung.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Weiterentwicklung des Frauen- und Mädchenfußballs. Seit 2025 kooperiert der Club mit dem Projekt „Golden Goal“

Tourier“, einem Fußballturnier speziell für Mädchen mit Migrationsgeschichte.

Auch im Bereich Umwelt setzt die SV Elversberg konkrete Maßnahmen um: Die Flutlichtanlage in der URSA-PHARM-Arena wurde vollständig auf LED-Technik umgestellt. Heimspielbe-

suche werden durch Kombi-Tickets und Shuttlebusse emissionsärmer gestaltet, und auch Fahrgemeinschaften zu Auswärtsspielen werden aktiv gefördert. Im Mittelpunkt steht dabei stets der verantwortungsvolle Umgang mit vorhandenen Ressourcen und vorhandener Infrastruktur.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement der Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

Umstellung der Stadion-Flutlichtanlage auf **100% LED-Technik** (Seit 2023)

Vier aktive **Frauen- und Mädchenmannschaften** (Saison 2024/25)

Kostenlose Nutzung des ÖPNV bei Heimspielen durch **Kombi-Tickets** und **Shuttlebusse** (Seit Saison 2023/24)

99 66



Mit der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir als Club einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten und uns in der Öffentlichkeit für ein weiterhin wachsendes Bewusstsein für nachhaltiges Engagement einsetzen.

DOMINIK HOLZER, PRÄSIDENT

SpVgg Greuther Fürth

Photovoltaik, Vielfalt und Nachwuchsarbeit als Zukunftsinvestitionen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Immanuel Kästlen
nachhaltigkeit@sgf1903.de

Die SpVgg Greuther Fürth versteht Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil ihres Handelns – mit Blick auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung. Ziel ist es, langfristig wirksam zu sein und gemeinsam mit Partnern einen positiven Beitrag für Umwelt, Gesellschaft und Region zu leisten.

Im ökologischen Bereich verfolgt der Club klare Ziele: Eine jährliche Reduktion der CO₂-Emissionen um mindestens 2,5 Prozent bis 2030 soll einen Beitrag zur Erreichung des 2-Grad-Ziels leisten. Maßnahmen wie die Elektrifizierung des Fuhrparks sowie der Einsatz energieeffizienter Technologien unterstützen diesen Weg. Das Stadion wird zu 100 Prozent mit Strom aus erneuerbaren Quellen betrieben. Eine auf dem Dach der

HIGHLIGHTS

780 Photovoltaikmodule auf dem Dach der Haupttribüne decken seit 2022 bis zu **60% des Stadionstroms**

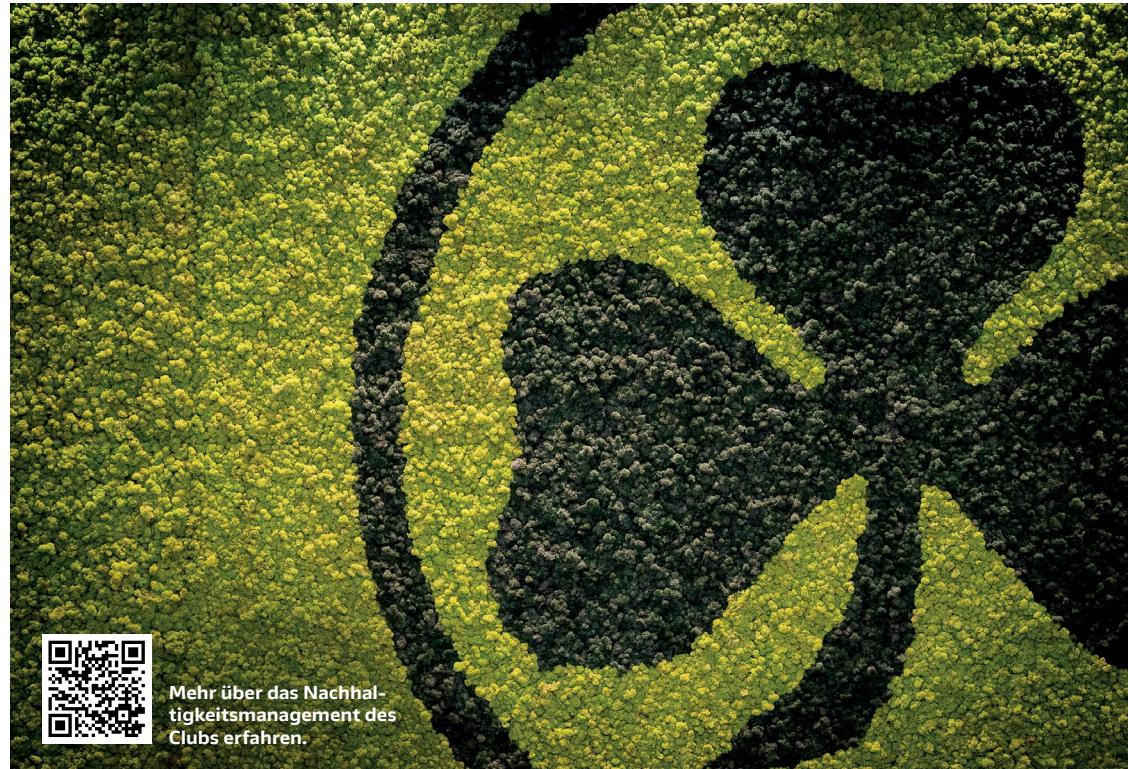
Die clubeigene Stiftung „**Kleeblatt fürs Leben**“ hat in der Saison 2024/25 soziale und nachhaltige Projekte in Fürth und Umgebung mit über 32.000 € unterstützt

Gewinner des **Inklusionspreises der Lebenshilfe** Fürth 2025

Haupttribüne installierte Photovoltaikanlage deckt hierbei bis zu 60 Prozent des Strombedarfs im Stadion.

Im sozialen Bereich engagiert sich die Spielvereinigung insbesondere über die clubeigene Stiftung „Kleeblatt fürs Leben“. Projekte zur Förderung von Bildung, Naturschutz und Vielfalt werden gemeinsam mit regionalen Partnern realisiert. Seit 2023 ist der Club zudem Teil der „Charta der Vielfalt“, um Diversität und Inklusion im Cluballtag aktiv zu stärken.

Ökonomisch strebt die SpVgg Greuther Fürth nach Stabilität und Zukunftsfähigkeit. Neben einer wertebasierten Unternehmenskultur spielen nachhaltige Partnerschaften und eine langfristig angelegte Nachwuchsarbeit eine zentrale Rolle.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

99 **66**



Nachhaltigkeit ist ein Grundpfeiler unseres Handelns, und wir sind uns unserer Verantwortung bewusst. Wir wollen die Kraft des Fußballs nutzen und möglichst viele Menschen auf unserem Weg mitnehmen.

HOLGER SCHIEWAGNER, GESCHÄFTSFÜHRER



Hannover 96

Fußball als Plattform für Zusammenhalt und konkrete Hilfe

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Juri Sladkov
juri.sladkov@hannover96.de

Hannover 96 verfolgt eine Nachhaltigkeitsstrategie, die auf den drei Säulen Fußball, Gesellschaft und Umwelt basiert. Ziel ist es, die Wirkungskraft des Sports zu nutzen, um

gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken und konkrete Hilfe zu leisten.

Mit Projekten wie „Trinkbecher für Trinkwasser“, den karitativen Sommer- und Winterfesten, der Aktion zur Sammlung von Schulsachen sowie der Unterstützung wohnungsloser Menschen zeigt der Club, wie Fußball zur Verbesserung der Lebensbedingungen beitragen kann.

Vielfalt und Inklusion stehen ebenfalls im Fokus. Der Club unterstützt den CSD Hannover dauerhaft als Schirmherr und setzt darüber hinaus mit Aufklärungskampagnen wie „Nie wieder ist Jetzt!“, „Wir kommen aus Hannover“ oder Aktionen wie „Kicken gegen Vorurteile“ sichtbare Zeichen gegen Diskriminierung. Weitere Initiativen wie die Robert-Enke-Stiftung widmen sich dem Thema mentale Gesundheit, über

„ 66



JURI SLADKOV, LEITER CSR/NACHHALTIGKEIT

die „Kids Arena“ bringt Hannover 96 wiederum Fußballfreude zu Kindern in Krankenhäusern der Medizinischen Hochschule Hannover.

Auch ökologische Aspekte werden aktiv adressiert. So liegt der Schwerpunkt auf einem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser – sowohl durch

ressourcenschonendes Handeln als auch durch gezielte Aufklärung.

Ein besonderes Beispiel für niedrig-schwellige soziale Hilfe sind die „Social Kioske“: kleine Anlaufstellen im Stadtgebiet, die unkomplizierte Hilfe, Spendemöglichkeiten und Informationen für Menschen in Not bieten.

HIGHLIGHTS

Über 700.000 € für Trinkwasserprojekte in Afrika durch Becherspenden (Bis 2025)

Soziale Feste im Sommer und Winter mit **kostenlosen medizinischen und sozialen Angeboten** für Bedürftige

„Social Kioske“ sind feste Anlaufstellen für Hilfe, Spenden und Teilnahme (Seit 2021)



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.



1. FC Kaiserslautern

Soziales Engagement,
Gesundheit und Energieeffi-
zienz am Betzenberg

Ansprechperson Nachhaltigkeit
Stefan Roßkopf
stefan.rosskopf@fck.de

Mit der Veröffentlichung seines ersten Nachhaltigkeitsberichts im Jahr 2024 unterstreicht der Club vom Betzenberg sein Engagement, verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Handeln systematisch in seinen Strukturen zu verankern.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Bereich soziale Nachhaltigkeit, in dem sich der FCK bereits seit Jahrzehnten engagiert. Seit 2010 bündelt das Projekt „Betze-Engel“ das gesellschaftliche Engagement des Clubs und unterstützt dauerhaft sieben regionale Organisationen, darunter „Mama/Papa hat Krebs“, „alt-arm-allein“ und das SOS-Kinderdorf Pfalz.

Hinzu kommen zahlreiche Einzelaktionen wie „Betze-Engel vor Ort“, Weihnachtsbesuche in Kinderkliniken, Programme zur mentalen Gesundheit, Autogrammstunden für Fans mit

körperlichen Einschränkungen sowie die Mitwirkung an demokratiefördernden Projekten. 2024 bekräftigte der Club seine Haltung mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“.

Auch in den Bereichen Umwelt und Gesundheit setzt der FCK konkrete Maßnahmen um: Eine neue Photovoltaikanlage auf dem Gebäude des Nachwuchsleistungszentrums kann jährlich bis zu 80.000 kWh Strom erzeugen. Die Umstellung auf LED-Technik in Trainings- und Spielbereichen reduziert den Energieverbrauch um bis zu 70 Prozent. Im Bereich Ernährung gibt es unter anderem vegane Verpflegungsoptionen. Ergänzt wird dieses Angebot durch Präventionsprogramme wie „Fußballfans im Training“, die zu Bewegung anregen und an die Krebsvorsorge erinnern.

Im Bildungsbereich beteiligt sich der Club an Jobmessen und richtet sich mit Nachwuchskampagnen gezielt an junge Menschen. Ziel ist es, die Region zu stärken und gemeinsam eine nachhaltige Zukunft mitzugestalten.



Mehr über das Nachhal-
tigkeitsmanagement des
Clubs erfahren.



99
66



Nachhaltiges Handeln ist für uns längst nicht mehr nur eine moralische Verantwortung, sondern bringt einen Mehrwert für alle und ist ein elementarer Schlüsselfaktor für die Zukunftsfähigkeit des Sports.

THOMAS HENGEN, GESCHÄFTSFÜHRER

HIGHLIGHTS

70% Energieeinsparung im Nachwuchsleistungszentrum durch vollständige Umstellung auf ein LED-Flutlichtsystem (Zwischen 2022 und 2024)

Sieben regionale Einrichtungen dauerhaft durch „**Betze-Engel**“ unterstützt

Ca. 80.000 kWh Strom
jährlich durch Solaranlage am Nachwuchsleistungszentrum erzeugt

Karlsruher SC

Barrierefreiheit, Fanprojekte und Lebensmittelrettung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Luca Maibaum
l.maibaum@ksc.de

Der Karlsruher SC legt seinen Fokus auf inklusive Stadionerlebnisse, lokale Projekte mit sozialer Wirkung sowie konkrete Umweltmaßnahmen – umgesetzt gemeinsam mit Fans, Partnern und regionalen Initiativen.

Im sozialen Bereich setzt der Club gezielt auf Inklusion und Teilhabe: 83 barrierefreie Plätze, ein Shuttle-Service, persönliche Fanbegleitung sowie ein Fanradio für sehbeeinträchtigte Menschen ermöglichen ein möglichst barrierefreies Stadionerlebnis. Das Fanradio wurde 2024 erweitert und erreicht pro Heimspiel über 1.000 Hörerinnen und Hörer.

Mit dem Projekt „KSC macht Schule“ bietet der Club ein bewegungsorientiertes Förderprogramm für über 150 Kinder und Jugendliche in Karlsruhe, die von Behinderungen, Beeinträchtigungen oder sozialen Herausforde-



rungen betroffen sind. Ziel ist es, über Bewegung Zugänge zur Teilhabe zu schaffen und die individuelle Entwicklung zu stärken.

Auch im Umweltbereich setzt der KSC konkrete Maßnahmen um: Seit 2021 wird der BBBank Wildpark vollständig mit Ökostrom versorgt. Darüber hinaus engagiert sich der Club gemeinsam mit Fans in den Bereichen Abfallvermeidung, Lebensmittelrettung und Wiederverwendung: So wurden in der Saison 2024/25 pro Spieltag über 3.000 kg Lebensmittel vor der Tonne gerettet und verteilt und insgesamt rund 600 kg Kleidung gespendet.²⁴

“ ”



MICHAEL BECKER, GESCHÄFTSFÜHRER

Nachhaltigkeit ist für uns längst nicht mehr nur ein Trend, sondern ein wesentlicher Bestandteil der Gesellschaft und des unternehmerischen Handelns. Sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die Geschäftsführung stehen gemeinsam hinter unserem kommunizierten Wertesetzbild.

HIGHLIGHTS

3.000 kg gerettete Lebensmittel
pro Spieltag (Saison 2024/25)

Inklusives Stadionerlebnis mit
Fanradio, Shuttle und Begleitung

Wöchentliche Bewegungsförderung für über 150 Kinder und Jugendliche während der gesamten Saison 2024/25



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.



Holstein Kiel

Bildungsangebote, Baumspenden und Kooperationen für Biodiversität

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Annika Hartmann
hartmann@holstein-kiel.de

Mit dem Konzept „Fußball für alle“ verfolgt Holstein Kiel einen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz, der sich entlang der Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales orientiert. Die Strategie gliedert sich in zwei Schwerpunkte: „Für die Menschen“ und „Für die Umwelt“.

Im Bereich „Für die Menschen“ setzt der Club gezielte Impulse für Bildung, Inklusion und Gesundheit. Für blinde und sehbehinderte Fans

gibt es bei Heimspielen eine Blindenreportage. Kinder mit geistiger Beeinträchtigung können in den Ferien an speziell ausgerichteten Fußballcamps teilnehmen. In Kooperation mit der Stiftung Drachensee, einer sozialen Einrichtung für Menschen mit Behinderungen, entstehen im Rahmen gemeinsamer Projekte Fanartikel für den Holstein-Shop.

Mit dem „Lernhafen Holstein-Stadion“ bietet der Club einen außerschulischen Lernort, an dem Jugendliche Themen wie Toleranz, Medienkompetenz und Menschenrechte bearbeiten. Projekte wie „Fußballfans im Training“ fördern zusätzlich Gesundheit und bewusste Ernährung durch Bewegung und Beratung.

Im Bereich „Für die Umwelt“ engagiert sich Holstein Kiel mit vielfältigen Naturschutzprojekten. So werden zum Beispiel seit 2020 im WillerWald für jedes Tor der Profimannschaft elf Bäume gepflanzt – rund 700 pro Saison. Die Aktion „Störche für Störche“ unterstützt den NABU Schleswig-Holstein beim Schutz des Weißstorchs. Zudem produzieren zwei Bienenvölker auf dem Clubgelände Honig, dessen Erlös in Kooperation mit der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein dem Erhalt der Biodiversität zugutekommt.

Die Abteilung Nachhaltigkeit koordiniert die strategische Umsetzung, die von allen Abteilungen gemeinsam getragen wird.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

Eröffnung des „Lernhafen Holstein-Stadion“ im September 2024

100 % des Erlöses aus „Holsteiner Honig“ unterstützen ein Projekt für Biodiversität (Saison 2024/25)

100 % Ökostrom aus Windenergie aus Schleswig-Holstein versorgen seit 2025 das Trainingsgelände und die Geschäftsstelle

1. FC Magdeburg

Gemeinsam Verantwortung übernehmen und Teilhabe ermöglichen

Ansprechperson Nachhaltigkeit
Jonas Arpe
jonas.arpe@fc-magdeburg.de

Der 1. FC Magdeburg legt Wert auf sozialen Zusammenhalt, Teilhabe, Nachwuchsförderung und die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern. Über barrierefreie Stadionangebote wie rollstuhlgerechte Plätze und das Fanradio schafft der Club inklusive Zugänge für alle Fans.

Mit dem Behindertentag setzte der Club im April 2025 zum 14. Mal ein starkes Zeichen für Teilhabe und Barrierefreiheit. Diese traditionsreiche Veranstaltung gilt als der größte Inklusionstag im deutschen Profifußball²⁵ – jährlich nehmen über 3.000 Menschen mit Behinderung teil.

Im Jahr 2024 wurde die Nachhaltigkeitsarbeit strategisch weiterentwickelt. In Zusammenarbeit mit Partnern entstand ein regionales Aufforstungsprojekt, bei dem rund 4.500 Eichen gepflanzt wurden. Darüber hinaus

wurde eine eigene digitale Plattform zur Bildung von Fahrgemeinschaften eingeführt, um klimafreundliche Anreisen zu Heim- und Auswärtsspielen zu fördern.

Auch im Bereich Schutz und Prävention wurden neue Maßnahmen etabliert: Mit dem „Viktoria Platz“ wurde eine feste Anlaufstelle für Fans geschaffen, die von Diskriminierung, Gewalt oder übergriffigem Verhalten betroffen sind. Die Einrichtung entstand in enger Abstimmung mit externen Fachstellen und ergänzt bestehende Schutzkonzepte.

Um das Thema Nachhaltigkeit langfristig im Club zu verankern, wurden 2024 die internen Strukturen gestärkt und die Koordination auf eine neue Basis gestellt.

“ ”



DR. JÖRG BIASTOCH, PRÄSIDENT

Wir stehen am Anfang eines intensiven Prozesses. Wir gehen die Herausforderungen gemeinschaftlich an und werden mit allen Beteiligten verantwortungsvoll zusammenarbeiten.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.



HIGHLIGHTS

4.500 gepflanzte Eichen im Rahmen eines regionalen Aufforstungsprojekts (2024)

Einführung einer digitalen Plattform zur Bildung von **Fahrgemeinschaften** im Januar 2025

„**Viktoria Platz**“ als feste Anlaufstelle für Awareness-Arbeit im Stadion

SC Preußen Münster

Inklusion, Erinnerungskultur und nachhaltige Stadionentwicklung

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Marc Blömker

marc.bluemker@scpreussen-muenster.de

Der SC Preußen Münster bündelt seine Nachhaltigkeitsaktivitäten unter dem Leitmotiv „Verantwortung für Zukunft“. Ein besonderer Fokus liegt auf sozialen Partnerschaften und inklusiven Strukturen.

In Kooperation mit den Alexianern, die den Versand beim Onlineshop übernehmen, schafft der Club Beschäftigungsmöglichkeiten für Menschen mit Beeinträchtigungen.

Konkrete Hilfsangebote wie das „Ist Luisa hier?“-System im Stadion bieten Schutz für Frauen, während Spendenaktionen benachteiligte Familien unterstützen. Für Kinder und Jugendliche gibt es durch den Kids Club zahlreiche Mitmachaktionen – vom Vorlesetag bis hin zum Schulcup.

Mit Initiativen wie „Schwarz-Weiß-Grün ist bunt“ und Ausstellungen zur jüdischen Sportgeschichte setzt

der Club sichtbare Zeichen gegen Diskriminierung und für eine lebendige Erinnerungskultur.

Auch ökologisch setzt der SC Preußen Münster Impulse. Das im Umbau befindliche neue LVM-Preußenstadion ist darauf ausgelegt, mehr Energie zu erzeugen als zu verbrauchen – unter anderem durch Photovoltaikanlagen auf den Dächern, Nutzung von Fern- und Großwärmepumpen sowie weitgehenden Verzicht auf aktive Kühlung und künstliche Wachstumslampen. Begrünte Dächer und großdimensionierte Rigolen im Untergrund werden zukünftig zu einem nachhaltigen Regenwassermanagement beitragen. Über 7.000 Fahrradstellplätze fördern eine nachhaltige Mobilität. Mit dem Format „Nachhaltigkeitsspieltag“, das Fanbefragungen und Informationsangebote umfasst, wird auch das Publikum aktiv in die Entwicklung einbezogen.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“



Der SC Preußen Münster setzt sich aktiv für eine nachhaltige Zukunft ein. Wir haben ein klares Ziel vor Augen und wollen mit unseren Partnern soziale und ökologische Verantwortung übernehmen. Im Zuge des Stadionumbaus wird jede Entscheidung auf Vereinbarkeit mit unseren ökologischen Nachhaltigkeitszielen überprüft.

OLE KITTNER, GESCHÄFTSFÜHRER

HIGHLIGHTS

Seit Saisonbeginn 2025/26 gilt das erweiterte ÖPNV-Kombiticket im gesamten Verkehrsverbund Münsterland und ermöglicht Stadionbesuche mit **kostenloser An- und Abreise**

Knapp **190 inklusive Plätze** bietet zukünftig das LVM-Preußenstadion auch dank der neuen Westtribüne, die seit Saisonbeginn 2025/26 in Betrieb ist

Seit 2025 bietet der SC Preußen Münster mit dem FANport Münster Werte- und Bewegungseinheiten für **geflüchtete Kinder und Jugendliche** an



1. FC Nürnberg

Nachhaltigkeit spielerisch vermittelt mit der „Rot-schwarzen Elf“

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Katharina Fritsch
fritsch@fcn.de

Der 1. FC Nürnberg verfolgt seine Nachhaltigkeitsstrategie unter dem Titel „Rot-schwarze Elf für mehr Nachhaltigkeit“. Elf zentrale Themenfelder stehen dabei symbolisch für die Positionen auf dem Spielfeld und machen das komplexe Thema greifbar – für Fans, Mitglieder und Mitarbeitende. Fortschritte und Kennzahlen zu jedem Bereich werden transparent auf der Clubhomepage auf der digitalen „Anzeigetafel der Nachhaltigkeit“ veröffentlicht.

Ein Autogrammkarten-Set mit je einer Karte pro Fokusthema ersetzt den klassischen Nachhaltigkeitsbericht – als kreative Form, um Nachhaltigkeit in der Sprache des Fußballs zu kommunizieren. Über die Community-Plattform „UnserClub.de“ belohnt der Club Fans und Interessierte mit besonderen Preisen, wenn sie sich bei Nachhaltigkeitsprojekten aktiv einbringen.

Die elf Themenfelder bilden alle relevanten Bereiche im Club ab. Beispielsweise lassen sich die Schwerpunkte gesellschaftliches Engagement, Umwelt und nachhaltige Beschaffung hervorheben.

Mit dem „Jenö Konrad-Cup – Fußball trifft auf Geschichte“ setzt sich der Club gegen Antisemitismus ein. Über 500 Schülerinnen und Schüler aus zehn Schulen nehmen jährlich teil. Weitere Bildungs- und Bewegungsangebote richten sich jedes Jahr an Tausende Kinder in Kindertagesstätten, Regel- und Förderschulen. Das Programm „Gemeinsam gegen Armut“ stärkt zudem das Ehrenamt in der Region.

Beim ökologischen Engagement stehen die Reduktion von CO₂-Emissionen, die Sensibilisierung der Mitarbeitenden und gemeinsame Projekte mit Fans im Mittelpunkt. Emissionsarme Mobilität wird durch Job- und Kombitickets, mit denen Fans zu Heimspielen anreisen können, gefördert.

Auch im Max-Morlock-Stadion wird das Bemühen um Nachhaltigkeit sichtbar: Bio-zertifizierte Limonaden, regionale Produkte und eine strukturierte Meldekette gegen Diskriminierung tragen zu einem fairen Stadionerlebnis bei. Im Merchandise wird bei ausgewählten Produkten auf Textilsiegel wie Global Organic Textile Standard (GOTS) geachtet, begleitet von einem Lieferantenkodex.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

“ ”



Den Club und das Leben besser machen – so steht es als Ziel in unserem Leitbild. Das klappt nur mit einer Nachhaltigkeitsstrategie, die alle Bereiche unseres Vereins mit einschließt. Egal, ob im Ticketing, in der Vermarktung oder bei unserem Engagement, Nachhaltigkeit wollen wir immer mithalten.

NIELS ROSSOW, VORSTAND
STRATEGIE & MARKETING

HIGHLIGHTS

100 % der im Stadion ausgeschenkten Softdrinks sind seit der Saison 2023/24 **Bio-zertifiziert**

60 % der Club-Fans reisen mit öffentlichen **Verkehrsmitteln** oder dem **Fahrrad** zum Heimspiel (Ergebnis Fanumfrage 2023/24)

26.000 Interaktionen durch Bewegungsprojekte mit Kindern (Saison 2023/24)

SC Paderborn 07

Klimaschutz und Bildung als zentrale Zukunftsthemen

Ansprechperson Nachhaltigkeit

Neele Rickers
nrickers@scpaderborn07.de



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

HIGHLIGHTS

100% Ökostrom
in Stadion, Trainingszentrum
und Geschäftsstelle (Seit 2022)

Energieeffizientes **LED-Flutlicht**
(Seit 2023)

45% zertifiziert nachhaltige Produkte (GOTS, Fairwear, recycelt) im Fanshop – 10% Anstieg im Jahresvergleich (Seit 2024)

Der SC Paderborn 07 verfolgt ambitionierte Ziele im Bereich Klimaschutz. Mit der Veröffentlichung einer Umweltstrategie und eines Lieferantenkodexes sowie mit Konzepten für Abfallmanagement, Energieeffizienz und nachhaltige Mobilität hat der Club 2025 zentrale Meilensteine erreicht. Bis 2030 sollen die Erhebung von Emissionsdaten weiter optimiert, der Anteil recycelter Materialien im Merchandising erhöht und eine nachhaltige Beschaffungsleitlinie eingeführt werden.

Seit 2016 bezieht der Club ausschließlich zertifizierten regionalen Ökostrom, um seinen Klimazielen nachzugehen. Im Jahr 2024 gelang es erstmals, die Gesamtemissionen zu senken – wobei 82 Prozent des Fußabdrucks auf Emissionen in Scope 3 entfielen.

Im sozialen Bereich setzt der SC Paderborn 07 auf Inklusion, Diversität und Gesundheitsförderung. Für Fans mit Behinderung wurden spezielle Angebote rund um Heimspieltage geschaffen. Zusätzlich gibt es inklusive Trainingsangebote und Turniere. Eine Meldestelle für Diskriminierung und Fälle von sexualisierter Gewalt wurde eingerichtet und wird an jedem Spieltag sichtbar gemacht.

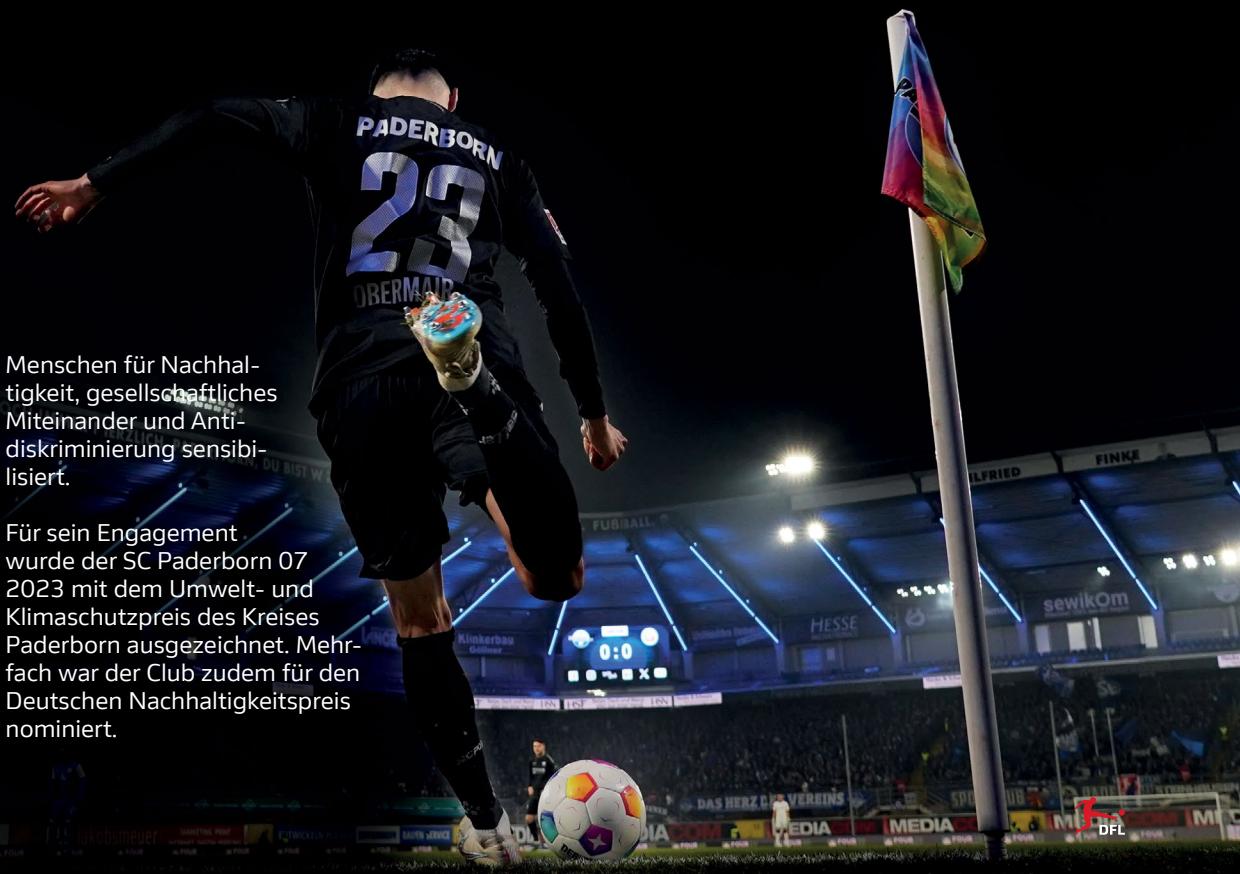
Mit der „Nullsieben Bildungszone“ übernimmt der Club Verantwortung im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). In enger Zusammenarbeit mit Schulen werden junge

“ ”



Seit 2019 ist Nachhaltigkeit beim SC Paderborn 07 fest verankert. Mit unserer erfolgreich angelaufenen CSR-Dachmarke „Herzblut. Verbindet.“ sowie vielfältigen Projekten und Maßnahmen verfolgen wir unsere Ziele. Dabei gehen wir es sportlich an – für eine nachhaltigere Zukunft des Fußballs und der Gesellschaft. Kontinuierlich arbeiten wir an der Wirkung unserer Maßnahmen und wollen mit unserem Engagement ein Vorbild für andere sein.

MARTIN HORNBERGER, GESCHÄFTSFÜHRER



Menschen für Nachhaltigkeit, gesellschaftliches Miteinander und Antidiskriminierung sensibilisiert.

Für sein Engagement wurde der SC Paderborn 07 2023 mit dem Umwelt- und Klimaschutzpreis des Kreises Paderborn ausgezeichnet. Mehrfach war der Club zudem für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert.

FC Schalke 04

Vielfalt, Photovoltaik und regionale Kooperationen im Ruhrgebiet

Ansprechperson Nachhaltigkeit
Natascha Schwenzfeier
natascha.schwenzfeier@schalke04.de

Als bedeutender Arbeitgeber im Ruhrgebiet und einer der mitgliederstärksten Fußballclubs in Deutschland übernimmt der FC Schalke 04 Verantwortung – sportlich, sozial und gesellschaftlich.

Die Nachhaltigkeitsstrategie des Clubs umfasst vier zentrale Handlungsfelder: „Gemeinschaft und Menschen“, „Regionale Umwelt“, „Nachhaltiges Netzwerk“ und „Gesellschaftliche Verantwortung“. Ziel ist es, soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte systematisch miteinander zu verbinden.

Ein zentrales Element des sozialen Engagements ist die Stiftung „Schalke hilft!“. Seit vielen Jahren unterstützt sie Menschen und Initiativen in und um Gelsenkirchen – insbesondere dort, wo Hilfe am dringendsten benötigt wird. Mit dem Leitmotiv

HIGHLIGHTS

Ca. 500.000 kWh erzeugte
Solarenergie pro Jahr

Bereits 12.000 Downloads
der „**SO4-Mitfahrbörse**“

13 Unternehmen im
Nachhaltigkeitsnetzwerk
„Zukunftsschmiede 04“

„#STEHTAUF“ bezieht der Club außerdem klar Stellung für Vielfalt, Toleranz und gegen jede Form von Diskriminierung.

Für die ökologische Transformation der Region setzt der Club auf starke Partnerschaften. Mit der Gründung des Nachhaltigkeitsnetzwerks „Zukunftsschmiede 04“ bringt Schalke regionale Unternehmen zusammen, um gemeinsam nachhaltige Projekte zu entwickeln. Dazu zählt unter anderem der Bau einer 7.000 m² großen Photovoltaikanlage auf dem Dach des clubeigenen Parkhauses.

Ein weiteres Leuchtturmprojekt ist die partizipativ entwickelte App „SO4-Mitfahrbörse“, mit der Fahrgemeinschaften zu Heim- und Auswärtsspielen gebildet werden können – ein aktiver Beitrag zur Reduktion von Emissionen im Mobilitätsbereich.



Mehr über das Nachhaltigkeitsmanagement des Clubs erfahren.

99 66



Wir sind davon überzeugt, dass ein Umdenken und eine Umsetzung auf allen Ebenen des Clubs stattfinden müssen. Aus diesem Grund ist unsere ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie fest in unserer Clubsatzung verankert. Gleichzeitig wissen wir, dass wir glaubwürdige Nachhaltigkeitsarbeit nur dann leisten, wenn wir diese Versprechen in echte Maßnahmen überführen.

MATTHIAS TILLMANN, VORSTANDSVORSITZENDER

05



NACHHALTIGKEIT IM CLUB: VIER INNENPERSPEKTIVEN

ALLE CLUBS HABEN FACHKRÄFTE, DIE DIE ENTWICKLUNG IM BEREICH NACHHALTIGKEIT VERANTWORTEN UND STEUERN.

Die Nachhaltigkeitsmanagerinnen und -manager der 36 Clubs übernehmen vielfältige Aufgaben, um die Nachhaltigkeitsziele umzusetzen. Sie entwickeln strategische Leitlinien, initiieren Veränderungsprozesse und unterstützen ihre Clubs dabei, durch nachhaltiges Handeln nicht nur resilenter zu werden, sondern auch langfristige Werte zu schaffen.

In diesem Kapitel geben vier Nachhaltigkeitsmanagerinnen beziehungsweise -manager aus Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga Einblicke in ihren Werdegang und Arbeitsalltag. ➤

Die Expertinnen und Experten in den Clubs



Alexander Del Sorbo
Leiter Nachhaltigkeit beim
FC Augsburg



Magdalena Moyat
Leiterin ESG bei
Eintracht Frankfurt



Immanuel Kästlen
Direktor Kommunikation und
Nachhaltigkeit bei der
SpVgg Greuther Fürth



Neele Rickers
Leiterin CSR beim
SC Paderborn 07



Wie bist du Nachhaltigkeits- manager/in bei deinem Club geworden?

Del Sorbo (FCA): Ich habe mit einem Praktikum und einem sich anschließenden dualen Studium beim Sport-Club Freiburg begonnen, das sich auf den Bereich gesellschaftliches Engagement fokussierte. Danach war ich bei der DFL Stiftung tätig – ebenfalls mit Fokus auf sozialer Nachhaltigkeit – und bin 2022 zum FC Augsburg gewechselt. In der Fuggerstadt ging es von Beginn an um die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements in allen drei Dimensionen – ökonomisch, ökologisch, sozial. Da Nachhaltigkeit damals kein Bestandteil meines Studiums war, habe ich zusätzliche Qualifikationen abgeschlossen, unter anderem an der Leuphana Universität Lüneburg.

Kästlen (SGF): Ich bin über die Pressestelle zum Fußball gekommen – zunächst als Pressesprecher der

Spielvereinigung, später als Abteilungsleiter. Das Thema Nachhaltigkeit kam vor acht oder neun Jahren auf, wurde anfangs allerdings meist in der Kommunikation oder von den Fanbeauftragten bearbeitet. Durch die Implementierung von Nachhaltigkeit in der Lizenzierung ist das Thema dann verstärkt in meinen beziehungsweise unsernen Arbeitsbereich gerückt. In den letzten zwei bis drei Jahren haben wir uns diesbezüglich strukturell neu aufgestellt: Aus reiner Stiftungsarbeit und klassischer CSR ist eine eigene Abteilung mit ganzheitlichem Ansatz entstanden, die nun in meinem Verantwortungsbereich liegt.

Wie sieht deine tägliche Arbeit aus?

Rickers (SCP): Ich verantworte beim Sportclub mehrere Themenbereiche, darunter auch Nachhaltigkeit – strategisch und operativ, gemeinsam mit einem vierköpfigen Team. Wir beschäftigen uns sowohl mit gesellschaftlichen

als auch mit ökologischen Herausforderungen, im Club und in der Region. Seit 2019 haben wir eine klare Strategie, die wir jährlich evaluieren und über Projekte und Initiativen steuern. Alle Projekte zahlen langfristig auf unsere Ziele ein und fördern unsere Entwicklung.

Moyat (SGE): Meine Arbeit ist vielseitig und abteilungsübergreifend. Nachhaltigkeit betrifft bei Eintracht Frankfurt nahezu alle Bereiche – vom Stadionbetrieb über das Proficamp als Geschäftsstelle bis hin zum Fanmanagement. Wir befassen uns mit Themen wie Energieeffizienz, Kreislaufwirtschaft, Regulaturik und Stakeholder-Erwartungen. Dabei entstehen immer wieder Zielkonflikte zwischen wirtschaftlicher Effizienz, sportlichen Anforderungen und ökologischer Verantwortung. Diese Spannungsfelder sind Teil unseres Alltags und machen die Arbeit anspruchsvoll, aber auch gestaltbar. Grundlage ist ein datengestütztes ESG-Tool, das Kennzahlen von Scope-3-Emissionen bis zu Abfall- und Sozialindikatoren erfasst.

Wie wird die Arbeit bei euch im Club durch die Lizenzerierung geprägt?

Del Sorbo (FCA): Die Lizenzierung hat das Thema Nachhaltigkeit clubübergreifend noch relevanter gemacht. Sie bringt Orientierung für die wesentlichen Themen und sorgt dafür, dass das Thema intern noch substanzialer bearbeitet wird. Darüber hinaus schafft

sie eine gemeinsame Grundlage – gerade mit Blick auf die strategische Ausrichtung im Profifußball und dessen Berichterstattung.

Rickers (SCP): Sie hilft uns, regelmäßig zu evaluieren und zu berichten, und integriert Nachhaltigkeit fest in unsere Jahresplanung. Auch der Austausch zwischen den Clubs ist gestiegen – Wissen wird häufiger geteilt.

Wie reagieren eure wichtigsten Stakeholder, etwa Partner und Fans, auf eure Nachhaltigkeitsarbeit?

Moyat (SGE): Transparenz ist heute Grundvoraussetzung. Unsere Partner, Sponsoren und Fans erwarten nachvollziehbare Zahlen, Daten und Fakten zu unserer Nachhaltigkeitsarbeit – und das ist ein berechtigter Anspruch. Darauf bauen wir auf und gestalten Projekte, die Wirkung zeigen und greifbar sind. Unsere Initiative „From Waste to Wins“ steht beispielhaft dafür: mit upcyceltem Merchandise, Regenwasserzisternen oder der Förderung von E-Mobilität. Mit Partnern wie PreZero Deutschland treiben wir die Kreislaufwirtschaft weiter voran. Künftig wollen wir die Zusammenarbeit mit Wissenschaft und GreenTech-Start-ups gezielt ausbauen, um innovative Ansätze stärker in unsere Arbeit einzubinden.

Kästlen (SGF): Wir können uns über eine sehr breite Unterstützung freuen. Mit unserem Hauptsponsor

Hofmann Personal engagieren wir uns stark für das Thema Vielfalt mit einer eigenen Initiative („Vielfalt gewinnt“). Der Business Fanclub verleiht gemeinsam mit uns jedes Jahr einen Stiftungspreis an Menschen, die sich mit ihrem Engagement in unserer Region verdient gemacht haben. Generell versuchen wir, die verbindende Kraft des Fußballs dafür zu nutzen, gemeinsam zu wirken und möglichst viele Menschen mitzunehmen.

Was waren bisher die wichtigsten Erfolge eures Clubs?

Del Sorbo (FCA): Besonders hervorzuheben sind die personelle Verdopplung unseres Bereichs durch das erweiterte Engagement zur Bewegungsförderung an Grundschulen (2025/26: 39 Einheiten pro Woche für ca. 750 Kinder), die Einführung eines nach EMAS validierten Umweltmanagementsystems zur stetigen Verbesserung unserer Umweltperformance sowie unser neuer Ansatz für Nachhaltigkeitspartnerschaften, der „Brückebauer“, dem sich bereits sechs Unternehmen angeschlossen haben.

Moyat (SGE): Wir haben im Bereich Energie und CO₂-Reduktion wichtige Fortschritte erzielt, etwa mit einer Photovoltaikanlage auf dem Stadiondach, dem Ausbau der Ladeinfrastruktur und unserer Mitwirkung am UEFA Carbon Footprint Calculator. Zudem machen wir Nachhaltigkeit für Fans und Mitarbeitende erlebbar, etwa

durch Clean-up-Events und den Bau eines Naturlehrpfads auf dem Stadiongelände. Gleichzeitig wissen wir, dass dies erst der Anfang ist und wir auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit noch viel vor uns haben.

Welche Ziele verfolgt ihr mit eurem Club für die Zukunft?

Kästlen (SGF): Unser übergeordnetes Umweltziel orientiert sich am Pariser Klimaabkommen und dem Zwei-Grad-Ziel. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir zahlreiche Maßnahmen in unterschiedlichen Bereichen, wie Reisen, Fuhrpark und Rasenheizung umge-

setzt. Im sozialen Bereich haben wir zum 1. Juli 2025 ein Projekt gestartet, um Kinder aus einkommensschwachen Familien zu unterstützen, die in lokalen Sportvereinen aktiv sind.

Rickers (SCP): Wir planen unter anderem einen Nachhaltigkeitsspieltag, um unsere Arbeit sichtbarer zu machen – als Ergänzung zu unserem bestehenden Diversity-Spieltag. Auch unsere Kommunikationsmaßnahmen bauen wir weiter aus, um die Sichtbarkeit unseres Engagements in der Gemeinschaft zu erhöhen.





106

CLUBÜBERGREIFENDE INITIATIVEN

CLUBS, DFL-GRUPPE UND PARTNER BÜNDELN IHRE KRÄFTE UND SETZEN FÜR VIELE THEMEN IHRE REICHWEITEN GEMEINSAM EIN.

Auf dem Platz sind die Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga Konkurrenten – abseits davon ziehen sie an einem Strang und vertreten als Einheit ihre Werte. In gemeinsamen Initiativen engagieren sie sich für Bildung, Inklusion, Bewegung, Vielfalt, demokratische Teilhabe sowie Umwelt- und Klimaschutz.

Dieses Kapitel stellt zentrale Initiativen vor, die durch ihre Reichweite, institutionelle Verankerung und Wirkung aufzeigen, wie Verantwortung im Profifußball gemeinschaftlich wahrgenommen wird. ➤

SPIELTAGSAKTIONEN

Erinnerungskultur fördern: „!Nie wieder“

Die Initiative „!Nie wieder“ erinnert seit 2004 an die Opfer des Nationalsozialismus und an die Rolle des Sports in der Diktatur. Ligaweit setzt der Gedenktag ein Zeichen gegen Antisemitismus und Diskriminierung.

Der 27. Januar, Jahrestag der Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz, ist ein zentrales Datum des Gedenkens und der Mahnung.

Getragen von Einzelpersonen, Fangruppen, Clubs, Verbänden und Institutionen, bildet „!Nie wieder“ eine Allianz, die sich für die Bewahrung des historischen Gedächtnisses und eine klare Haltung gegen Diskriminierung einsetzt.

Unter dem Claim „!Nie wieder“ – international wird die Botschaft „We Remember“ des World Jewish Congress genutzt – erinnern DFL und Clubs in jeder Saison an den Spieltagen rund um den 27. Januar an die Bedeu-

tung einer aktiven Erinnerungskultur. Vor dem Erinnerungsspieltag der Saison 2024/25, 80 Jahre nach der Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz, lud die DFL-Abteilung Fanangelegenheiten zu einem zweitägigen Workshop nach Frankfurt am Main ein.

Für die 30 teilnehmenden Clubvertreterinnen und -vertreter galt es, standortspezifische Beteiligungsmöglichkeiten zum Erinnerungsspieltag zu besprechen und zu erarbeiten. In der Folge entstanden Banner, Ausstellungen und choreografierte Aktionen, die als eindringliche Zeichen in den Stadien sichtbar wurden.

Außerdem engagieren sich Clubs und Fans im Zeichen von #NieWieder und #WeRemember mit Veranstaltungen, Bildungsprojekten und digitalen Initiativen, die die Botschaft weit über die Stadiongrenzen hinaustragen und das gemeinsame Engagement für eine lebendige Erinnerungskultur stärken.



1. FSV Mainz 05 ehrt Holocaust-Überlebende Eva Szepesi
Im Januar 2025 besuchte der 1. FSV Mainz 05 die Holocaust-Überlebende Eva Szepesi in ihrem Haus in Frankfurt am Main. Eva Szepesi erzählte, wie sie als 12-Jährige nach Auschwitz deportiert wurde und überlebte. Jahrzehntelang konnte sie nicht über ihre Erlebnisse sprechen, zu denen auch der Verlust ihrer Mutter und ihres jüngeren Bruders gehörte.

Mit der Ehrung von Eva Szepesi bekräftigte der Club seine Rolle bei der Bewahrung des historischen Gedächtnisses und der Bekämpfung von Antisemitismus.

Vielfalt und Miteinander stärken: „TOGETHER! Stop Hate. Be a Team.“

Seit 2012 nutzt der deutsche Profifußball die „Internationalen Wochen gegen Rassismus“ im März jeden Jahres, um mit ligaweiten Aktionstagen ein sichtbares Zeichen gegen Diskriminierung und für gesellschaftlichen Zusammenhalt zu setzen.

Auch in der Saison 2024/25 organisierten die DFL, die DFL Stiftung und die 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga einen gemeinsamen Aktionstag. Unter dem Motto „**TOGETHER! Stop Hate. Be a Team.**“ setzten sie ein Zeichen für Vielfalt, Toleranz, Mitgefühl, Zusammenhalt und Respekt.

Neben einer umfangreichen digitalen Kampagne wurde die Botschaft deutschlandweit in den Stadien auf vielfältige Weise sichtbar – so beispielsweise durch im Aktionsdesign gebrandete Spielbälle, Eckfahnen und Auswechseltafeln. Verstärkt wurde die Reichweite digital durch Partnerorganisationen sowie durch On-Air-Einblendungen und redaktionelle Aufarbeitung nationaler und internationaler Medienpartner in den TV-Übertragungen der Bundesliga und 2. Bundesliga.

Über das Engagement am vom DFL-Kommunikationsteam koordinierten Aktionsspieltag hinaus setzten die Clubs eigene Initiativen um – von Bildungsprojekten bis zu Fanaktionen – und unterstrichen so ihr Engagement gegen Diskriminierung und für Solidarität.

Bekämpfung von Hatespeech

Im Februar 2024 nahmen Medienverantwortliche, Fanbeauftragte und Nachhaltigkeitsmanagerinnen und -manager der Clubs aus Bundesliga und 2. Bundesliga sowie Vertreterinnen und Vertreter von Fanprojekten an einer zweitägigen Schulung zum Thema „Hatespeech und Antisemitismus in sozialen Medien“ teil, die von der Abteilung Fanangelegenheiten der DFL in ihren Räumlichkeiten in Frankfurt am Main veranstaltet wurde.

Die Teilnehmenden lernten, verschiedene Formen von Antisemitismus zu erkennen. In gemeinsamen Diskussionen entwickelten sie praxisorientierte Strategien und Maßnahmen, mit denen Clubs und Fangemeinden aktiv gegen die wachsende Gefahr von Hatespeech im digitalen Raum vorgehen können.



FC Schalke 04 veranstaltet diskriminierungsbewusste Stadionführung

Im Rahmen der Internationalen Wochen gegen Rassismus bot der FC Schalke 04 in seiner VELTINS-Arena, die rund 60.000 Fans fasst, eine diskriminierungssensible Stadionführung an, um den respektvollen Umgang der Besucherinnen und Besucher untereinander zu fördern.

Die vom Schalke-Fanprojekt und der Meldestelle für Diskriminierung im Fußball in Nordrhein-Westfalen (MeDiF-NRW) organisierte Führung widmete sich den Themen Diskriminierung und sexuelle Gewalt im Fußball.

Die Teilnehmenden, darunter die Schalke-Faninitiative und der Gehörlosen-Fanclub „Deaf Schalke“, besuchten zentrale Orte im Stadion, etwa die Nordkurve und den Gästeblock. Während der Führung tauschten sie ihre Erfahrungen aus, diskutierten konkrete Fälle von Diskriminierung und erhielten Einblicke in bestehende Gegenmaßnahmen des Clubs.



Programme der DFL STIFTUNG

Politische Bildung besser zugänglich machen: „Lernort Stadion“

Die Demokratie steht dauerhaft unter Druck – durch Populismus, Extremismus und vereinfachende Narrative. Um dem entgegenzuwirken, sind neue Ansätze für politische Bildung gefragt, insbesondere solche, die junge Menschen ansprechen und sie zum Engagement motivieren.

Genau hier setzt das Programm „Lernort Stadion“ an. Es nutzt die Fußballbegeisterung vieler Jugendlicher und verlegt politische Bildungsangebote an einen besonderen Ort: ins Fußballstadion. Das Programm bringt Schulklassen und Jugendgruppen bis zu fünf Tage in Fußballstadien, wo ihnen in interaktiven Workshops und bei Führungen soziale Themen und demokratische Werte vermittelt werden. Die Inhalte reichen von Fair Play und Toleranz bis hin zu Gewaltprävention und Antidiskriminierung.

Das Programm richtet sich an 14–18-Jährige, insbesondere an solche, die aus einem bildungsfernen Umfeld kommen und dadurch Benachteiligung erfahren. Mittlerweile wird „Lernort Stadion“ an 33 Standorten in

ganz Deutschland angeboten. Es wird von einem starken Netzwerk aus Stiftungen, Fußballclubs und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen getragen.

Jugendliche setzen sich in Demokratieworkshops mit der Bundestagswahl auseinander

Vor der Bundestagswahl 2025 nahmen mehr als 600 junge Menschen an Projektwochen an zwölf „Lernort Stadion“-Standorten teil, um zu erkunden, wie Demokratie funktioniert und warum politische Teilhabe wichtig ist. Bundesweit wurden Workshopangebote an insgesamt 33 Tagen umgesetzt. Die Teilnehmenden erhielten am Beispiel des Fußballs leicht verständliche Einblicke in den Wahlprozess, politische Systeme und ihre eigene Rolle bei der Gestaltung der Gesellschaft.

Die Workshops fanden in Berlin (Hertha BSC), Bremen, Dortmund, Düsseldorf, Hamburg (St. Pauli), Jena, Köln, Leipzig, Leverkusen, Mönchengladbach, Münster und Rostock statt. An vielen Standorten wurden lokale Politikerinnen und Politiker zu Diskus-

sionen eingeladen, sodass die Jugendlichen ihre Anliegen direkt vor Vertreterinnen und Vertretern der Demokratie äußern konnten.

Im Mittelpunkt des Programms standen interaktive und kreative Ansätze. In Rostock wurden KI-Tools zur Analyse von Parteiprogrammen eingesetzt, während in Jena und Hamburg die Schülerinnen und Schüler eigene Programme entwarfen und zur Diskussion stellten, bevor darüber abgestimmt wurde.

Auch visuelle Kampagnen spielten eine Rolle. In Mönchengladbach und Berlin entwarfen junge Menschen Wahlplakate und reflektierten deren Botschaften. In Dortmund gestalteten Mitglieder des Kinder- und Jugendparlaments Waltrop graffiti-basierte Wahlaufrufe, die auch auf der Stadionleinwand vor dem Bundesliga-Topspiel gegen den 1. FC Union Berlin gezeigt wurden.



„Lernort Stadion“-Standorte



Das „Stadion Europa“-Jugendfestival im Rahmen der EURO 2024 in Darmstadt

Nach erfolgreicher Umsetzung in Dresden und Mönchengladbach war der SV Darmstadt 98 am 29. Mai 2024 der dritte Gastgeber des Jugendfestivals „Stadion Europa“ im Merck-Stadion am Böllenfalltor. Rund 300 junge Menschen konnten einen Tag lang gemeinsam europäische Werte wie Solidarität und Vielfalt erleben.

Das Festival bot interaktive Workshops zu Themen wie Menschenrechte, Gleichberechtigung und ökologische Nachhaltigkeit. Außerdem gab es kreative Aktivitäten, Spiele, Stadionführungen und ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm. Den Abschluss bildete eine Podiumsdiskussion mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Bildung und Sport, die sich mit der Frage befassten, wie der SV Darmstadt 98 in einem gespaltenen Europa den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken kann.

Eingeladen hatten der SV Darmstadt 98, der Lernort Stadion e.V. und das Lernzentrum „Bölle macht Bildung“, das seit 2021 im Stadion am Böllenfalltor angesiedelt ist. Diese Initiative bringt bürgerschaftliche Bildung durch maßgeschneiderte Workshops zu Diskriminierung, Zivilcourage und Teamgeist in den Fußball. Mit spielerischen Methoden und in enger Zusammenarbeit mit Pädagoginnen und Pädagogen unterstützt das Programm junge Menschen dabei, gesellschaftliche Herausforderungen zu verstehen und ihr Zugehörigkeitsgefühl, ihre Solidarität und ihr demokratisches Engagement zu stärken.



Kiel setzt sich für Medienkompetenz und Menschenrechte ein

Seit 2024 empfängt der Lernhafen Holstein-Stadion in Kiel pro Saison rund 50 Schulklassen und Jugendgruppen, um in der einzigartigen Kulisse eines Fußballstadions demokratische Bildung zu vermitteln.

An einem Tag voller Workshops beschäftigen sich die Teilnehmenden mit Themen wie Toleranz, Medienkompetenz und Menschenrechten. Dabei werden die Grundwerte des Fußballs – Fair Play, Respekt und Teamwork – mit gesellschaftlichen Fragestellungen verknüpft.

Eine Stadiontour macht diese Prinzipien erfahrbar. In der Einheit „Als Team agieren“ reflektieren junge Menschen Vorurteile und Gruppendynamiken. Der Workshop „Medientaktik“ lehrt sie, verantwortungsbewusst durch die digitale Welt zu navigieren, von der Erkennung von Fake News bis hin zum Umgang mit Hass im Internet. Die Einheit „Fußball für alle“ beschäftigt sich mit Gleichberechtigung und Menschenrechten und regt zum Nachdenken über lokale und globale Ungerechtigkeiten an.

Durch alltagsnahe Beispiele fördert der Lernhafen kritisches Denken und befähigt junge Menschen, sich selbstbewusst für die Demokratie zu engagieren.



Zivilcourage und interkulturelles Lernen in Dortmund

Seit 20 Jahren nutzt das BVB-Lernzentrum die Kraft des Fußballs, um junge Menschen für demokratische Bildung zu begeistern. Es befindet sich unter der Südtribüne des Signal Iduna Parks und war 2009 das erste Zentrum, das sich dem nationalen Netzwerk „Lernort Stadion“ anschloss.

Betrieben vom Fanprojekt Dortmund e.V., bietet das Lernzentrum eintägige Workshops für Schulklassen und Jugendgruppen zu Themen wie Antidiskriminierung, Zivilcourage, Rassismus, interkulturelles Lernen und soziale Teilhabe an.

Ziel ist es, durch eine ungezwungene Atmosphäre offene Diskussionen zu ermöglichen, die an die Lebensrealitäten der Jugendlichen anknüpfen. Im Februar 2025 gestalteten Teilnehmende aus dem Lernzentrum Graffiti-Kunstwerke zum Thema demokratische Freiheiten, die während des BVB-Spiels gegen den 1. FC Union Berlin kurz vor der Bundestagswahl enthüllt wurden.

Bewegung fördern: „Bundesliga bewegt“

Kinder und Jugendliche in Deutschland bewegen sich zu wenig – ein Problem, das durch die Corona-pandemie noch verschärft wurde, da sie mehr Zeit vor dem Bildschirm verbrachten und ihre täglichen Routinen durcheinandergerieten. Vielen jungen Menschen fehlen in ihrer unmittelbaren Umgebung Möglichkeiten für körperliche Aktivität.

Das Programm „Bundesliga bewegt“ stellt sich eben jener Herausforderung. Es verfolgt das klare Ziel, Kindern ganzjährig einen niedrigschwlligen Zugang zu hochwertiger spielerischer Bewegung zu ermöglichen und so die Grundlage für eine aktive Kindheit zu schaffen. Dabei richtet sich das Programm nicht nur an die Kinder selbst, sondern auch an deren Familien, Erzieherinnen und Erzieher sowie an alle Personen, die im sozialen Umfeld der Kinder tätig sind.

Initiiert von der DFL Stiftung, dem SC Freiburg und dem SV Werder Bremen und getragen von 21 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga, bringt „Bundesliga Bewegt“ Fußballclubs, Schulen, Kindertagesstätten und lokale Akteurinnen und Akteure zusammen, um die angebotenen sportlichen Aktivitäten besser miteinander zu verzähnen.

Eine im jeweiligen Club für das Programm verantwortliche Person initiiert und koordiniert innerhalb des Sozialraums wöchentliche Aktivitäten in Kindertagesstätten, Schulen und Clubs. Ergänzt wird das Angebot durch Sportcamps, Netzwerkveranstaltungen für lokale Partner sowie Schulungen für Lehrkräfte und Trainerinnen und Trainer, die sportartenübergreifende Bewegungsangebote für Kinder entwickeln.

Eine aktuelle Analyse des Social Return on Investment (SROI) zeigt: Jeder investierte Euro in das Programm erzeugt 2,34 Euro an gesellschaftlichem Mehrwert. Die Investition zahlt sich somit mehr als doppelt für die Gesellschaft aus.

Wie „Bundesliga bewegt“ junge Menschen und die Gesellschaft stärkt – Eine SROI-Analyse

2,34 €
Mehrwert pro investiertem Euro











VfL Bochum erhält UEFA-Auszeichnung mit „Bundesliga bewegt“-Projekt

Der VfL Bochum 1848 wurde für sein „Bundesliga bewegt“-Projekt „Blau-Weiße Bewegungsraum“, das die körperliche Aktivität von Kindern in strukturschwachen Stadtteilen Bochums fördert, mit dem UEFA Grassroots Award 2024/25 in der Kategorie „Best Professional Club Initiative“ ausgezeichnet.

Seit 2022 sorgt der „Blau-Weiße Bewegungsraum“ dafür, dass Kinder durch regelmäßige niedrigschwellige Bewegungsangebote Freude an Sportarten wie Fußball, Tanz oder Turnen entdecken – unabhängig von sozialer Herkunft oder finanziellen Möglichkeiten. Ein besonderes Augenmerk liegt auf einer nachhaltigen Begleitung der Kinder über mehrere Jahre hinweg.

Initiativen von

DFL UND CLUBS

**Verantwortung übernehmen und gemeinsam gestalten:
„Kids- und Jugendclubs“**



Seit vielen Jahren kümmern sich die Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga um ihre jüngsten Fans. Über die „**Kids- und Jugendclubs**“ erhalten Kinder und Jugendliche die Möglichkeit, das spannende Umfeld ihres Lieblingsclubs hautnah zu erleben und dabei wichtige Werte zu erlernen. Bundesweit sind mehr als 200.000 Kinder in über 40 Kids- und Jugendclubs organisiert. Die Clubs richten ihr Angebot an junge Fans im Alter von 5 bis 13 Jahren (Kids-Clubs) sowie von 14 bis 17 Jahren (Jugendclubs). Durch vielfältige Aktionen, Projekte und Programme werden die Kinder und Jugendlichen als Persönlichkeiten gestärkt und zentrale Werte wie Fair Play, Toleranz und Umweltbewusstsein vermittelt.

Seit der Saison 2013/14 arbeitet das Netzwerk der Kids- und Jugendclub-Verantwortlichen jährlich ein bestimmtes Thema aus, das jeder Kids-Club für sich umsetzen kann. Im Mittelpunkt der Saison 2023/24 stand das Thema Nachhaltigkeit. Die Kids- und

Jugendclubs organisierten vielfältige Aktionen wie gemeinsame Fahrrad-Anreisen zu Heimspielen und den Bau von Insektenhotels oder kleinen Solarautos sowie Besuche bei Recyclinghöfen, der Stadtreinigung und dem Klärwerk. Auch soziale Nachhaltigkeit wurde gefördert: Projekte zur Deutschen Gebärdensprache (DGS) und zur Stärkung der Kinderrechte sensibilisierten die jungen Mitglieder für wichtige gesellschaftliche Themen.

Im Fokus des Jahresthemas 2024/25, Demokratie und Demokratieförderung, stand die Auseinandersetzung mit demokratischen Prozessen und Kinderrechten. Die Kids- und Jugendclubs beschäftigten sich altersgerecht mit Fragen wie: Wie funktioniert Demokratie in Deutschland? Welche demokratischen Prozesse gibt es in den Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga? Wie können sich auch Kids- und Jugendclub-Mitglieder aktiv einbringen? So wurden demokratische Strukturen und Mitbestimmungsmöglichkeiten für die jungen Fans erlebbar gemacht.



„Kinderfreundliche Kommune“ bei Hannover 96

„EDDI's Rudel“, der Kids-Club von Hannover 96, hat eine langfristige Kooperation mit der Stadt Hannover geschlossen, um gemeinsam das Projekt „Kinderfreundliche Kommune“ umzusetzen. Ziel ist es, konkrete Maßnahmen für mehr Kinderfreundlichkeit zu entwickeln. In diesem Sinne wurde der Weltkindertag 2025 gemeinsam gestaltet. Das Heimspiel gegen den DSC Arminia Bielefeld am 28. September stand ganz im Zeichen der Kinderrechte – inklusive eines Besuchs der „Arminis“, des Bielefelder Kids-Clubs.



U18-Wahl beim 1. FC Heidenheim 1846



Der Jugendclub des 1. FC Heidenheim 1846 hat anlässlich der Bundestagswahl 2025 eine U18-Wahl in der heimischen Arena durchgeführt. Die jungen Mitglieder konnten sich zunächst im Medienbereich über die Wahlprogramme der Parteien informieren und anschließend ihre Stimme abgeben. Ziel war es, die Jugendlichen im vertrauten Umfeld des Stadions für demokratische Prozesse zu sensibilisieren und politische Teilhabe erlebbar zu machen. Die Ergebnisse der U18-Wahl wurden an die zentrale Koordinationsstelle weitergeleitet und flossen in das bundesweite Ergebnis ein. Die U18-Wahl ist eine der größten außerschulischen Bildungsinitiativen Deutschlands und wird unter anderem vom Bildungsministerium gefördert.



Historisch-politische Bildung und Erinnerungsarbeit: „Engagement gegen Antisemitismus“

S seit vielen Jahren engagiert sich der deutsche Profifußball über den „!NieWieder Erinnerungspieltag im deutschen Fußball“ (S. 74) hinaus gegen antisemitische Diskriminierung und für eine aktive Erinnerungsarbeit. Diese Bemühungen werden in Clubs und Verbänden, von Fans und Fanprojekten auf vielfältige Art und Weise gelebt. Eine Voraussetzung für die wirksame Bekämpfung von Antisemitismus ist ein gemeinsames

Verständnis der Wirkungsweisen dieser Diskriminierungsform.

2021 hat die Mitgliederversammlung der DFL sich daher einstimmig dafür ausgesprochen, die Antisemitismus-Arbeitsdefinition der International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA) zu übernehmen. Die DFL bietet neben der Koordinierung des Erinnerungspieltags unter anderem regelmäßig Weiterbildungsformate in Form von

Fachtagen, Workshops und Gedenkstättenseminaren an. 2022 kooperierten die DFL, der World Jewish Congress (WJC) und der Zentralrat der Juden in Deutschland erstmals bei der Bekämpfung von Antisemitismus innerhalb und außerhalb des Sports und richteten dazu eine gemeinsame Konferenz aus.

Um weiterführende Impulse zu erhalten und ligaübergreifenden Austausch zu ermöglichen, reiste eine

Gruppe aus Club- und DFL-Verantwortlichen 2023 und 2025 nach London, um an einer Konferenz zur Bekämpfung von Antisemitismus teilzunehmen. In Podiumsdiskussionen wurden unter anderem die Bedeutung von Bildungsprojekten und der Beitrag behandelt, den der Fußball zur Bekämpfung von Antisemitismus auf und neben dem Spielfeld leisten kann. Auch die Meldung und die Auswertung von antisemitischen Vorfällen standen im Fokus des Austauschs.



Vermittlung historischer Kenntnisse beim „Jenö Konrad-Cup“ in Nürnberg

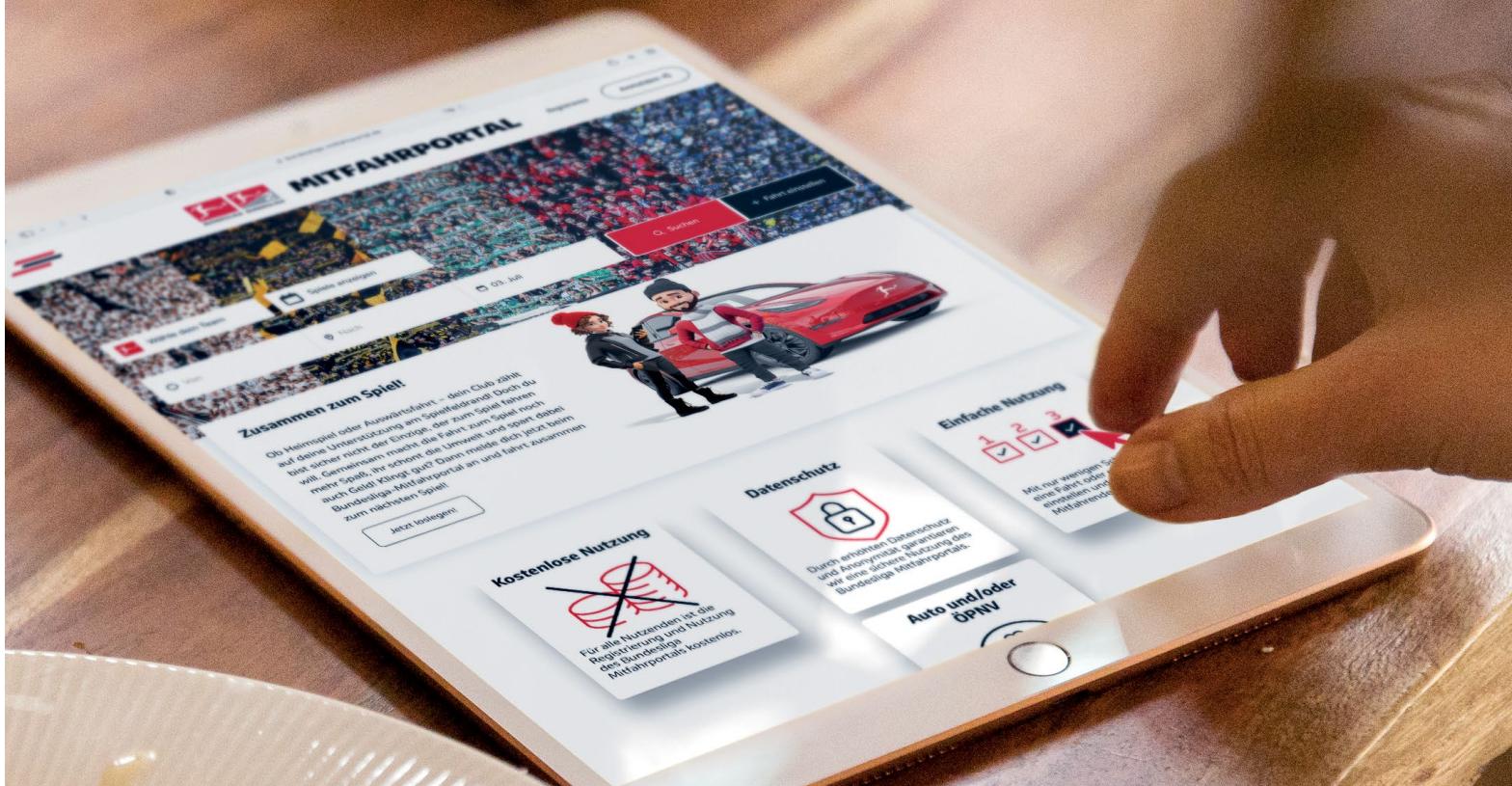
Seit 2018 organisiert der 1. FC Nürnberg gemeinsam mit Maccabi Nürnberg das Projekt „Jenö Konrad-Cup – Fußball trifft auf Geschichte“. Das Turnier verbindet sportliche Begegnungen mit der Vermittlung historischer Kenntnisse und setzt sich aktiv für Werte wie Respekt und gegenseitiges Verständnis ein. Ziel ist es, Vorurteile abzubauen und gemeinsam ein kraftvolles Zeichen gegen Rassismus, Antisemitismus und Fremdenfeindlichkeit zu setzen. Im Mittelpunkt steht die Biografie des ehemaligen jüdischen FCN-Trainers Jenö Konrad, der von 1930 bis 1932 den Club trainierte und 1932 aufgrund antisemitischer Hetze in Julius Streichers „Der Stürmer“ aus Nürnberg fliehen musste. Das Projekt möchte insbesondere an Nürnberger Schulen – in Zusammenarbeit mit Lehrkräften – die Auseinandersetzung mit Diskriminierung im Sport fördern und nachhaltige Projektarbeiten zu diesem Thema anstoßen.



Zwischen Mut und Ausgrenzung: Jüdische Perspektiven beim SV Werder Bremen

Ende September 2025 veröffentlichten Ruben Gerczikow und Monty Ott einen Sammelband mit dem Titel „Juden auf dem Platz, Juden auf den Rängen: Jüdische Lebenswirklichkeiten und Antisemitismus im Fußball heute“. Das von der SV Werder Bremen Stiftung unterstützte Buch vereint Geschichten von Jüdinnen und Juden sowie von Menschen, die sich aktiv gegen Antisemitismus und für eine offene Fankultur engagieren – sowohl auf den Tribünen als auch auf dem Spielfeld.

Die Beiträge erzählen von Mut, Zusammenhalt und Erfahrungen mit Ausgrenzung. Die Berichte über Solidaritätsaktionen in Bremen für Hersh Goldberg-Polin, Werder-Fan und Hamas-Geisel, riefen über die Vereinsgrenzen hinweg große Anteilnahme hervor. Stimmen aus Deutschland und Israel zeichnen ein facettenreiches Bild jüdischer Präsenz und Perspektiven im Fußball. So entsteht ein vielschichtiges Panorama, das die Bedeutung von Engagement und Gemeinschaft im Sport eindrucksvoll hervorhebt.



Fanreisen nachhaltiger gestalten: „Bundesliga-Mitfahrportal“

Spitzenfußball und ausverkaufte Stadien machen die Bundesliga und die 2. Bundesliga einzigartig. Die An- und Abreise von Zuschauerinnen und Zuschauern verursacht allerdings rund zwei Drittel der CO₂-Emissionen am Spieltag. Die Fanmobilität ist also einer der größten Hebel mit Blick auf die ökologische Nachhaltigkeit im Fußball.

Mit dem 2025 neu aufgestellten „Bundesliga-Mitfahrportal“ ergreift die DFL gemeinsam mit und für Clubs eine Maßnahme, die an allen Stadionstandorten eine nachhaltigere Fanmobilität unterstützt. Fans können darüber Fahrgemeinschaften für Spiele der Bundesliga und der 2. Bundesliga

organisieren, um sowohl ihre Reisekosten als auch die CO₂-Emissionen zu senken. Das kostenlose Portal verbindet Fans, die zu und von Stadien in ganz Deutschland reisen. Sie können Fahrten nach Spielort und -datum anbieten oder suchen und profitieren von praktischen Funktionen wie der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr. So wird die Fahrzeugauslastung optimiert und die Umweltbelastung durch den Verkehr an Spieltagen verringert.

Alle 36 Clubs fördern bereits nachhaltigere Mobilität mit Angeboten wie etwa Eintrittskarten mit kombinierten Nahverkehrstickets, der Bereitstellung von Sonderzügen und -bussen

Erfahre mehr über das „Bundesliga-Mitfahrportal“



sowie einer verbesserten Infrastruktur für Radfahrerinnen und Radfahrer, Fußgängerinnen und Fußgänger.

Das „Bundesliga-Mitfahrportal“ ergänzt diese Bemühungen als einfach zu bedienendes Tool, das nachhaltigeres Reisen fördert und gleichzeitig den Zusammenhalt der Fangemeinde stärkt.

Auch der DFB bietet eine vergleichbare Plattform unter dem Namen „DFB Fanfahrt“ für Spiele der Nationalmannschaft und im Rahmen des DFB-Pokals an. Gemeinsam verfolgen DFB und DFL das Ziel, Fahrgemeinschaften bei allen Pflichtwettbewerben im deutschen Fußball auszubauen.



Erfahre mehr über den
„Bundesliga-Reiseführer“



Barrierefreiheit rund um den Spieltag stärken: „Bundesliga-Reiseführer“

Neben dem Engagement für ökologische Nachhaltigkeit ist ein zentrales Anliegen von DFL und Clubs, allen Menschen die Teilnahme am Fußballerlebnis zu ermöglichen.

Zur bestmöglichen Planung eines barrierefreien Stadionbesuchs steht Fußballfans daher seit 2013 der von der DFL veröffentlichte „**Bundesliga-Reiseführer**“ zur Verfügung. Dieser richtet sich an Menschen mit und ohne Behinderung und bietet umfassende Informationen zur barrierefreien An- und Abreise sowie zu wissenswerten Details rund um die Stadien der Bundesliga, 2. Bundesliga und 3. Liga.

Besonders nutzerfreundlich ist das Angebot durch die vereinfachte Menüführung und einen Audioservice

für sehbehinderte und blinde Fans. Die Inhalte sind zudem in Leichter Sprache verfügbar, um möglichst vielen Menschen den Zugang zu relevanten Informationen zu ermöglichen. Nutzerinnen und Nutzer können ihren individuellen Unterstützungsbedarf angeben und erhalten daraufhin gezielt alle für sie wichtigen Hinweise – beispielsweise zu barrierefreien Eingängen oder Toiletten im Stadion. Wichtige Kontakte und Ansprechpartner vor Ort sind ebenfalls im Reiseführer hinterlegt. Auch die Spielpläne aller drei Ligen sind integriert, sodass Fans ihre Stadionbesuche langfristig planen können.

Das Angebot stellt somit einen wichtigen Schritt für mehr Inklusion und gleichberechtigte Teilhabe im Fußball dar.

Wenn Worte Bilder malen: Die Kraft der Blindenreportage

Ein weiteres Beispiel für die Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung ist die audiodeskriptive Live-Reportage, auch bekannt als **Blindenreportage**. Dieses Angebot richtet sich insbesondere an sehbehinderte und blinde Fußballfans und eröffnet ihnen einen barrierearmen Zugang zum Stadiogeschehen. Speziell geschulte Reporterinnen und Reporter verwandeln das Spiel mit ihren Stimmen in lebendige Bilder. Durch detaillierte und präzise Beschreibungen können die Fans das Geschehen auf dem Platz hautnah miterleben.

Bereits 2014 hat die DFL gemeinsam mit Aktion Mensch eine eigene Kompetenzstelle für dieses Angebot geschaffen. Das Zentrum für Sehbehinderten- und Blindenreportage in Gesellschaft und Sport, kurz T_OHR, wird von der AWO Südwest gGmbH getragen und dient als zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Clubs und Fans. Hier werden Schulungen, Fort- und Weiterbildungen für Reporterinnen und Reporter organisiert, um die Qualität der Blindenreportagen stetig zu verbessern. So lud T_OHR im Auftrag der DFL zu Jahresbeginn zu einem Expertenforum für audiodeskriptive Live-Reportage nach Hennef ein.

Über 80 Teilnehmende aus allen Ligen kamen zusammen, um in Workshops, Vorträgen und Diskussionsrunden neue Impulse zu gewinnen, Erfahrungen auszutauschen und wertvolle Kontakte zu knüpfen.

Das Angebot der Sehbehinderten- und Blindenreportage wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich

ausgebaut. Neben der Bundesliga und 2. Bundesliga bieten inzwischen auch Clubs der 3. Liga und der Regionalligen audiodeskriptive Berichterstattung an. Darüber hinaus haben sich diese inklusiven Angebote auch in anderen Sportarten und Kontexten etabliert – ein wichtiger Schritt hin zu mehr Teilhabe und Inklusion im Sport.



Regionaltreffen der Verantwortlichen bei der TSG Hoffenheim

In der PreZero Arena fand im September 2024 ein Regionaltreffen von Blindenreporterinnen und -reportern aus mehreren Clubs statt, um sich auszutauschen und weiterzubilden. Ziel der Veranstaltung war es, die Qualität der audiodeskriptiven Live-Reportagen zu stärken und so mehr Teilhabe und Inklusion für sehbehinderte und blinde Fans zu ermöglichen. Die Verantwortlichen aus den Clubs profitierten besonders von einer Sensibilisierungseinheit, bei der sie mit Simulationsbrillen und Langstöcken die Perspektive der Zielgruppe einnahmen. Neben fachlichem Austausch standen auch eine Arenatour und Gespräche über aktuelle Entwicklungen in den Clubs auf dem Programm.

Fanartikel verantwortungsbewusst herstellen: „Vom Feld in den Fanshop“

Bereits neun Clubs – VfB Stuttgart, Borussia Dortmund, Eintracht Frankfurt, 1. FC Union Berlin, SV Werder Bremen, VfL Wolfsburg, FC St. Pauli, Hamburger SV und DSC Arminia Bielefeld – haben sich in der Initiative „**Vom Feld in den Fanshop**“ zusammengeschlossen, um die Herstellung von Fanartikeln nachhaltiger zu gestalten.

Das Projekt wurde 2022 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) ins Leben gerufen und unterstützt 450 Kleinbauern in Gujarat, Indien, bei der Umstellung auf ökologischen Landbau. Die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH setzt das Projekt gemeinsam mit weiteren Partnern um. Die beteiligten Clubs sind entlang der gesamten Lieferkette aktiv: Sie verschaffen sich Einblicke in die Arbeits- und Produktionsbedingungen in den Fabriken und fördern den Verkauf von Merchandise-Artikeln, die nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert sind.

Die Bauern erhalten umfassende Schulungen zu nachhaltiger Landwirtschaft, Zugang zu Saatgut und eine Abnahmegarantie für ihre Baumwolle während der Umstellungsphase. Dies sorgt

für finanzielle Stabilität, reduziert den Einsatz von Pestiziden und verbessert die Boden- und Wasserqualität.

Fans können sich mit nachhaltigen Textilien einkleiden und damit ein klares Zeichen für Nachhaltigkeit im Merchandising setzen. Den Clubs ist es gelungen, die Artikel ohne signifikante Preisanstiege anzubieten. Über QR-Codes können Fans zudem die Lieferketten der Produkte transparent nachvollziehen.

Im Sinne einer ganzheitlichen und nachhaltigen Entwicklung engagiert sich die Initiative auch in sozialer Hinsicht. Durch Sportangebote möchte man Kindern und Jugendlichen in Indien Bildungsperspektiven bieten. Besonders Mädchen und junge Frauen sollen von den Angeboten profitieren.



Grüner Knopf für den VfB Stuttgart

Seit 2019 darf der VfB Stuttgart seine GOTS-zertifizierten Produkte mit dem Textilsiegel „Grüner Knopf“ kennzeichnen – einer staatlich geförderten Zertifizierung für nachhaltige Textilien.

Der Grüne Knopf wurde vom BMZ ins Leben gerufen und überprüft sowohl unternehmensweite Praktiken als auch einzelne Produkte. Für die Zertifizierung müssen Unternehmen strenge Menschenrechts- und Umweltstandards entlang ihrer gesamten Lieferkette erfüllen und Verantwortung für die Überwachung der Produktionsprozesse nachweisen. Insgesamt erfordert das Siegel die Einhaltung von 20 Kriterien auf Unternehmensebene und 26 Kriterien auf Produkteinheit.

07



NACHHALTIGKEIT INNER-HALB DER DFL-GRUPPE

AUCH DIE UNTERNEHMEN DER DFL-GRUPPE ARBEITEN SYSTEMATISCH AN DER WEITERENTWICKLUNG.

Die DFL-Gruppe verfolgt einen umfassenden und zentral koordinierten Nachhaltigkeitsansatz, der sich an politischen und rechtlichen Rahmenwerken wie dem European Green Deal, den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) und der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie orientiert.

Nachhaltigkeit wird hierbei nicht als isoliertes Thema verstanden, sondern als die gemeinschaftliche Aufgabe, wirtschaftliche, ökologische und soziale Fragestellungen miteinander zu verknüpfen, Zielkonflikte aufzulösen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. ➤

Im Rahmen der im Jahr 2024 gestarteten Initiative „Heimvorteil“ wurden sechs strategische Handlungsfelder identifiziert: Unternehmensführung & Strategie, Kerngeschäft, Ökologie & Betrieb, Personal, Kommunikation und gesellschaftliches Engagement – sowie zwei Querschnittsthemen, ESG-Daten und ESG-Regulatorik.

Für alle strategischen Handlungsfelder definiert die DFL-Gruppe jeweils konkrete Ambitionsniveaus und zielgerichtete Maßnahmen innerhalb eines ganzheitlichen Managementsystems, der sogenannten „Sustainability Map“.

Das Nachhaltigkeitsmanagement der DFL-Gruppe wird von einer Ansprechperson zentral koordiniert.



Überblick: DFL-Gruppe





IM FOKUS

Emissionserfassung bei Medienproduktionen

Seit der Saison 2021/22 erstellt Sportcast detaillierte CO₂e-Bilanzen für die Medienproduktionen der Bundesliga und 2. Bundesliga.

Die Gesamtemissionen der Kernproduktion beliefen sich in der abgelaufenen Saison auf 2.277,8 Tonnen CO₂e – ein leichter Rückgang gegenüber 2.360,8 Tonnen CO₂e im Vorjahr.

Die Datenerhebung erfolgte anhand von Onlineformularen und Stakeholderdialogen mit Produktionspersonal und Technikteams. Erfasst wurden unter anderem Reiseentfernungen, Kraftstoffverbrauch, Energiebedarf im Stadion sowie logistische Daten zu Fahrzeugen und Technik. Die im Rahmen der Lizenzierung eingereichten Unterlagen der Clubs, etwa die Angaben zur Nutzung erneuerbarer Energien, trugen zur Genauigkeit der Daten bei.

Die Emissionen variierten je nach Produktionsaufwand und beliefen sich auf zwischen 2,8 Tonnen und 4,5 Tonnen je Spiel.

Hinsichtlich der Verteilung entfielen 40,6 Prozent auf die Mobilität der

Mitarbeitenden, 30,5 Prozent auf die Logistik (inklusive Fahrzeug- und Materialtransport) und 28,9 Prozent auf die Stadioninfrastruktur.

Jenseits der reinen Erfassung der Emissionen arbeiten Sportcast, die DFL GmbH sowie Clubs und Partner kontinuierlich an der Identifikation von Reduktionspotenzialen und an der Einsparung von Emissionen – mit dem Ziel, die Umweltbelastung der Medienproduktion weiter zu verringern.

Gelingen soll dies beispielsweise durch die Optimierung von Reisewegen aller Fahrzeuge sowie durch die verstärkte Nutzung von Remote-Produktionen.

Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist bereits erfolgt: Seit Saisonbeginn werden pro Spieltag zwei Partien der 2. Bundesliga erfolgreich remote produziert, wodurch erste positive Effekte hinsichtlich der Emissionsreduktion erzielt werden konnten.

Besonders hervorzuheben im Kontext einer möglichst umweltverträglichen Medienproduktion ist die enge Zusammenarbeit mit dem nationalen Lizenznehmer Sky. Bereits seit dem Jahr

2022 arbeiten die DFL-Gruppe und Sky in vielfältigen Schnittpunkten entlang der gesamten Medien-Produktionskette zusammen. Ein kraftvoller Ausdruck des Sky-Engagements beim Thema Nachhaltigkeit ist der seit dem Jahr 2022 am Weltumwelttag der Vereinten Nationen stattfindende Thementag „Umwelt und Sport“: Sky

Sport thematisiert ganztägig ökologische Herausforderungen im Sport und diskutiert diese unter anderem auch regelmäßig mit Vertreterinnen und Vertretern der DFL. Sky setzt hier bewusst auf einen wiederkehrenden Ansatz, um dem Thema Umweltschutz kontinuierlich eine mediale „Bühne“ zu geben.





IM FOKUS

Vielfalt in der DFL GmbH

Die DFL GmbH setzt gezielt auf Diversität und Inklusion in allen Bereichen. Rekrutierung und Personalentwicklung sind stark an Diversitätszielen ausgerichtet: mit jährlichen Leistungsbeurteilungen, Standards für Bewerbungsgespräche, „Anti-Bias-Trainings“ zu unbewussten Vorurteilen, gendersensiblen Stellenanzeigen und monatlichen E-Learning-Angeboten.

Mit Blick auf einzelne Vielfaltsdimensionen wurden konkrete Maßnahmen etabliert:

- Ein gemeinsam entwickelter Wertecode wurde im Unternehmen verankert und durch neue Fortbildungsformate und externe Gastvorträge zum Themenfeld Diversität ergänzt
 - Mitarbeitendennetzwerke für Frauen sowie für Studierende und Praktikantinnen und Praktikanten fördern den Austausch untereinander
 - Spezielle Programme unterstützen Frauen gezielt auf dem Weg in Führungspositionen
 - Das Angebot für Mitarbeitende mit Fürsorgeaufgaben wird ausgebaut (z. B. Lebenslagenberatung oder Kinderbetreuung)
- Die Mitarbeitendenumfrage beleuchtet das Thema Diversität
- Förderung des Diversitätsprojekts „Mutmacher-Menschen“ von Marcel Friederich
- Zur inklusiven Infrastruktur gehören barrierefreie Räumlichkeiten, geschlechtsneutrale WCs sowie ein Gebets- und Stillraum.



Chancen schaffen mit der DFL Stiftung

Seit 2008 unterstützt die DFL Stiftung Kinder, Jugendliche und Nachwuchssportlerinnen und -athleten dabei, ihr Potenzial zu entfalten. Die Stiftung wurde vom DFL e.V. und der DFL GmbH ins Leben gerufen und investiert jährlich 4,5 Mio. Euro in rund 70 Projekte mit etwa 50.000 jungen Teilnehmenden.

Die strategischen Ziele: Gesundheit und Bewegung fördern, gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken, Chancen im Leistungssport schaffen.

Diese Schwerpunkte spiegeln sich in Leuchtturmprogrammen wider: „Bundesliga bewegt“ fördert Bewegung von Kindern aus sozioökonomisch schwierigen Lebensverhältnissen. „Lernort Stadion“ sensibilisiert für gesellschaftliche Themen und Demokratie. „Fußball trifft Kultur“ verbindet Sport, Bildung und Kultur und fördert so die sprachliche und soziale Entwicklung von Kindern und Jugendlichen.

Darüber hinaus setzt die Stiftung große Kampagnen für mehr Teilhabe, Inklusion und gemeinsame Werte um, darunter „TOGETHER!“ in Zusammenarbeit mit der DFL sowie „#DemokraTeam“.



08



PARTNERSCHAFTEN UND ALLIANZEN

NACHHALTIGKEIT IM FUSSBALL LEBT VON KOOPERATION UND GEMEINSAMEN INITIATIVEN. DFL UND PARTNER BÜNDELN IHRE KRÄFTE.

Die DFL arbeitet mit diversen Partnern und Stakeholdern zusammen, um Nachhaltigkeit im gesamten Fußball voranzutreiben. Die Zusammenarbeit basiert auf dem gemeinsamen Verständnis, dass der Fußball mit seiner Strahlkraft als Motor und Impulsgeber für positive Veränderungen steht. Indem unterschiedliche Stärken – ob Fachwissen, Einfluss oder Netzwerke – gebündelt werden, lässt sich gemeinsam weit mehr erreichen, als es allein möglich wäre.

Stärkung von Nachhaltigkeit im gesamten deutschen Fußball

Die DFL und der DFB arbeiten eng zusammen, um den Fußball in Deutschland zukunftsfähig und verantwortungsvoll zu gestalten. Gemeinsame Aktivitäten orientieren sich an internationalen Rahmenwerken und stehen im Einklang mit den globalen Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) – insbesondere mit Ziel 17, „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“.

So hat der DFB in enger Abstimmung mit der DFL zur Spielzeit 2024/25 ebenfalls Nachhaltigkeit in seinem Zulassungsverfahren verankert. Seit der Spielzeit 2025/26 sind die Nachhaltigkeitsrichtlinien für die Teilnehmer der 3. Liga und Frauen-Bundesliga, für die der DFB zuständig ist, ein verbindlicher Teil des Zulassungsverfahrens. Beide Ligenträger stimmen sich zur inhaltlichen Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsrichtlinien regelmäßig ab.

Ein weiteres Beispiel für diesen partnerschaftlichen Ansatz war der gemeinsam ausgerichtete Nachhaltigkeitstag im November 2024. Unter dem Motto „Nach dem Spiel ist vor

dem Spiel“ standen zentrale Themen aus allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Die Veranstaltung unterstrich das gemeinsame Engagement für Wissenstransfer, Dialog und Fortschritt im gesamten deutschen Fußball. Rund 160 Teilnehmende, unter ihnen Vertreterinnen und Vertreter von Profi- und Amateurclubs, kamen zusammen, um Ideen auszutauschen und praxisorientierte Lösungen für den Fußball zu entwickeln. Im Oktober 2025 folgte eine gemeinsame Fachtagung, bei der sich Vertreterinnen und Vertreter von Clubs der Bundesliga, 2. Bundesliga, 3. Liga und Google Pixel Frauen-Bundesliga mit dem Ziel versammelten, die datenbasierte Nachhaltigkeitssteuerung im Profifußball weiter voranzutreiben.

Im September 2024 richteten die beiden Organisationen zudem den „Women in Football Summit“ aus. Ziel war es, mehr Frauen für eine Karriere im Fußball zu begeistern. Um das zu erreichen, wurden den Teilnehmerinnen Einblicke in das Fußballgeschäft gegeben, Karrierewege aufgezeigt und

NACH DEM SPIEL IST VOR DEM SPIEL.

DFB & DFL Nachhaltigkeitstag 2024



Networking-Möglichkeiten geboten. Im Jahr 2025 wurde das Format unter dem Namen „Next Goal. Dein Job im Fußball. Die Karrieremesse für Frauen“ fortgeführt.

Die Zusammenarbeit von DFL und DFB erstreckt sich auch auf den Bereich Innovation. Mit der gemeinsamen Projektgruppe „Stadioninnovationen“, gegründet 2021, unterstützen die DFL und der DFB die Clubs beim Testen

neuer Technologien und Dienstleistungen für alle Bereiche im und um das Stadion. Nachhaltigkeitsaspekte spielen dabei – je nach Anwendungsbereich – eine direkte oder indirekte Rolle. Diese Initiative bietet Clubs eine Plattform zum Austausch praktischer Erfahrungen und gibt Anbietern die Möglichkeit, ihre Lösungen in realen Stadionumgebungen zu erproben.



Zusammenarbeit zwischen europäischen Ligen

Die European Leagues sind die gemeinsame Stimme von 40 professionellen Fußballligen, die mehr als 1.170 Clubs aus 34 Ländern in Europa vertreten. Als zentraler Akteur im Feld der Wettbewerbsgestalter engagiert sich die Organisation für die Stärkung und den Schutz der nationalen Wettbewerbe der heimischen Ligen. Ziel ist es, den Mitgliedsclubs optimale Voraussetzungen zu bieten, damit sie in einem nachhaltigen und wettbewerbsfähigen Umfeld auf höchstem sportlichen Niveau agieren können.

Als Mitglied der European Leagues unterstützt die DFL die Gründung der neuen Nachhaltigkeits-Expertengruppe und arbeitet in dieser aktiv mit. Die erste Sitzung wurde am Rande des UEFA Respect Forum am 7. und 8. Mai 2025 in Zürich (Schweiz) abgehalten. Die Expertengruppe bietet den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der verschiedenen Ligen einen Raum, um sich über bewährte Praktiken auszutauschen, Kooperationsmöglichkeiten zu identifizieren und gemeinsame Prioritäten zu definieren. Durch die Vielfalt der beteiligten Ligen dient die Gruppe als dynamische Plattform für strategischen Dialog und Fortschritt in Bezug auf Nachhaltigkeitsmanagement im europäischen Fußball.



Unterstützung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die DFL ist Mitglied der von den Vereinten Nationen ins Leben gerufenen Initiative „Football for the Goals“ – einer globalen Plattform, die die Fußballgemeinschaft mobilisiert, um die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) zu fördern und voranzutreiben.

Die Initiative nutzt die enorme globale Reichweite und den Einfluss des Fußballs. Sie ruft alle Akteure des Fußballökosystems, darunter Konföderationen, nationale Verbände, Ligen, Clubs, Spielervereinigungen, Fangruppen, Medien und kommerzielle Partner, dazu auf, ihre Botschaften, Aktivitäten und Strategien an den SDGs auszurichten.

Mitglieder der Initiative setzen sich mit ihrer Bekanntheit und Reichweite dafür ein, das Bewusstsein für die SDGs zu schärfen und nachhaltige Praktiken innerhalb und außerhalb des Sports zu fördern.

Die fünf Grundprinzipien von „Football for the Goals“ lauten:

1

Einführung und Förderung von Nachhaltigkeitsrichtlinien und -praktiken

2

Unterstützung und Förderung der SDGs

3

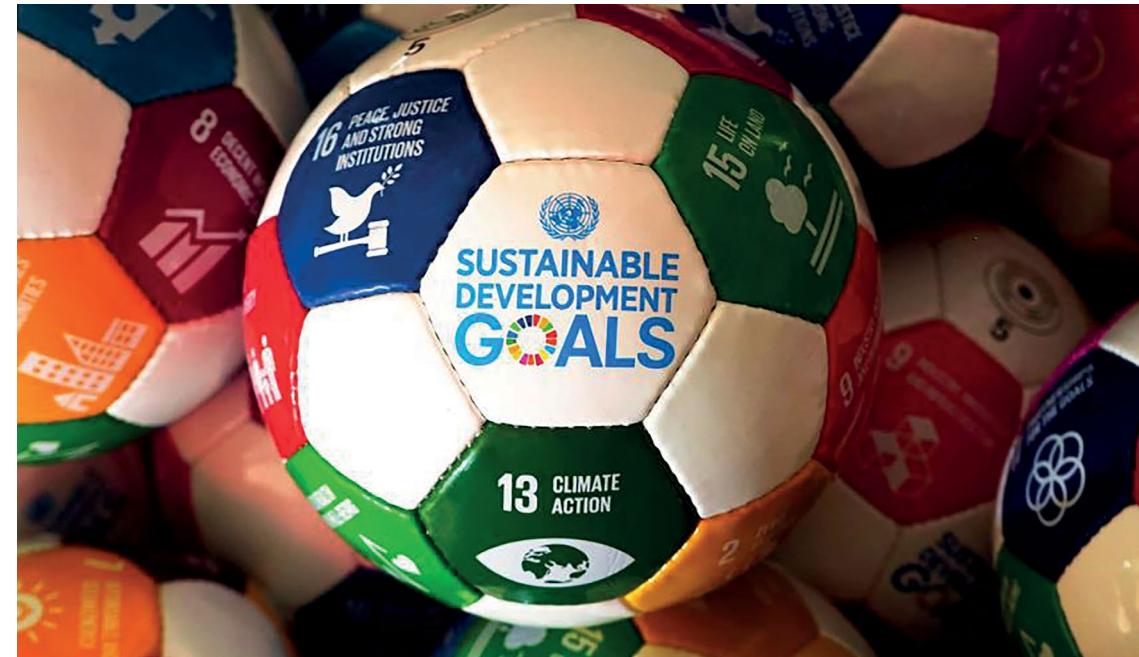
Menschenrechtsbasierter Ansatz und die Bekämpfung von Diskriminierung

4

Förderung von Gleichheit und Gerechtigkeit, einschließlich der Gleichstellung der Geschlechter

5

Ergreifen sinnvoller Klimaschutzmaßnahmen



“

Der Fußball, der von der Generalversammlung der UN für seine beispiellose globale Reichweite und seinen starken Einfluss anerkannt ist, verfügt über ein außergewöhnliches Potenzial, um die Ziele für nachhaltige Entwicklung voranzubringen. Mit Football for the Goals haben wir eine leistungsstarke Plattform – und eine gemeinsame Verantwortung – dafür, dieses Potenzial sinnvoll umzusetzen, echte Veränderungen voranzutreiben und weltweit nachhaltige Wirkung in Gemeinschaften zu erzielen.

ROBERT SKINNER, STELLVERTRETENDER DIREKTOR UND LEITER DER ABTEILUNG FÜR PARTNERSCHAFTEN UND GLOBALES ENGAGEMENT DER VEREINTEN NATIONEN

Mit PreZero zirkulär handeln und nachhaltig wachsen

Das wirtschaftliche und regulatorische Umfeld befindet sich im Wandel: Rohstoffe werden knapper und teurer, Klimaziele verbindlicher, gesetzliche Rahmenbedingungen komplexer. Gleichzeitig steigen die Erwartungen von Fans, Partnern und nicht zuletzt von Liga und Clubs selbst an ressourcenschonendes Handeln im Profifußball.

Hierbei rückt das Thema Kreislaufwirtschaft zunehmend in den Fokus von Clubs. Was früher als operatives Detail betrachtet wurde, ist heute ein entscheidender Faktor für strategische Planung und Risikomanagement. PreZero versteht Kreislaufwirtschaft nicht als abstraktes Ideal, sondern als relevanten Erfolgsfaktor für die Zukunftsfähigkeit des Profifußballs. Vor diesem Hintergrund haben die DFL und PreZero eine strategische Partnerschaft geschlossen, um die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft systematisch und praxisnah in den Ligabetrieb zu integrieren.

PreZero, ein Unternehmen der Schwarz Gruppe, bringt umfassende Erfahrung

und Expertise im Management großer Kreislaufsysteme mit und arbeitet bereits mit mehreren Clubs zusammen. Innerhalb der Clublandschaft gibt es klare Ziele: weniger nichtverwertbare Abfälle, geringere Emissionen und effizientere Lieferketten. Um dies zu erreichen, analysiert PreZero recycelbare Materialströme und entwickelt innovative Lösungen – von fortschrittlichen Sortiersystemen bis hin zu unkonventionellen Recyclingverfahren. Die strategische Allianz mit der DFL dient der Ausweitung im Ligabetrieb und verfolgt das Ziel, im Umgang mit Rohstoffen zukunftsfähige Standards in der gesamten Bundesliga und 2. Bundesliga zu etablieren.

Auf Basis von gemeinsam mit den Clubs erarbeiteten Konzepten werden konkrete Tools bereitgestellt, die in Stadien, Trainingszentren und Geschäftsstellen Anwendung finden sollen. Mit diesem Angebot werden die Clubs dabei unterstützt, die ökologische Verantwortung noch stärker mit wirtschaftlichem Erfolg zu verzahnen.





D&I-Training in ganz Deutschland etabliert

In Juni 2025 wurde der erste Durchlauf des Trainingsprogramms „Entwicklung von Diversität & Inklusion im Fußball“ (EDI) erfolgreich abgeschlossen. Das von der DFL in Zusammenarbeit mit KickIn! – der Beratungsstelle für Inklusion im Fußball – und dem gemeinnützigen Common Purpose Deutschland gGmbH organisierte Programm ist das erste seiner Art, das gezielt auf die Bedürfnisse von Fußballclubs zugeschnitten ist.

In fünf Modulen, die in verschiedenen Regionen Deutschlands durchgeführt wurden, nahmen 14 Mitarbeitende aus unterschiedlichen Clubabteilungen wie Fanbetreuung, Personalwesen und Nachhaltigkeit teil. Jedes Modul widmete sich einem zentralen Aspekt von Diversität und Inklusion (D&I):

- „**Vielfalt wahrnehmen**“ – Grundlagen zu D&I
- „**Vielfalt in Systemen**“ – D&I-Prozesse und -Strategien
- „**Vielfalt erfolgreich gestalten**“ – Veränderungen und Widerstände um D&I in Organisationen
- „**Partizipative Prozesse erlebbar machen**“ – D&I Stakeholder

- Management in Fußballstrukturen
- „**EDI Finale**“ – Zertifizierung und Abschlussveranstaltung

Die Teilnehmenden entwickelten im Rahmen des Programms eine Reihe von Maßnahmen, die in die Praxis umgesetzt werden können. Dazu gehören Initiativen zur strukturellen Verankerung von Vielfalt und Inklusion in den Clubs, der Aufbau lokaler Partnerschaften, die Verbesserung der Barrierefreiheit in Stehplatzbereichen für Fans mit Mobilitätseinschränkungen sowie Sensibilisierungskampagnen an Spieltagen und neue Konzepte für Stadionbesuche.

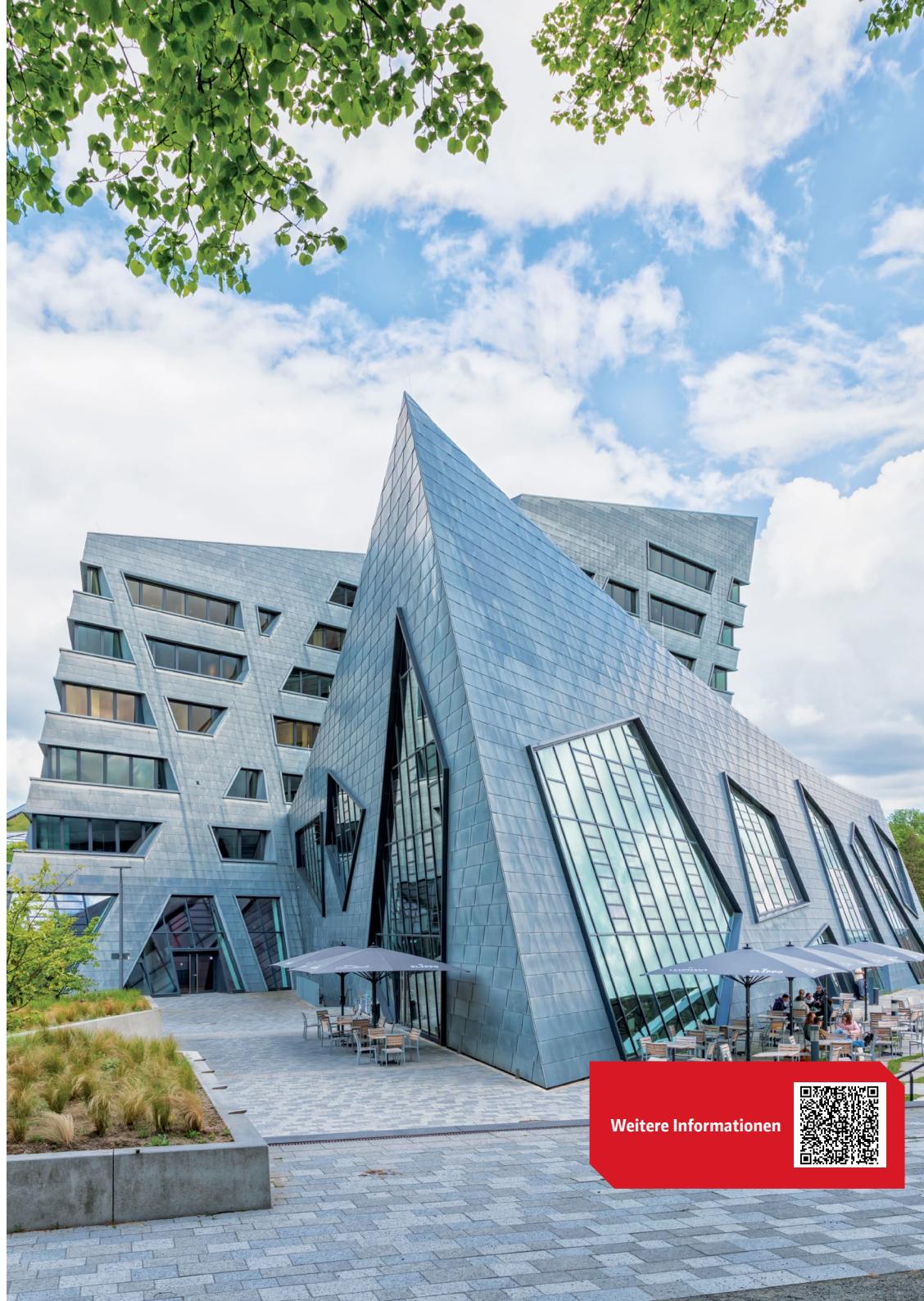
Mit der erfolgreichen Pilotierung wurde eine Grundlage für eine regelmäßige Umsetzung des Programms geschaffen. Darüber hinaus wurde der Grundstein für ein Alumni-Netzwerk für einen langfristigen Austausch zwischen aktuellen und künftigen Absolventinnen und Absolventen von EDI gelegt. Diese Kombination soll dazu beitragen, Vielfalt & Inklusion weit über die Qualifizierung hinaus in der gesamten Fußballlandschaft zu verankern.

“ ”

Ich habe beruflich sehr viel mit Weiterbildungen zu tun, und EDI ist für mich methodisch und didaktisch eines der besten Programme, die ich je kennengelernt habe. Als Fußballclub können und sollten wir unsere Strahlkraft noch viel mehr nutzen, um gerade die wichtigen D&I-Themen voranzutreiben.

JASMIN HEUERMANN, STELLV. DIREKTORIN PERSONAL, BORUSSIA DORTMUND GMBH & CO. KGAA





Weitere Informationen



Entwicklung eines gemeinsamen Bildungsprogramms

In Jahr 2022 entwickelte die DFL gemeinsam mit dem Centre for Sustainability Management (CSM) der Leuphana Universität Lüneburg ein maßgeschneidertes Weiterbildungsprogramm zu Nachhaltigkeit in Sportorganisationen.

Auf der Grundlage langjähriger Erfahrung im Nachhaltigkeitsmanagement bietet die Leuphana Universität Lüneburg seither ein umfassendes Curriculum, das ein breites Themenspektrum abdeckt: von den Grundlagen der Nachhaltigkeit über Umweltstrategien bis hin zu praktischen Umsetzungsmethoden.

Alle Inhalte sind auf die Realitäten und Besonderheiten von Sportorganisationen zugeschnitten und werden in einem hybriden Modell aus Online- und Präsenzformaten auf dem Campus der Leuphana Universität in Lüneburg vermittelt. Ziel des Programms ist es, den Teilnehmenden das notwendige Wissen und die praktischen Werkzeuge an die Hand zu geben, um in ihrer Organisation und im Sport eine nachhaltigere Zukunft aktiv mitgestalten zu können.

Grundlagen des
Nachhaltigkeits-
managements
im Sport



Nachhaltiges
Performance Manage-
ment – Konzepte
und Instrumente für
Sportorganisationen



Vertiefung des Nach-
haltigkeitsmanage-
ments im Sport und in
Sportorganisationen





Nachhaltigkeit wird in den Strukturen und der täglichen Arbeit der Clubs gelebt. So wird sie mehr und mehr zu einem festen und sichtbaren Bestandteil des sportlichen und gesellschaftlichen Miteinanders – heute und in Zukunft.

- 1 Nutzung von erneuerbaren energien
- 2 ermöglicheung einer emissionsarmen anreise zum spiel
- 3 bereitstellen von informationsmaterialien für fans
- 4 schaffung eines vielfältigen lebensmittelangebots für fans
- 5 Förderung von Bewaldung rund um das Stadion
- 6 Anwesenheit einer Nachhaltigkeitsmanagerin/eines Nachhaltigkeitsmanagers zur Überwachung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen
- 7 Installation von Möglichkeiten des barrierefreien Zugangs zum Stadion
- 8 Schaffung von Bewegungsmöglichkeiten für Kinder
- 9 Angebot von möglichst nachhaltig produzierten Fanartikeln
- 10 Optimierung der Abfalltrennung und Steigerung der Recyclingquoten

Endnoten

- ¹ McKinsey & Company, Mehr als nur ein Spiel – Die wirtschaftliche Bedeutung der Bundesliga, www.mckinsey.com/de/~/media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/deutschland/news/presse/2025/2025-02-27%20bundesliga/studie_mehr_als_nur_ein_spiel.pdf (2025)
- ² Deloitte, Nachhaltigkeit in der Bundesliga, <https://www.deloitte.com/de/de/Industries/tmt/research/nachhaltigkeit-bundesliga.html> (2019)
- ³ Die dargestellten übergeordneten Ergebnisse der Prüfung im Lizenzierungsverfahren („Ob“) beziehen sich auf Daten, die die Clubs eingereicht haben, die in der Saison 2025/26 in der Bundesliga und 2. Bundesliga spielen.
- ⁴ Die dargestellten übergeordneten Ergebnisse der Auswertung („Wie“) beziehen sich auf Daten, die die Clubs eingereicht haben, die in der Saison 2024/25 in der Bundesliga und 2. Bundesliga gespielt haben.
- ⁵ Scope 1-Emissionen stammen aus Quellen, die direkt von dem jeweiligen Club verantwortet oder kontrolliert werden. Hierzu zählen z.B. Energieträger an den Standorten des Clubs oder Fahrzeuge in seinem Besitz. Scope 2-Emissionen stammen aus der Nutzung von Energie, die ein Club einkauft oder bezieht. Sie gelten als indirekt, da die Energie außerhalb des Clubs erzeugt, aber von diesem verbraucht wird. Scope 3-Emissionen umfassen alle indirekten Treibhausgasemissionen, die entlang der Lieferkette des Clubs entstehen. Sie resultieren aus vor- oder nachgelagerten Aktivitäten, die nicht der Kontrolle des Clubs unterliegen. Wichtige Bereiche sind z.B. die Fanmobilität oder die Merchandising-Produktion.
- ⁶ Deloitte-Auswertung
- ⁷ Die DFL hat die im Folgenden genannten Angaben der 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga in der hier abgedruckten Form von den Clubs selbst erhalten bzw. inhaltlich von diesen bestätigen lassen. Insbesondere war der DFL mangels Zugangs zu entsprechenden Informationen keine Prüfung zu den quantitativen oder numerischen Angaben, den qualitativen oder inhaltlichen Ausführungen oder der von den Clubs genannten Realisierbarkeit der quantitativen oder qualitativen Zielsetzungen möglich. (2025)
- ⁸ FC Augsburg, Rückblick auf die Grüne Woche 2024, www.fcaugsburg.de/article/rueckblick-auf-die-grune-woche-2024-21855 (2025)
- ⁹ Global Standard, Der Standard, www.global-standard.org/de/der-standard
- ¹⁰ SV Werder Bremen, Klimaschutz, www.werder.de/nachhaltigkeit/umwelt/klimaschutz (2023)
- ¹¹ Borussia Dortmund (BVB), BVB-Podcast: Weltrekorde auf dem Stadiondach, www.bvb.de/de/aktuelles/news/news.html/2025/10/2/BVB-Podcast-Weltrekorde-auf-dem-Stadiondach.html (2025)
- ¹² Borussia Dortmund (BVB), Borussia Dortmund verpflichtet sich zur Science-Based-Targets-Initiative, www.bvb.de/de/aktuelles/news/news.html/2024/12/17/Borussia-Dortmund-verpflichtet-sich-zur-Science-Based-Targets-Initiative.html (2024)
- ¹³ Eintracht Frankfurt, Nachhaltiger Fanshop, stores.eintracht.de/fanshop/nachhaltig
- ¹⁴ Stadt Freiburg, Nachhaltigkeitsinformationen, www.freiburg.de/pb/2308241.html
- ¹⁵ Hamburger SV, Wilder Wechsel – Nachhaltigkeitsbericht 2023/24, nachhaltigkeitsbericht.hsv.de/2023-24/wilder-wechsel/ (2024)
- ¹⁶ Hamburger SV, HSV für Nachhaltigkeit im Merchandising ausgezeichnet, www.hsv.de/news/hsv-fuer-nachhaltigkeit-im-merchandising-ausgezeichnet
- ¹⁷ TSG Hoffenheim, TSG bekennt sich zum Race to Zero der Vereinten Nationen, www.tsg-hoffenheim.de/aktuelles/news/2022/11/tsg-bekennt-sich-zum-race-to-zero-der-vereinten-nationen (2022)
- ¹⁸ PreZero, PreZero Arena ist erstes zertifiziertes Zero Waste Stadion der Fußball-Bundesliga, prezero-international.com/press/2023/prezero-arena-ist-erstes-zertifiziertes-zero-waste-stadion-der-fussball-bundesliga (2023)
- ¹⁹ 1. FC Köln, Grüner Hennes, fc-fanshop.de/gruenerhennes
- ²⁰ Borussia Mönchengladbach, Nachhaltigkeit, www.borussia.de/nachhaltigkeit (2025)
- ²¹ FC St. Pauli, Künftig Stadionwurst in Bio-Qualität am Millerntor – sowohl vegan als auch aus Fleisch, www.fcstpauli.com/news/kunftig-stadionwurst-in-bio-qualitat-am-millerntor-sowohl-vegan-als-auch-aus-fleisch (2023)
- ²² VfL Wolfsburg, Grünes Spiel – im Einklang mit der Natur, www.vfl-wolfsburg.de/newsdetails/news-detail/detail/news/gruenes-spiel-im-einklang-mit-der-natur (2025)
- ²³ Fortuna Düsseldorf, Fortuna unterzeichnet Klimapakt der Landeshauptstadt Düsseldorf, www.f95.de/aktuell/news/profis/108/31054-fortuna-unterzeichnet-klimapakt-der-landeshauptstadt-duesseldorf/ (2023)
- ²⁴ Karlsruher SC, Fans spenden knapp 600 Kilogramm Kleider an bedürftige Menschen, www.ksc.de/not-in-menue/ksc-tut-gut/soziales-engagement/news/show/article/fans-spenden-knapp-600-kilogramm-kleider-an-beduerftige-menschen/ (2024)
- ²⁵ 1. FC Magdeburg, Newsbeitrag, 1.fc-magdeburg.de/news/detail/default-52061bfa22e92d33dbd25c89cccb3cbf (2025)

Bildnachweise

Titelbild – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.2 – DFL/Getty Images/Leonhard Simon
S.5 – Getty Images/Oliver Hardt
S.6 – Getty Images/Reinaldo Coddou H.
S.8 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.9 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.10 – Getty Images/Lukas Schulze
S.11 – Getty Images/Lukas Schulze
S.12 – Getty Images/Lukas Schulze
S.14 – Getty Images/Lukas Schulze
S.15 – Getty Images/Oliver Hardt
S.16 – Getty Images/Boris Streubel
S.18 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.19 – Getty Images/Oliver Hardt
S.20 – DFL/Witters/Frank Peters
S.21 – DFL/Getty Images/Reinaldo Coddou H.
S.22 – Getty Images/Boris Streubel
S.25 – Getty Images/Boris Streubel
S.26 – Borussia Dortmund
S.27 – Getty Images/Oliver Hardt
S.28 – Getty Images/Oliver Hardt
S.30 – Getty Images/Simon Hofmann
S.32 – FC Augsburg
S.33 – 1. FC Union Berlin
S.34 – SV Werder Bremen
S.35 – Borussia Dortmund
S.36 – Eintracht Frankfurt
S.37 – Sport-Club Freiburg
S.38 – Hamburger SV
S.39 – 1. FC Heidenheim 1846
S.40 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.41 – 1. FC Köln
S.42 – Getty Images/Boris Streubel
S.43 – Bayer 04 Leverkusen
S.44 – Getty Images/Lukas Schulz
S.45 – Borussia Mönchengladbach
S.46 – FC Bayern München
S.47 – FC St. Pauli
S.48 – VfB Stuttgart
S.49 – VfL Wolfsburg
S.50 – Hertha BSC
S.51 – DSC Arminia Bielefeld
S.52 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.53 – Eintracht Braunschweig
S.54 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke

S.55 – SG Dynamo Dresden
S.56 – Fortuna Düsseldorf
S.57 – Getty Images/Simon Hofmann
S.58 – SpVgg Greuther Fürth
S.59 – Hannover 96
S.60 – Getty Images/Alexander Scheuber
S.61 – Karlsruher SC
S.62 – Holstein Kiel
S.63 – Getty Images/Oliver Hardt
S.64 – Getty Images/Lukas Schulz
S.65 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.66 – SC Paderborn 07
S.67 – FC Schalke 04
S.68 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.70 – Getty Images/Leonhard Simon
S.71 – Getty Images/Lukas Schulz
S.72 – Getty Images/Boris Streubel
S.74 – 1. FSV Mainz 05
S.75 – Getty Images/Alexander Scheuber
S.76 – DFL Stiftung
S.77 – DFL Stiftung
S.78 – SV Werder Bremen
S.79 – VfL Bochum
S.80 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.81 – 1. FC Heidenheim 1846
S.81 – Hannover 96
S.82 – Shahar Azran
S.83 – SV Werder Bremen
S.83 – 1. FC Nürnberg
S.85 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.86 – Tim Grootenhuis
S.86 – TSG Hoffenheim
S.87 – GIZ/ SV Werder Bremen
S.88 – DFL
S.90 – DFL
S.91 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.92 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.93 – Getty Images/Sebastian Widmann – Stiftung
S.94 – Getty Images/Christian Kaspar-Bartke
S.96 – DFL GmbH – DFB partnership
S.97 – European Leagues
S.98 – Vereinte Nationen
S.99 – Getty Images/Sebastian Widmann
S.100 – KickIn!
S.101 – Leuphana Universität Lüneburg

DFL Team Nachhaltigkeit

Marika Bernhard, **Leiterin**
Alexander Endres, **Junior Manager**
Christoph Müller, **Senior Manager**
Dr. Ben Weinberg, **Senior Manager**

E-Mail: Nachhaltigkeit@dfl.de

Impressum

Herausgeber
DFL Deutsche Fußball Liga GmbH
Guillettstraße 44–46
60325 Frankfurt am Main
Deutschland

Tel. +49 (0)69 – 65005 – 0
Fax +49 (0) 69 – 65005 – 555
E-Mail: info@dfl.de

HRB 52086 Frankfurt/Main, Germany
Umsatzsteuer-IdNr.: DE 215 956 338
Geschäftsführung: Dr. Marc Lenz, Dr. Steffen Merkel

Mitglied der DFL-Geschäftsleitung
(Kommunikation & Unternehmensentwicklung)
Philip Sagioglou

Direktor Unternehmenskommunikation
Tobias Kaufmann

Projektleitung
Alexander Endres

Projektteam
Marika Bernhard, Christopher Holschier, Christoph Müller,
Natalie Pozniak, Dr. Ben Weinberg

Gestaltung/Realisierung
Touchline Earth GmbH

Offizielle Partner der Bundesliga und 2. Bundesliga



Stand: 31.12.2025

**Offizielle Websites**

DFL: www.dfl.de

Bundesliga: www.bundesliga.de

#BundesligaWIRKT: www.bundesliga-wirkt.dfl.de

Soziale Medien

X: [@DFL_Official](#)

LinkedIn: DFL Deutsche Fußball Liga

Youtube: DFL