



VfL WOLFSBURG

FUSSBALL IST ALLES

# GEMEINSAM BEWEGEN

DER CSR-FORTSCHRITTSBERICHT DES VfL WOLFSBURG

2014



# VIEL BEWEGT

## ÜBER DIESEN BERICHT

Gesellschaftliche Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) für Mensch und Umwelt ist im Selbstverständnis des VfL Wolfsburg fest verankert. Der VfL möchte als verantwortungsvoller Akteur national und international eine führende Rolle im Profifußball einnehmen. Hierbei dient ihm die Nachhaltigkeits- beziehungsweise CSR-Berichterstattung als zentrales Kommunikationsinstrument. Zu den wichtigsten Adressaten gehören Fans, Mitarbeiter, Partner und Sponsoren des VfL sowie die Volkswagen AG. Außerdem richtet sie sich an Nichtregierungsorganisationen und Interessenverbände sowie Vertreter von Politik, Wissenschaft und Forschung.

Mit dem vorliegenden CSR-Fortschrittsbericht legt der VfL gegenüber seinen Anspruchsgruppen offen, welche Fortschritte er bei der Umsetzung seines 2012 verabschiedeten Nachhaltigkeitsprogramms bis Juli 2014 erreicht hat. Hierbei fokussiert er sich auf die wichtigsten Aktivitäten, Änderungen, Weiterentwicklungen, aber auch Schwachstellen im Umgang des VfL mit seiner gesellschaftlichen Verantwortung. Außerdem informiert er über seine Ziele für die kommende Berichtsperiode. Der daran anschließende CSR-Bericht wird 2016 wieder in der ausführlichen Langfassung erscheinen.

Der Berichtszeitraum erstreckt sich im Kern auf die Saisons 2012/2013 und 2013/2014; in Einzelfällen wurden, soweit vor Redaktionsschluss möglich, auch spätere Entwicklungen berücksichtigt. Sämtliche Inhalte beziehen sich auf die gesamte VfL Wolfsburg-Fußball GmbH. Der Bericht erscheint in deutscher und englischer Fassung.

Im Aufbau orientiert sich der Bericht an der Erstveröffentlichung des VfL-Nachhaltigkeitsberichts aus dem Jahr 2012. Diese Strukturgleichheit soll Transparenz schaffen und es den Lesern erleichtern, die Entwicklungsschritte des Vereins nachzuvollziehen.

Nach einleitenden Worten der Geschäftsführung und des Wolfsburger Oberbürgermeisters geht der Bericht auf das Kerngeschäft des VfL Wolfsburg ein – im Mittelpunkt der beachtli-

che sportliche Erfolg seiner beiden Bundesliga-Mannschaften. Die anschließenden fünf Hauptkapitel widmen sich den Aktivitäten in den wesentlichen CSR-Handlungsfeldern des Vereins: „Strategie und Management“, „Mitarbeiter“, „Ökologie“ und „Gesellschaft“ sowie „Fans und Mitglieder“. Hierbei wird der Fortschritt anhand von ausgewählten Highlights beschrieben. Pro Kapitel weist außerdem eine Übersicht auf die wesentlichen Meilensteine im Berichtszeitraum hin; ein Ausblick kündigt geplante Aktivitäten an. Die hierfür nötigen Informationen wurden durch Gespräche mit den jeweils verantwortlichen Mitarbeitern ermittelt.

Jede Kapiteleinleitung enthält eine Übersicht zu den 2012 veröffentlichten Zielen und dem aktuellen Stand ihrer Umsetzung. Der Verein hat seine CSR-Ziele 2014 den aktuellen Entwicklungen angepasst. Die neuen Ziele und die zur ihrer Umsetzung eingeleiteten Maßnahmen präsentiert er in einem aktualisierten CSR-Programm, das an die Hauptkapitel anschließt. Am Ende des Berichts folgt eine Übersicht wichtiger Kennzahlen aus dem Berichtszeitraum.

Um den Bericht möglichst lesbar zu gestalten, wurde zur Bezeichnung von Personengruppen durchgehend die maskuline Form gewählt, wobei diese Schreibweise ausdrücklich Männer und Frauen gleichermaßen einschließt.

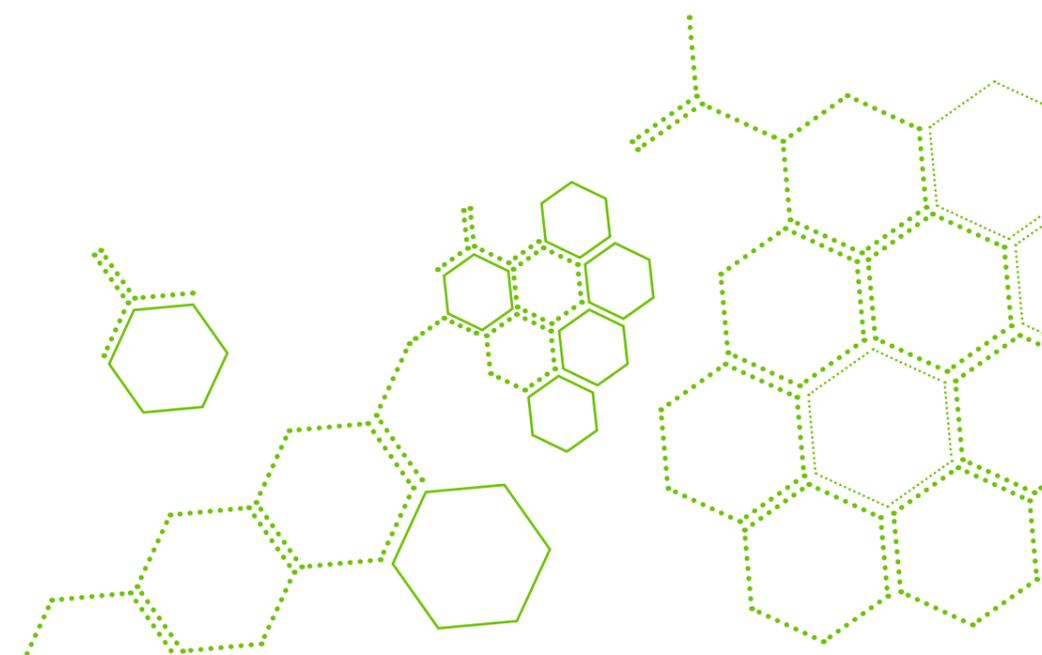
Der Fortschrittsbericht orientiert sich wie der Erstbericht an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) in der Fassung GRI 3.1 und des IÖW/future e.v. Aufgrund der Fokussierung auf die Fortschritte konnten jedoch hier nicht alle Indikatoren in gleichem Umfang angesprochen werden. Deshalb hat der VfL in diesem Fall auf eine Prüfung der Inhalte durch die GRI verzichtet.

Weiterführende Informationen und Neuigkeiten sind auf der Website des VfL Wolfsburg unter der Adresse [www.vfl-wolfsburg.de](http://www.vfl-wolfsburg.de) zu finden; Inhalte speziell zum Thema Nachhaltigkeit können auf [www.vfl-wolfsburg.de/soziales](http://www.vfl-wolfsburg.de/soziales) nachgelesen werden.

# INHALT



Grußwort von Klaus Mohrs, Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg	4
Vorwort von Thomas Röttgermann, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	5
Sportliche Entwicklung	6
<b>STRATEGIE UND MANAGEMENT</b>	<b>8</b>
Verantwortlich Führen	
<b>MITARBEITER</b>	<b>12</b>
Gemeinschaft leben	
<b>ÖKOLOGIE</b>	<b>16</b>
Grün an den Ball bringen	
<b>GESELLSCHAFT</b>	<b>20</b>
Partnerschaftlich handeln	
<b>FANS</b>	<b>24</b>
Begeisterung teilen	
<b>PROGRAMM</b>	<b>28</b>
<b>ERFOLGE IN ZAHLEN</b>	<b>30</b>
<b>IMPRESSUM</b>	<b>31</b>



# DER VfL BEWEGT DIE MENSCHEN IN DER REGION

WOLFSBURGS OBERBÜRGERMEISTER KLAUS MOHRS ÜBER DIE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES FUSSBALLS.

Fußball begeistert. Während der Weltmeisterschaft in Brasilien haben wir einmal mehr gespürt, welche starke Emotionen dieser Sport weckt und wie er Menschen verbindet – bei Niederlagen genauso wie bei Erfolgen. Auch Wolfsburg fiebert stets mit den Fußballerinnen und Fußballern mit und konnte in den vergangenen Spielzeiten mit den Nationalmannschaften genauso wie mit dem VfL Wolfsburg viele schöne Momente und Siege feiern.

Die Vereine, Profi-Spielerinnen und -Spieler, Trainerinnen und Trainer und auch die Manager sind Vorbilder für kleine und große Sportbegeisterte. Deshalb freue ich mich, dass der VfL Wolfsburg nicht nur sein Bestes tut, um ihnen sportliche Erfolge zu liefern, sondern ebenso darüber hinaus Verantwortung übernimmt. Auch wenn der Profifußball oft im Vordergrund zu stehen scheint, gibt es viele weitere Bereiche, in denen der VfL die Menschen in der Region bewegt. Mit seinen Aktivitäten und vielen innovativen Projekten setzt er sich für Gesellschaft und Umwelt ein. Unter dem Motto „Gemeinsam bewegen“ engagiert er sich gemeinsam mit Partnern in den Bereichen Bildung, Integration und Gesundheit. Darüber hinaus möchte der VfL bis Ende der Saison 2017/2018 seine CO<sub>2</sub>-Emissionen um 25 Prozent sen-

ken. Im Fortschrittsbericht wird deutlich, dass der VfL Wolfsburg nach der Saison 2012/2013 sowie der Saison 2013/2014 seinen Zielen ein gutes Stück näher gerückt ist, das Engagement jedoch auf keinen Fall nachlassen darf.

Die Fans sind Teil des Vereins und deshalb sollten auch wir alle zum bewussten Umgang mit unserer Umwelt genauso wie zum fairen Umgang mit unseren Mitmenschen beitragen. Manchmal kann das ganz einfach sein. So haben wir bei dem „Gemeinsam bewegen“-Aktionstag gezeigt, wie viel Freude eine Radtour zum Stadion machen kann. Informieren Sie sich in diesem Bericht, was der VfL für Sie und Ihre Umwelt tut und wie auch Sie sich an einer nachhaltigen Entwicklung beteiligen können!

Im Namen von Rat und Verwaltung der Stadt Wolfsburg sowie aller Wolfsburgerinnen und Wolfsburger danke ich dem VfL Wolfsburg herzlich für das gute Zusammenspiel im Einsatz für ein zukunftsgerichtetes lebendiges Wolfsburg. Ich freue mich auf viele weitere Erfolge im sport-

lichen wie auch im sozialen und ökologischen Bereich und werde den Sportlerinnen und Sportlern auch bei kommenden Wettkämpfen kräftig die Daumen drücken.

**Ihr Klaus Mohrs,**  
Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg



# INTERNATIONAL ERFOLGREICH UND REGIONAL VERANKERT

THOMAS RÖTTGERMANN, GESCHÄFTSFÜHRER DER VfL WOLFSBURG-FUSSBALL GMBH, ÜBER ERFOLG UND VERANTWORTUNG DES KLUBS.

Der VfL macht permanent Fortschritte – und zwar in vielen Arenen: Nach den VfL-Frauen spielt jetzt auch die Bundesliga-Mannschaft auf internationalem Rasen. Mit der Qualifizierung für die Europa League haben wir die Chance, noch mehr attraktive Begegnungen nach Wolfsburg zu holen, unsere Medienpräsenz und Fanbindung zu stärken und neue Partner und Sponsoren auf uns aufmerksam zu machen. Gleichzeitig nähern wir uns damit unserem übergeordneten Ziel, Fußball so ganzheitlich zu unternehmen, dass wir uns langfristig an der internationalen Spitze etablieren.

Der Erfolg steigert unsere Wirtschaftskraft und macht uns zum Vorbild. Dies befähigt uns auch, unsere gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen (CSR) noch besser zu erfüllen und dabei möglichst viele Menschen einzubeziehen. So halfen wir an unserem ersten Freiwilligen-Tag gemeinschaftlich mit Spielern, Spielerinnen und Geschäftsstellenmitarbeitern, den Platz der TSG Calbe nach dem Saalehochwasser wieder beispielbar zu machen. Darüber hinaus haben wir CSR-Ziele in die Zielvereinbarungen unserer Mitarbeiter und Geschäftsführer aufgenommen, um zusammen für noch mehr Nachhaltigkeit beim VfL zu sorgen. Auch als Veranstalter denken wir im Sinne der Gemeinschaft. So bekennen wir uns nach wie vor zu günstigen, für Menschen aus al-

len Bevölkerungsgruppen bezahlbaren Ticketpreisen.

Unser gesellschaftliches Engagement bündeln wir in der Initiative „Gemeinsam bewegen“ – was weit über die Region hinaus wahrgenommen wird. Beispielsweise ließ sich die vormalige Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen zeigen, wie Schüler mit dem VfL-Wiki arbeiten.

Auch auf internationaler Ebene steht der VfL unter dem Motto „Wolfsburg United“ für mehr Zusammenhalt und Austausch. So veranstalteten wir unter anderem ein Trainingslager der VfL-Fußballschule in Mexiko. Außerdem hatten wir Fußballschüler aus China bei uns zu Gast; Anlass für den chinesischen Staatschef Xi Jinping, sich deren Begegnung mit unserer Jugendmannschaft auf dem Berliner Olympiastadion anzuschauen. Als einziger deutscher Verein sind wir darüber hinaus Gründungsmitglied des „European Football for Development Network“ (EFDN).

Zu unserem Selbstverständnis als Vorbild im Bereich CSR gehören Transparenz und Dialog. Dieser Fortschrittsbericht soll einen Beitrag dazu

leisten. Wir laden Sie herzlich ein, ihn kritisch zu lesen und uns dazu Ihre Meinung mitzuteilen. Ich bin gespannt darauf.

**Ihr Thomas Röttgermann,**  
Geschäftsführer der  
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH





Ein starkes Team in grün-weiß: Die Bundesliga-Mannschaft des VfL Wolfsburg spielte 2013/14 die zweitbeste Saison seit dem Aufstieg in die 1. Liga vor 17 Jahren und qualifizierte sich für die Europa League.

## SPORTLICHE ENTWICKLUNG

Der sportliche Erfolg ist zentraler Pfeiler der CSR-Strategie des VfL Wolfsburg. Mit ihm schafft der Verein die wirtschaftliche Grundlage für sein gesellschaftliches Engagement. Höchstleistungen im Sport bringen ihm außerdem die Anerkennung, die er benötigt, um als Vorbild Impulse in die Gesellschaft hineinzutragen. Die Bundesliga-Mannschaft ist und bleibt das bundesweite Aushängeschild des VfL und der gesamten Region. Mit der Rückkehr auf die internationale Fußballbühne und einer starken Bundesliga-Saison 2013/2014 hat der VfL an Strahlkraft hinzugewonnen. Aber nicht allein die männlichen Bundesliga-Stars in Grün und Weiß wissen zu begeistern. Seit der Saison 2012/2013 spielen die Frauen des VfL mit größtem Erfolg auf internationalem Rasen und gewannen fünf von sechs möglichen Titeln – eine imposante Gesamtleistung. Die U19 und die U23 spielten in ihren Ligen während des Berichts-

zeitraums ebenfalls sehr erfolgreich und errangen jeweils einen Meistertitel.

### WÖLFE ERNEUT FÜR EUROPA QUALIFIZIERT

Nach der sportlichen Neuausrichtung Ende 2012 mit Klaus Allofs als neuem Geschäftsführer Sport und Dieter Hecking als Cheftrainer arbeitete sich die Bundesliga-Mannschaft kontinuierlich weiter nach oben, in Richtung internationaler Wettbewerb. Das erste Zwischenergebnis: ein ansehnlicher Platz elf in der Saison 2012/2013. In Saisonhälfte zwei hatte der VfL den Platz nur dreimal als Verlierer verlassen, in den letzten zehn Begegnungen war er in Folge unbesiegt geblieben.

In der Saison 2013/2014 setzte der VfL diesen Aufwärtstrend fort. Gekrönt von einem Heimsieg gegen Borussia Mönchengladbach am letzten Spieltag schafften es

die Wölfe mit der zweitbesten Saison in 17 Jahren Bundesliga-Zugehörigkeit auf Tabellenplatz fünf und qualifizierten sich damit für die kommende Europapokalrunde. Erstmals seit dem Meistertitel 2009 spielt der VfL Wolfsburg damit wieder in einem internationalen Wettbewerb.

Darüber hinaus zog der VfL im Berichtszeitraum auch zweimal ins Halbfinale des DFB-Pokals ein und gewann mit diesen starken Leistungen deutschlandweit Sympathien und Renommee hinzu. Insgesamt verzeichnet der VfL Wolfsburg einen deutlichen Aufwärtstrend. Dies belegen die Verkaufszahlen für Jahres- und Einzelkarten, der hervorragende Absatz von Merchandisingprodukten und der große Fanzuspruch allerorten, wo immer die Grün-Weißen auftauchen.

### REKORDREGEN IM FRAUENFUSSBALL

In den vergangenen beiden Spielzeiten legte die VfL-Frauenmannschaft eine beispiellose Erfolgsserie hin. Zuvor noch ohne Titel in der Meisterklasse, absolvierten die Wölfinnen zunächst eine glanzvolle Bundesliga-Saison 2012/2013. Bereits elf Tage vor dem letzten Spieltag war

Die Frauenmannschaft des VfL Wolfsburg schrieb in den vergangenen zwei Spielzeiten eine begeisternde Erfolgsgeschichte: 2013 schaffte sie mit der Deutschen Meisterschaft und den Siegen im DFB-Pokal und in der Champions League das Triple, den Titel in der Bundesliga und im europäischen Wettbewerb konnte sie 2014 verteidigen.



**Erfolgreiche Nachwuchsarbeit:** Die U19 wurde 2013 Deutscher Meister und erreichte 2014 das Halbfinale. In diesem Jahr holte sich die U23 die Meisterschale in der neu strukturierten Regionalliga.

ihnen die Deutsche Meisterschaft nicht mehr zu nehmen. Niemand ahnte zu diesem Zeitpunkt, dass die von Ralf Kellermann trainierte Elf auch den DFB-Pokal und die UEFA Women's Champions League-Trophäe gewinnen und damit auf Anhieb als erste deutsche Fußballmannschaft überhaupt das Triple perfekt machen würde.

Ein Jahr später wurde deutlich, dass die Wölfinnen zu Recht zu den besten Mannschaften Europas zählen: Der Frauen-Bundesliga-Mannschaft des VfL gelang es – wiederum als erstem Team aus Deutschland –, ihren Champions League-Titel zu verteidigen. Auch die Meister-

schale konnten die Frauen erneut mit in die neue Saison nehmen. Allerdings blieb es bis zum letzten Moment spannend: Die entscheidende Begegnung gegen den direkten Konkurrenten 1. FFC Frankfurt fand am letzten Spieltag statt. Erst kurz vor dem Schlusspfiff fiel das erlösende 2:1. Und noch ein Rekord: Das Spiel war mit 12.464 Zuschauern im voll besetzten VfL-Stadion am Elsterweg die bestbesuchte Begegnung in der Geschichte der Frauen-Bundesliga.

### U19 JUNIOREN- UND U23 NORDMEISTER

Am 23. Juni 2013 wurde die U19 zum zweiten Mal nach 2011 Deutscher Meister. Das Endspiel fand in der Rostocker DKB-Arena vor einer Rekordkulisse von 18.500 Zuschauern statt. In einer spannenden Begegnung besiegten die VfL-Junioren den FC Hansa Rostock nach Verlängerung mit 3:1. Sie qualifizierten sich hiermit für die Meisterschaft 2013/2014, bei der sie allerdings im Halbfinale verloren. Die U23 des VfL spielte in der vom Deutschen Fußball-Bund neu strukturierten Regionalliga in der Staffel Nord ebenfalls eine gute Saison 2012/2013 und holte 2014 sogar die Meisterschale.

### MEILENSTEINE

Wiedereinzug der Bundesliga-Mannschaft in den internationalen Wettbewerb 2014

Bundesliga-Mannschaft erreicht sowohl 2013 als auch 2014 das DFB-Pokal-Halbfinale

Champions League-Titel für Frauenmannschaft 2013 und 2014

Deutsche Meisterschaft für Frauenmannschaft 2013 und 2014

DFB-Pokal 2013 für VfL-Frauen

Meisterschale der Regionalliga Nord für die U23 des VfL

U19 wird zum zweiten Mal Deutscher Meister (3. Juni 2013)

### AUSBLICK

Mit der Bundesliga-Mannschaft hat es sich der VfL zum Ziel gesetzt, sich langfristig im internationalen Fußballgeschäft zu etablieren. Hierfür plant er Investitionen nicht nur in die Spitze, sondern auch in die Breite des Kaders. Diese Strategie setzt bereits bei den Juniorenmannschaften an. Mit dem neuen VfL-Center und dem Frauen-beziehungsweise U23-Stadion beginnt hier eine neue Ära in der Nachwuchs- und Spitzenförderung.



# VERANTWORTLICH FÜHREN

Verantwortungsvolle Führung ist der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg – sportlich wie wirtschaftlich. Die Forsa-Umfrage vom Mai 2014 belegt das starke gesellschaftliche Interesse an strategischen Führungsthemen: 78 Prozent der Befragten erwarten von einem Fußballverein, dass er Kooperationen mit Partnern eingeht. 74 Prozent wollen, dass Fußballvereine die Öffentlichkeit über sich und ihr Handeln informieren. In Übereinstimmung mit diesen Erwartungen sorgt der VfL Wolfsburg mit seinem CSR-Bericht für Transparenz und stellt unter dem Motto „Gemeinsam bewegen“ die partnerschaftliche Zusammenarbeit in den Mittelpunkt seines Handelns.

Im Februar 2013 veröffentlichte der VfL Wolfsburg seinen ersten CSR- beziehungsweise Nachhaltigkeitsbericht und sorgte damit für eine Weltpremiere: Als erster Fußballclub überhaupt erfüllt der VfL mit seiner Berichterstattung die Anforderungen der Global Reporting Initiative (GRI). Der Verein bekennt sich in dem Bericht zu einer kontinuierlichen Verbesserung seiner sozialen, ökonomischen und ökologischen Leistung und vermittelt der fußballinteressierten Öffentlichkeit und seinen Mitarbeitern die zentralen Nachhaltigkeitswerte.



Michael Winter (Stakeholder Reporting) sowie Thomas Röttgermann, Dieter Hecking, Klaus Allofs und Wolfgang Hotze stellen 2013 den ersten Nachhaltigkeitsbericht des VfL Wolfsburg vor.

## CSR-BERICHT ALS IMPULSGEBER FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Die Präsentation des Berichts erfolgte durch die Geschäftsführer Wolfgang Hotze, Thomas Röttgermann und Klaus Allofs auf einer Mitarbeiterversammlung. Anschließend wurden die Berichte an die Mitarbeiter verteilt. Die Veranstaltung wurde zu einem Highlight der Nachhaltigkeitskommunikation, die beim VfL außerordentlich breit angelegt ist: Nachhaltigkeitsaspekte stehen regelmäßig auf der Agenda der Bereichsleitersitzungen und werden unter anderem in Mitteilungen und Aushängen des VfL angesprochen.

Der Bericht dient jedoch nicht nur als Kommunikationsinstrument. Bereits die Berichterstellung trug dazu bei, beim VfL Wolfsburg das Bewusstsein für Nachhaltigkeit weiter zu schärfen. Es wurden dadurch Lernprozesse in den verschiedenen Verantwortungsbereichen und interne Dialoge angestoßen. Diese Impulse helfen dem Verein bei seinem Ziel, von innen heraus kontinuierlich nachhaltiger und erfolgreicher zu werden. „Mancher Liga-Club betrachtet Nachhaltigkeit immer noch als Kostenfaktor. Wir sehen es umgekehrt“, erklärt Thomas

Röttgermann, Geschäftsführer des VfL Wolfsburg. „Es lohnt sich, in soziale und ökologische Verantwortung zu investieren. Denn Verantwortung ist die Grundlage für Vertrauen, Teamgeist und Erfolg – sportlich wie wirtschaftlich.“

In der Öffentlichkeit stieß der Nachhaltigkeitsbericht auf große Resonanz. Im Oktober 2013 erhielt der VfL für seine Berichterstattung auf dem Netzwerk21 Kongress den Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreis „Zeitzeichen“ in der Kategorie Unternehmen.

## STRATEGIE UND MANAGEMENT

CSR-ZIEL 2012	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Ausbau und Etablierung der Qualitätssicherung im Bereich Merchandising		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Externe Prüfung kritischer Produkte im Bereich Merchandising</li> <li>- Der Verein trägt seiner Verantwortung für die Lieferkette bisher nur in Einzelfällen Rechnung.</li> </ul>
(Langfristige) Umstellung von 10 % der Merchandising-Produkte auf Fair-Trade-Produkte		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einführung von zertifizierten Fair-Trade-Schokolade-Produkten</li> <li>- Für die Saison 14/15 konnte kein Heimtrikot aus nachhaltig produzierten Materialien beschafft werden.</li> </ul>
Einführung eines Datenmanagements für Non-Financials (Papier, Emissionen, Wasser etc.)		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einführung einer Softwarelösung zum Datenmanagement vorbereitet</li> <li>+ Vertragsverhandlungen mit einem Anbieter für ein Datenmanagementsystem im Bereich Non-Financials erfolgreich abgeschlossen</li> <li>- Das Datenmanagement der Betriebsbereiche Geschäftsstelle, Volkswagen Arena, Stadion Elsterweg wurde nicht zusammengeführt.</li> </ul>
Popularitätswert des Vereins steigern		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Herausgabe eines „Handbuch Marke“ als Leitlinie für den einheitlichen Umgang mit der Marke „VfL Wolfsburg“. Dort steht Nachhaltigkeit an erster Stelle.</li> <li>+ Vorstellung und Implementierung der Markenwerte des Vereins im Rahmen eines Markenevents</li> <li>+ Kommunikation des Markenthemas über die VfL-Homepage</li> </ul>

Nico Briskorn (2. von links), Leiter Corporate Social Responsibility beim VfL Wolfsburg, konnte im Herbst den Deutschen Lokalen Nachhaltigkeitspreis „ZeitzeiChEN“ in der Kategorie Unternehmen entgegennehmen.



Der chinesische Staatspräsident Xi Jinping und Martin Winterkorn, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, beim „Wolfsburg United“-Spiel in Berlin.

## AUSZEICHNUNGEN FÜR NACHHALTIGES HANDELN

Der VfL erhielt im Berichtszeitraum mehrere Auszeichnungen für sein Nachhaltigkeitsengagement. Eine besondere Bedeutung hat hierbei das CSR-Siegel, das unter anderem vom Wirtschaftsförderverein Pro Hannover Region vergeben wird. Der Preis würdigt sozial und ökologisch verantwortungsvolles Handeln von Unternehmen. Mit der Vergabe an den VfL Wolfsburg wurde vor allem dessen kontinuierliches und koordiniertes Bemühen um eine nachhaltige Entwicklung anerkannt. Diese Merkmale charakterisieren auch die Initiative „Gemeinsam bewegen“. Unter ihrem Dach unterstützt der Verein vielfältige gesellschaftlich bedeutsame Projekte in ausgewählten kerngeschäftsnahen Themenfeldern. Eine Regionalstudie der EBS Universität für Wirtschaft und Recht aus dem Jahr 2014 belegt darüber hinaus, dass das Nachhaltigkeitsengagement des VfL auch bei seinen Fans angekommen ist: 87,3 Prozent sehen ihren Verein bezüglich des sozialen Engagements klar unter den Top Five der Bundesligisten.

## „GEMEINSAM BEWEGEN“ ZUM WOHL DER GESELLSCHAFT

In der Saison 2012/2013 investierte der VfL im Rahmen von „Gemeinsam bewegen“ knapp 1,3 Millionen Euro in sozi-

ale und gesellschaftliche Projekte. Mit eingerechnet sind hierbei die Kosten für Freikarten, kostenlos zur Verfügung gestellte Werbeflächen und Räumlichkeiten sowie Projekte mit Partnern des VfL. Insgesamt erreichte der VfL über die Initiative bislang rund 100.000 Menschen. Weitere Ausgaben im Bereich CSR entfallen unter anderem auf Umweltengagements und Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit von Kindern und Jugendlichen durch Bewegung wie das Gesundheitsabenteuer „Muuvit“.

Ligaweit nimmt der VfL Wolfsburg damit den Spitzenplatz ein: Laut einer Studie der Bundesliga-Stiftung aus dem Jahr 2013 investierten nur drei weitere Clubs der Bundesliga jährlich mehr als eine Million Euro in soziale und gesellschaftliche Projekte.

## VIELE KANÄLE FÜR DEN STAKEHOLDER-DIALOG GENUTZT

Neben der breiten Kommunikation des Claims „Gemeinsam bewegen“ unter anderem auf dem Trikotärmel der Profispieler nutzt der VfL verschiedene Instrumente zum gezielten Dialog mit Interessengruppen (Stakeholdern). Er beteiligte sich innerhalb des Berichtszeitraums an einer wissenschaftlichen Publikation zum Thema „CSR und Sportmanagement“. VfL-Verantwortliche hielten zudem zahlreiche Vorträ-

ge auf wissenschaftlichen Konferenzen und Treffen von Nachhaltigkeitsexperten. Von überregionaler Bedeutung war die Präsenz des VfL mit einem Ausstellungsstand auf dem CSR-Forum 2014 in Stuttgart. Im Rahmen des Vortragsprogramms informierte hier Nico Briskorn, Leiter Corporate Social Responsibility, die Besucher über CSR-Kommunikation am Beispiel des VfL Wolfsburg.

## NACHHALTIGES MARKENBILD DES VfL

Im April 2014 gab der VfL Wolfsburg mit dem „Handbuch Marke“ erstmals Leitlinien für den einheitlichen Umgang mit der eigenen Marke heraus. Es dient sowohl der internen wie der externen Kommunikation und gewährleistet hierbei die Identität und die Werte des Vereins. An vorderster Stelle steht darin folgendes Bekenntnis zur Nachhaltigkeit: „Nachhaltig erfolgreich. Wir sind nicht auf kurzfristige Erfolge und Partnerschaften ausgerichtet. Sie sollen vielmehr aus gesundem Wachstum entstehen. In unserer täglichen Arbeit achten wir darauf, Umweltressourcen zu schonen.“

Die im Markenhandbuch des VfL Wolfsburg fixierten Werte wurden den Mitarbeitern im Rahmen eines Markenevents am Beispiel der Kollektion Wolf's Up (s. S. 19) vorgestellt. Die Modekollektion des Berliner Labels „Frau Wagner“ be-

ruht auf dem Prinzip des Upcyclings. Basis des Designs sind ausgediente Trikots der Wolfsburger Lizenzspieler.

## INTERNATIONALES ENGAGEMENT WÄCHST

Der VfL Wolfsburg betreibt seit Beginn der Saison 2012/2013 mit „Wolfsburg United“ ein bis dato weltweit einzigartiges Socialsponsoring-Projekt im Fußballbusiness. Hierbei verbindet der Verein weltweit aktive Sponsoren auf einzigartige Weise mit der attraktiven Werbeplattform Fußball-Bundesliga und dem internationalen Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen UNICEF. Seit Saisonbeginn 2012/2013 vermarktet er hierfür eine extra installierte Bande am Spielfeldrand vor den Trainerbänken. Einen Teil der Einnahmen – innerhalb von zwei Jahren rund 250.000 Euro – leitet er an UNICEF weiter. Hierdurch wurden bislang unter anderem ein Projekt zur Integration von behinderten Kindern und Jugendlichen in Brasilien sowie die Kampagne „Schulen für Asien“ in China gefördert.

## „ES LOHNT SICH, IN SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG ZU INVESTIEREN.“

Thomas Röttgermann,  
Geschäftsführer des VfL Wolfsburg

Vorläufiger Höhepunkt von „Wolfsburg United“ war ein deutsch-chinesisches Jugendfußballspiel im März 2014 auf dem Berliner Olympiagelände. Unter den Zuschauern: Xi Jinping, der chinesische Staatspräsident, sowie der Vorstandsvorsitzende der Volkswagen AG, Martin Winterkorn und der Präsident der Volkswagen Group China.

Für Internationalisierung im Zeichen von CSR steht auch das „European Football for Development Network“ (EFDN). An der Gründung des Netzwerks für Fußballclubs in Europa, die sich gesellschaftlich enga-

gieren, hat sich der VfL Wolfsburg als einziger Verein aus Deutschland beteiligt. Weitere Mitglieder sind unter anderem Arsenal FC, Fulham FC, Tottenham Hotspur und Feyenoord Rotterdam. Das Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, Fachwissen auszutauschen und gemeinsame CSR-Projekte umzusetzen. Zu den Arbeitsschwerpunkten des Netzwerks gehören außerdem eine gemeinsame Bewerbung um europäische Fördergelder sowie die Einrichtung einer EFDN-Plattform im Internet und eines Preises für die besten CSR-Vereinsprojekte. Das erste offizielle EFDN-Meeting fand am 23. April 2014 in Rotterdam statt. In seinem Mittelpunkt standen das Selbstverständnis des Netzwerks und die sozialen Aktivitäten der Clubs. Das nächste Treffen ist für September 2014 geplant.

## BEGEGNUNGEN UND DIALOGE WELTWEIT

Auch die VfL-Fußballschule sucht den internationalen Austausch. Am 22. April 2014 besuchte Roy Präger zusammen mit dem Team der VfL-Fußballschule den mexikanischen Club Balvenera V-fútbol in Santiago de Querétaro. Gemeinsam mit den Fußballverantwortlichen des Clubs organisierten sie vor Ort ein Trainingscamp. Im Juli 2014 veranstaltete Präger außerdem einen Kurs der Fußballschule im Schweizer Trainingslager der VfL-Profis in Bad Ragaz. Daran beteiligten sich etwa 30 fußballbegeisterte Kinder aus der Nachbarschaft des Trainingslagers.

Darüber hinaus empfangen der Leiter CSR und der Sportliche Leiter des Nachwuchsleistungszentrums im Mai 2014 eine Delegation mehrerer Partnerorganisationen aus Südafrika im Rahmen des Austauschprogramms „Breitensport“. Zum Austauschprogramm gehörten Treffen mit hochrangigen Sportmanagern, politischen Entscheidungsträgern und Trainern sowie Vertretern von NGOs und Sportverbänden.

## MEILENSTEINE

Upcycling-Modekollektion „Wolf's Up“

Integration von Nachhaltigkeitszielen in die Zielvereinbarungsgespräche der Mitarbeiter ab Saisonbeginn 2013/14

Beauftragung einer Forsa-Umfrage zum gesellschaftlichen Engagement von Vereinen der Fußballbundesliga (März 2014)

Bekanntmachung und Veröffentlichung von Verhaltensgrundsätzen und den Leitfäden Anti-Korruption und Kartellrecht sowie Schulungen und Verteilung von Schulungsmaterial durch den Compliance Officer

2. Vollversammlung der CSR-Verantwortlichen der Bundesliga-Vereine in Wolfsburg (November 2013)

Markenevent zur Wertevermittlung an alle Mitarbeiter (02.04.2014)

## AUSBLICK

Zum Ende des Jahres 2014 plant der VfL Wolfsburg die Ausrichtung eines Nachhaltigkeitstags mit Partnerunternehmen und externen Experten, um sein CSR-Engagement vorzustellen und einen gegenseitigen Erfahrungsaustausch anzuregen.



# GEMEINSCHAFT LEBEN

Für die Spieler, Trainer und Verwaltungskräfte des VfL Wolfsburg bedeutet CSR nicht nur faire Arbeitsbedingungen und langfristig gesicherte Perspektiven. Sie haben es zugleich in der Hand, den Verein und die Region, für die er steht, zukunftsfähig zu machen. Als einziger Bundesliga-Verein mit organisierter Mitarbeitervertretung stellt der VfL Wolfsburg seine Beschäftigten deshalb in den Mittelpunkt seines gesellschaftlichen Engagements. Auch mit seinem Corporate-Volunteering-Engagement wird der Verein erneut seiner CSR-Vorreiterrolle gerecht.

Als Auftakt für sein künftiges Corporate-Volunteering-Programm startete der VfL Wolfsburg am 18. September 2013 einen ersten Freiwilligen-Tag. Anlass war das Juni-Hochwasser der Elbe und anderer Flüsse Mitteleuropas.



## FREIWILLIG ANPACKEN FÜRS WIR-GEFÜHL

Viele Menschen hatten ihr Zuhause und ihre wirtschaftliche Existenz verloren. Südlich von Magdeburg waren außerdem die Spielstätten der TSG Calbe zerstört worden. Spieler und Spielerinnen, Trainer, Manager und Mitarbeiter der Geschäftsstelle des VfL packten gemeinsam an, um die Plätze des Vereins wieder bespielbar zu machen. Mit dabei die Geschäftsführer Klaus Allofs, Wolfgang Hotze und Thomas Röttgermann. Auch die Cheftrainer und sämtliche Lizenzspieler des VfL traten an, um das Gelände der TSG wiederherzurich-

**„ES IST WICHTIG, DASS WIR AUCH MAL ALLE GEMEINSAM ETWAS MACHEN.“**

Dieter Hecking, Cheftrainer des VfL Wolfsburg



ten. Cheftrainer Dieter Hecking erklärt, warum das freiwillige Engagement auch für die Profifußballer eine willkommene Abwechslung darstellte: „Es ist wichtig, dass wir auch mal alle gemeinsam etwas machen. Wir leben als Profifußballer auf der Sonnenseite. Für manchen ist es wie eine Rückblende in die eigene Jugend, in der er noch selbst mit anpacken muss-

te. Ich finde, es kann nicht schaden, sich hin und wieder zurückzubesinnen. Gut, wenn man das mit einer solchen Aktion erreichen kann.“

Die Aktion unter dem Dach der „Gemeinsam bewegen“-Initiative fand großen Anklang bei allen Beteiligten. Es ist und bleibt eben etwas ganz Besonderes, wenn Ver-

MITARBEITER		
ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Einbeziehung von Nachhaltigkeitszielen in Zielvereinbarungen für Geschäftsführung und Mitarbeiter	👍	+ Definition und Integration neuer Nachhaltigkeitsziele in die Zielvereinbarungen von Geschäftsführern und Mitarbeiter
Ausbau der Berufsausbildung für Spieler	👍	+ Aktive Unterstützung von Auszubildenden bei ihren Prüfungen durch Vorbereitungskurse + Anstellung von ehemaligen Profispielern in der Geschäftsstelle bzw. Fußballschule des VfL
Förderung von sportlichen und gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter	👍	+ Ausrichtung des ersten VfL-Gesundheitstags + Neue Organisationsanweisungen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Einführung neuer Arbeitsschutz-Leitlinien
Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter ausweiten	👎	+ Ausweitung des Angebots individueller, persönlich verabredeter Weiterbildungsmöglichkeiten - Es wurden keine Weiterbildungsmaßnahmen speziell im Bereich Nachhaltigkeit angeboten.
Einführung eines Corporate-Volunteering-Programms	👎	+ Durchführung eines ersten, gemeinsamen Freiwilligen-Tages + Ausarbeitung/Entwicklung eines Konzepts für ein Corporate-Volunteering-Programm - Ein Corporate-Volunteering-Programm wurde noch nicht eingeführt.

waltungsmitarbeiter mit den Spielern gemeinsam etwas bewegen können.

### „GEMEINSAM BEWEGEN“ SORGT AUCH INTERN FÜR GESUNDEN SCHWUNG

Der VfL Wolfsburg macht seine Mitarbeiter mobil – für ihre Gesundheit, für Umwelt und gute Zwecke. Der Verein ist in diesem Sektor ligaweit vorbildlich. Am 27. April 2014 veranstaltete der VfL anlässlich des Heimspiels gegen Borussia Dortmund einen CSR-Aktionstag „Gemeinsam bewegen“ rund um das Fahrradfahren. Fans und Zuschauer waren aufgerufen, das Auto zu Hause zu lassen und stattdessen mit dem Fahrrad ins Stadion zu kommen. An der medial breit angekündigten Fahrradaktion nahmen auch Mitarbeiter der Geschäftsstelle sowie Geschäftsführer Sport, Klaus Allofs, und der Trainerstab um Chefcoach Dieter Hecking teil.

Auf dem ersten VfL-Gesundheitstag am 25. Juni 2014 stand, neben Hautschutz und Ergonomie im Büro, gesunde Ernährung auf dem Programm. Bei den Mitarbeitern traf der Gesundheitstag durchweg auf positive Resonanz. Dies führte dazu, dass sich die Kollegen auf die gemeinsame Umsetzung einzelner vorgeschlagene

Der Fanbaufragte Holger Ballwanz und Fabian Wohlgemuth, Leiter des VfL-Nachwuchsleistungszentrums, (1. und 2. von rechts) bei der Podiumsdiskussion zum Theaterstück „Aus der Traum“, das sich mit dem Fußball als Beispiel für große Träume beschäftigt, die Gefahr laufen, wieder zu zerplatzen.



ner gesundheitsförderlicher Maßnahmen verständigten.

Für mehr Spaß an der Bewegung bietet der Verein seinen Beschäftigten außerdem Schulungen in Schwimmtechniken an und fördert den traditionellen Geschäftsstellen-Kick am Mittwoch.

„Gemeinsam bewegen“ schließt auch das Engagement der VfL-Mitarbeiter für andere ein: So ließen sich Mitglieder des Trainingsstabs und 15 Spieler im Februar 2013 beispielsweise als potenzielle Knochenmarkspender typisieren. Der Verein stellte der Deutschen Knochenmarkspenderdatei gGmbH (DKMS) hierfür die Gästekabine zur Verfügung. Für den 4. September 2014 wurde darüber hinaus erstmals eine Blutspendenaktion mit dem Deutschen Roten Kreuz (DRK) angekündigt.

### ARBEITS- UND GESUNDHEITSSCHUTZ NEU ORGANISIERT

Seit November 2013 gelten beim VfL Wolfsburg neue Arbeitsschutz-Leitlinien. Die Führungskräfte wurden für deren Umsetzung entsprechend geschult. Auch die Organisationsanweisungen und Verantwortlichkeiten im Arbeits- und Gesundheitsschutz wurden überarbeitet. Honoriert wurden die Anstrengungen

des Vereins mit dem Arbeitsschutzpreis 2014 der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) in Bronze in der Kategorie „Präventionspreis Sport“. Der VfL sieht sich dadurch gewürdigt und zugleich angespornt, im Arbeitsschutz noch besser zu werden.

### ES GIBT EIN LEBEN NEBEN DEM SPORT

Der VfL Wolfsburg will seinen Spielern auch nach der Fußballkarriere eine berufliche Zukunft sichern. Deshalb ist die Schul- und Berufsausbildung seiner Nachwuchsspieler für den VfL ein zentrales Anliegen: 42 VfL-Nachwuchsakteure besuchten im Frühjahr 2014 die Offene Ganztagschule. Dies sind etwa 45 Prozent aller Nachwuchsspieler aus den Bereichen U19 und U14. Sechs Spieler besuchten zum gleich-



**1.298 KRANKHEITSTAGE**  
im Jahr 2013 – mit und  
ohne Lohnfortzahlung



Das entspricht 8,2 Tagen pro  
Arbeitnehmer. Der Durchschnitt  
liegt bundesweit bei 11,5 Tagen.\*

### 138 TAGE AUS- UND WEITERBILDUNGEN

im Jahr 2013 – Gesamtdauer  
der Weiterbildungsmaßnahmen



chen Zeitpunkt das Ratsgymnasium und sechs Mitglieder der Junioren- und Frauenmannschaften befanden sich in einer Berufsausbildung an der Geschäftsstelle des VfL Wolfsburg. Weitere Nachwuchsspieler absolvieren eine Ausbildung bei anderen Wirtschaftsbetrieben der Region. Um die Berufsschüler vor Prüfungen zu unterstützen, bietet der VfL ihnen gezielte Vorbereitungskurse an.

## „JUNGE TALENTE BRAUCHEN EINE UMFASSENDE FÖRDERUNG UND BETREUUNG – AUCH ABSEITS DES PLATZES.“

Fabian Wohlgemuth, Leiter Nachwuchsleistungszentrum des VfL Wolfsburg

Für die Profis des VfL besteht außerdem die Möglichkeit, am Ende ihrer Spielerkarriere eine Beschäftigung in der Geschäftsstelle, in der Fußballschule oder bei den Partnern des VfL zu finden. Am 1. April 2013 wurde beispielsweise die Mittelfeldspielerin der Frauenmannschaft, Viola Odebrecht, in der VfL-Geschäftsstelle angestellt. Neben ihrer fortgesetzten Spielertätigkeit ist sie seither in Teilzeit für die Verwaltung der Nachwuchsarbeit zuständig und kümmert sich um die Planung von Sichtungs- und Schulturnieren. Die Fußballschule erhielt im Februar 2014 mit Frank Greiner ebenfalls Verstärkung durch einen ehemaligen Fußballprofi des VfL.

### MENTALE RÜCKENDECKUNG FÜR SPIELER

Fußball ist alles. Die Spieler sind einem großen Erwartungsdruck ausgesetzt. Nicht jeder kann diesem standhalten, wie die Fälle Robert Enke oder Sebastian Deisler gezeigt haben. „Heutzutage ist der Weg zum Profi ganz anders als noch vor 20 Jahren“, erklärt Fabian Wohlgemuth, der Leiter des Nachwuchsleistungszentrums des VfL, „junge Spieler müssen schon mit zwölf Jahren Leistungssport betreiben und diesem vieles unterordnen, um es in den Profifußball schaffen zu können. Unser Nachwuchskonzept folgt deshalb einem ganzheitlichen Ausbildungs- und Be-

treuungsansatz. Junge Talente brauchen eine umfassende Förderung und Betreuung – auch abseits des Platzes.“

Der VfL Wolfsburg hilft seinen Spielern, mit den hohen in sie gesetzten Erwartungen zurechtzukommen. Sie werden auch psychologisch unterstützt und die Betreuer der Nachwuchsspieler stehen in regem Austausch mit den Eltern. Hilfestellung zu

geben bei der Bewältigung seelischer, in Verbindung mit dem Leistungssport auftretender Krisen ist jedoch eine Herausforderung, die die Gesellschaft als Ganzes betrifft. Der VfL sieht sich deshalb gefordert, die hohe Aufmerksamkeit, die ihm in der Öffentlichkeit zuteilwird, zur Kommunikation des Themas zu nutzen. So engagiert sich VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann als Kuratoriumsmitglied für die Robert-Enke-Stiftung, die sich unter anderem zum Ziel gesetzt hat, über die Krankheit Depression aufzuklären. Anfang 2014 unterstützte der VfL außerdem das Gastspiel des Stücks „Aus der Traum“, aufgeführt durch das Leipziger Theater der Jungen Welt im Theater Wolfsburg. Nachdem der Vorhang gefallen war, diskutierten VfL-Verantwortliche mit den Zuschauern über die seelischen Belastungen der Profis und mögliche Hilfsangebote.

### DIESER FANCLUB IST GANZ DICHT DRAN

Der 2012 gegründete Mitarbeiter-Fanclub des VfL Wolfsburg hat beneidenswert gute Beziehungen zum Fußballgeschehen. Der VfL unterstützt den Fanclub mit seinen 28 Mitgliedern organisatorisch und fördert damit die Bindung seiner Beschäftigten an den sportlichen Erfolg des VfL. Im Mittelpunkt der „internen Fanarbeit“ steht die Organisation von Reisen zu

Auswärtsspielen. Die bislang größte Aktion des Mitarbeiter-Fanclubs war der Besuch des Abschlusstrainings der VfL-Profis vor dem DFB-Pokalhalbfinale 2013, bei dem die Mitarbeiter ihre Mannschaft persönlich anfeuern konnten.

### MEILENSTEINE

**1. Corporate-  
Volunteering-Tag**  
(18.9.2013)

**Neue Organisations-  
anweisungen zum  
Arbeits- und Gesund-  
heitsschutz**  
(November 2013)

**VBG-Arbeitsschutzpreis**  
2014 in Bronze  
in der Kategorie  
„Präventionspreis Sport“

**Unterschrift**  
„Charta der Vielfalt“  
(April 2014)

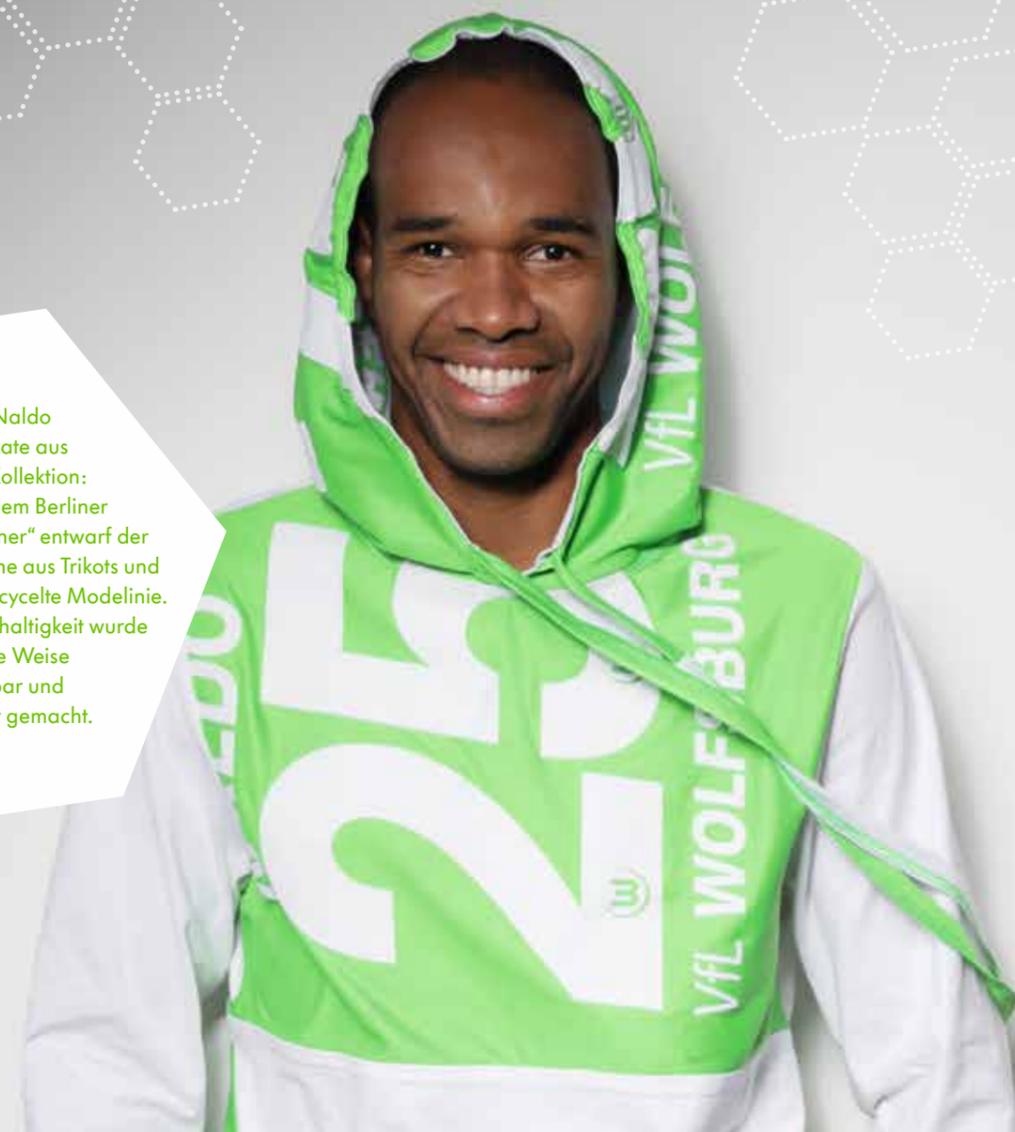
### AUSBLICK

Um die „360-Grad-Betreuung“ seiner Spieler weiter abzurunden, plant der VfL Wolfsburg das Aus- und Weiterbildungskonzept um das Angebot einer universitären Weiterbildung zu ergänzen. Im Gespräch ist die Einführung eines Zertifikatskurses Sportmanagement in Kooperation mit der Ostfalia Hochschule in Wolfenbüttel. Dieser soll Themen des Studiums praxisnah aufbereiten und auch Mitarbeitern und Spielern des VfL offenstehen.

# GRÜN AN DEN BALL BRINGEN

48 Prozent der Einwohner Deutschlands sind laut Forsa-Studie der Meinung, Fußballvereine sollten den Umweltschutz unterstützen. Der VfL Wolfsburg ist davon überzeugt, dass ein konsequenter Umweltschutz im eigenen Betrieb die Grundlage bildet, um auch nach außen glaubhaft für den Umweltschutz einzutreten. Der Verein hat darum seine Umweltprojekte energisch vorangetrieben und dabei im Berichtszeitraum wichtige Fortschritte erzielt.

Bundesligaprofi Naldo in einem der Unikate aus der „Wolf's Up“-Kollektion: Gemeinsam mit dem Berliner Label „Frau Wagner“ entwarf der VfL Wolfsburg eine aus Trikots und Restbeständen recycelte Modelinie. Das Thema Nachhaltigkeit wurde damit auf kreative Weise anfassbar, erlebbar und vor allem tragbar gemacht.



Zwei Jahre nach der erstmaligen Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ließ der VfL Wolfsburg für die Saison 2013/2014 eine neue CO<sub>2</sub>-Bilanz durch die Firma CO2OL erstellen.

## CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK ERNEUERT

Diese ergab, dass die vom VfL selbst direkt oder indirekt verursachten Emissionen gegenüber dem Kalenderjahr 2011 insgesamt um gut 24 Prozent zurückgingen. Einen maßgeblichen Anteil an diesem Rückgang hatte die vollständige Umstellung auf Ökostrom ab Mitte 2011 sowie zahlreiche Einzelmaßnahmen zur Verbesserungen der Energieeffizienz. Ebenfalls Bestandteil unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks sind jedoch auch weitere CO<sub>2</sub>-Emissionen, auf die wir nur bedingt Einfluss nehmen können. Hierzu gehören beispielsweise die bei der An- und Abreise unserer Zuschauer freigesetzten Mengen an CO<sub>2</sub>. Für diese wurden 2013/2014 erheblich höhere Werte errechnet als 2011. Dies wirkte sich auch auf den ermittelten Gesamt-Fußabdruck des VfL aus, der von 8.305 auf 19.581 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente stieg. Die Abweichung geht jedoch nicht auf eine reale Entwicklung zurück, sondern auf eine veränderte Methode zur Erhebung der Fanmobilität bei Heimspielen: Während 2011 eine repräsentative Zuschauerbefragung an einem Spieltag vor Ort durchgeführt wurde, konnte für 2013/2014 aufgrund der Sommerpause lediglich eine Online-Umfrage durchgeführt werden. Daher lassen sich

die Ergebnisse beider Zeiträume nicht vergleichen. Deutlich wird dennoch die Dringlichkeit zusätzlicher Anstrengungen für eine klimaschonende Fanmobilität.

Parallel zum Gesamt-Fußabdruck hat der VfL auch eine CO<sub>2</sub>-Bilanz für sein Stadionfest 2013 errechnen lassen. Inklusiv der Anreise (77 Tonnen CO<sub>2</sub>), der Verköstigung von Besuchern, Ausstellern und Dienstleistern sowie der Müllentsorgung und dem Bedrucken von Papier wurden dabei 137 Tonnen CO<sub>2</sub> freigesetzt. Diese kompensierte der VfL durch den Ankauf von Zertifikaten für das Klimaschutzprojekt „CO2OL Tropical Mix Reforestation“ in Panama. Auf gleiche Weise lässt der VfL darüber hinaus sämtliche Veranstaltungen von Drittanbietern in der Arena klimaneutral stellen.

Die Ausgaben für eine Kompensation der Emissionen sind aber nur dann ge-



## WASSERVERBRAUCH

gesamte Arena und Fanhaus

**2013: 53.465 m<sup>3</sup>**

davon Grauwasser:

**2013: 20.677 m<sup>3</sup>**

aus dem Mittellandkanal für die Beregnung

Abwassermenge:

**2013: 9.625 m<sup>3</sup>**

energiesparender Technik in Arenen und Trainingszentren. Zudem versucht der VfL, seine Fans für eine CO<sub>2</sub>-arme Anreise zu Spielen zu gewinnen.

Um eine bessere Datenbasis für die Steuerung der Einsparmaßnahmen zu gewinnen, hat der VfL seit 2013 die Messung des Stromverbrauchs von Arena und Fanhaus verbessert: Hierzu wurden fünf neue Messpunkte eingerichtet, unter anderem für die Module der Rasenbeleuchtung. Weiterhin wurden Möglichkeiten zur Erzeugung regenerativer Energie durch So-

**„UM DEN TECHNOLOGISCHEN FORTSCHRITT FÜR NACHHALTIGEREN FUSSBALL ZU NUTZEN, IST NEUES DENKEN NÖTIG.“**

Maik Rummel, Technischer Leiter Volkswagen Arena

rechtfertigt, wenn alle anderen Möglichkeiten, diese – mit vertretbarem Aufwand – zu vermeiden oder zu verringern, ausgeschöpft sind. Deshalb setzt der VfL vorrangig auf CO<sub>2</sub>-einsparende Maßnahmen, wie beispielsweise den Einsatz von

larthermie, Photovoltaik oder eine Kleinwindanlage geprüft. Dabei wurde deutlich, dass solche Anlagen auf dem VfL-Center und im Mini-Stadion aufgrund fehlender finanzieller Unterstützung durch Sponsoren nicht realisiert werden können. Außerdem

## ÖKOLOGIE

ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Reduktion der direkten CO <sub>2</sub> -Emissionen des Vereins um 25 % gegenüber dem Kalenderjahr 2011 bis Ende der Saison 17/18	👍	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Reduktion der direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen um gut 24 % in der Saison 13/14 (Berücksichtigt wurden alle durch Verbrennung in eigenen Anlagen direkt selbst erzeugten sowie die mit eingekaufter Energie (z. B. Elektrizität und Fernwärme) verbundenen indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen.)</li> <li>+ Verbesserte Messung des Stromverbrauchs, um eine wirksamere Steuerung der Einsparmaßnahmen zu ermöglichen</li> <li>+ Durchführung einer Fahrradkampagne im Rahmen des Aktionsspieltags zur CSR-Initiative „Gemeinsam bewegen“, um Zuschauer für eine Reduktion ihrer mobilitätsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen zu motivieren</li> </ul>
Erweiterung der Abfalltrennung in der Volkswagen Arena	👍	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einführung von Sammelbehältern für Einwegbecher, um das anschließende Recycling zu vereinfachen</li> <li>- Caterer werden noch nicht in das Abfalltrennungssystem der VW-Arena einbezogen.</li> </ul>
Schonung natürlicher Ressourcen	👍	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stromeinsparungen durch den Einsatz von LED-Lampen</li> <li>+ Reduzierung des Papierverbrauchs und Senkung des Stromverbrauchs durch Green-IT-Maßnahmen</li> <li>+ Analysen zur Entwicklung eines neuen ressourcenschonenden Druckkonzepts</li> </ul>
Förderung und Berücksichtigung von neuesten Effizienzstandards vor allem bei Neubauten	👍	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Berücksichtigung von Energieeffizienzstandards beim Bau des VfL-Stadions U23/Frauen-Bundesliga sowie des Trainingscenters</li> </ul>



## STROMVERBRAUCH

gesamte Arena und Fanhaus

2013: 4.314.003 kWh

NEU: FERNWÄRME

2013: 2.562.000 kWh



Martina Müller, Klaus Mohrs und Diego Benaglio waren die Paten der Aktion „MIt dem Fahrrad zum Spiel“.

ergab die Prüfung, dass die Dächer für einen wirtschaftlichen Betrieb von Photovoltaikanlagen zu klein sind.

## CO<sub>2</sub>-SPARANGEBOTE FÜR STADIONBESUCHER

Auch wenn die Daten zur Fanmobilität aus dem Jahr 2011 und der Saison 2013/2014 aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden nicht vergleichbar sind, wird doch eines deutlich: An- und Abfahrt zu den Spielen tragen am meisten zu den CO<sub>2</sub>-Emissionen der Zuschauer bei. Deshalb ist es wichtig, klimaschonende Mobilitätslösungen für die Fans zu entwickeln. Hierfür bietet der VfL seine Dauerkarten als Kombitickets an, die zur kostenlosen An- und Abfahrt zu allen Spielen berechtigen. Eine Umfrage ergab, dass die kostenlose Nutzung von Bus und Bahn für 48 Prozent aller Inhaber von Dauerkarten ein sehr wichtiger oder wichtiger Grund für deren Kauf ist. 87,1 Prozent der Zuschauer ist das Kombiticket-Angebot für Dauerkartenbesitzer bekannt. Auf seiner Mobilitätsplattform hat der VfL Wolfsburg

außerdem ein Angebot zur Kompensation von Emissionen aus der An- und Abreise zu seinen Spielen platziert. Obwohl das Angebot breit kommuniziert wurde, haben es bisher nur sehr wenige Besucher genutzt. Darum hat der VfL dem Anbieter zur Saison 2014/2015 gekündigt. Der Verein ist jedoch bestrebt, alternative Angebote zu schaffen, und führte hierzu im Berichtszeitraum mehrere Gespräche. Kristian Mallon, Assistent Infrastruktur und Organisation, kommentiert „Für die meisten Stadionbesucher kommt zuerst der Erfolg ihrer Mannschaft und der Spaß am Fußball, dann die gesellschaftliche Verantwortung. Deshalb ist es wichtig, ihnen den Klima- und Ressourcenschutz so leicht wie möglich zu machen.“

## FAHRRADAKTION AM AKTIONSSPIELTAG

Um die Zuschauer für eine klimafreundliche Anreise zu motivieren, rief der Verein alle seine Fans auf, zur Begegnung mit Borussia Mönchengladbach am 27. April 2013 mit dem Fahrrad zur Volkswagen Arena zu kommen. Einmal pro Saison widmet der VfL einen ganzen Spieltag der CSR-Initiative „Gemeinsam bewegen“. Diesmal ging es unter anderem um das Fahrrad als ökologisches und gesundes Fortbewegungsmittel. Vorab hatten VfL-Mannschaftskapitän Diego Benaglio und Martina Müller aus der Frauen-Bundesligamannschaft des VfL auf einer Plakatkampagne für die großangelegte Aktion geworben. Als zusätzlichen Anreiz erhielten Radler die Möglichkeit, ihre Fahrräder vor Ort, an der Nordseite der Arena, kostenlos durchchecken zu lassen. Trotz schlechten Wetters folgten einige Fans dem Aufruf. Auch wenn die angestrebte breite Beteiligung nicht zustande kam, war die öffentliche Wahrnehmung der Aktion insgesamt positiv.

VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann und Oberbürgermeister Klaus Mohrs nutzten die Stadionshow – ein rund 100-minütiges Unterhaltungsprogramm vor der Partie, in der Halbzeitpause und nach dem Abpfiff – um die CSR-Initiative vorzustellen. Auch auf dem Platz

war die CSR-Initiative präsent: Das „Gemeinsam bewegen“-Logo prangte auf den Aufwärmshirts der Profis und den T-Shirts der Auflaufkinder.

## GREEN-IT

Der Verein setzt beim Einkauf von Hard- und Software, sowie IT-Dienstleistungen auf Lösungen mit minimalem Energieverbrauch. Im Oktober 2012 hat er außerdem damit begonnen, die eigene Serverinfrastruktur zu vereinfachen, indem die Mehrheit der Server virtualisiert, das heißt durch spezielle Serversoftware ersetzt wurden. Durch diese Maßnahme konnte die Anzahl von physikalischen Servern von 20 auf 12 reduziert und dadurch viel Energie eingespart werden.

Vom VfL Wolfsburg neu beschaffte PCs oder Drucker müssen das „Green IT“ Label tragen. Im Berichtszeitraum erreichte der VfL im Einkauf einen Anteil von annähernd 100 Prozent „Green IT“-Geräten. Dieses Gütezeichen erhalten nur besonders stromsparende Geräte, bei denen sich beispielsweise im Standby-Modus wichtige Komponenten, wie Festplatte oder Bildschirm vollständig ausschalten. Außerdem kommen beim VfL überwiegend ressourcenschonende Drucker zum Einsatz, deren Tonerbehälter keinen integrierten Druckkopf haben. So muss der Druckkopf nicht bei jedem Tonerwechsel mit ausgetauscht werden. Die Tonerbehälter werden nach Gebrauch recycelt.

## RESSOURCENEFFIZIENZ IM GEBÄUDEMANAGEMENT

Heizung, Lüftung, Beleuchtung und Toilettenspülung verbrauchen viel Energie und Wasser. Entsprechend groß ist das Einsparpotenzial in Stadien und Trainingszentren. Der VfL hat hierfür ein umfangreiches Bündel an Maßnahmen geschnürt: Unter anderem wurde die Tiefgaragenbeleuchtung durch den Austausch der Leuchtstoffröhren gegen LED-Lampen deutlich stromsparender gestaltet. Rund 25 Prozent der Tiefgarage wurden mittlerweile mit LED-Beleuchtung ausgestattet, was zu einer jährlichen Stromeinsparung von

rund 3,06 MWh führt. Auch im Außenbereich des neuen Stadions und in den VfL-Club-Büros wurde die bisherige Beleuchtung teilweise durch LED-Lampen ersetzt.

Als künftiger Pächter setzte sich der VfL auch beim Bau des VfL-Stadions für die U23 und die Frauenbundesliga sowie des Trainingscenters für den Einsatz energieeffizienter Technologien ein. Schwerpunkte bilden hierbei die Nutzung von LEDs sowie verschiedene Lösungen zur Lüftungssteuerung und zur Nutzung von Restwärme aus den Heizungen unter anderem als Vorlauf für die Rasenheizung. Maik Rummel, Technischer Leiter Volkswagen Arena, erklärt die Herangehensweise des VfL: „Um den technologischen Fortschritt für nach-

Getränkebecher im Stadion nach drei Jahren Nutzung wieder aufzugeben. Die stattdessen verwendeten Biokunststoff- (PLA-) Becher seien unter ökologischen Gesichtspunkten keine Alternative zu einem ressourcenschonenden Mehrwegsystem. Ausschlaggebend für die Entscheidung des VfL war jedoch der Sicherheitsaspekt: Die härteren Mehrwegbecher wurden von manchen Zuschauern als Wurfgeschosse verwendet. Um diesem vorzubeugen und die Verletzungsgefahr zu verringern, entschied sich der VfL für die Nutzung von Einwegbechern. Bis eine umweltfreundlichere Alternative hierfür gefunden ist, setzt sich der VfL intensiv für eine Minimierung der ökologischen Auswirkungen ein. Damit möglichst viele Becher recycelt

## „WIR WOLLEN UNSEREN STADIONBESUCHERN DEN KLIMA- UND RESSOURCENSCHUTZ SO LEICHT WIE MÖGLICH MACHEN.“

Kristian Mallon, Assistent Infrastruktur und Organisation

haltigeren Fußball zu nutzen, ist neues Denken nötig. Deshalb tausche ich mich mit meinen Kollegen in den Ligen regelmäßig über Möglichkeiten aus, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Ressourcenverbrauch und Kosten mit vertretbarem Aufwand zu senken und gleichzeitig den Komfort für Spieler und Zuschauer zu verbessern.“

## ENTSCHEIDUNG FÜR EINWEGBECHER AUS BOKUNSTSTOFF

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) kritisierte im Frühjahr 2014 die Entscheidung des VfL Wolfsburg, das Mehrwegsystem für

werden, wurden spezielle Sammelbehälter angeschafft und für die Fans ein Anreiz zur Abgabe der Becher geschaffen: Für jeweils 1.000 Becher im Behälter zahlt unser Partner, die Fels Recycling GmbH, 25 Euro an die Nachwuchsförderung des VfL.

## RECYCLING: ALTE TRIKOTS WERDEN HAUTE COUTURE

Modetrends fangen meist klein an. Die exklusiven „Wolf's up“ Shirts, Mützen oder Schals der Berliner Designerin Susanne Wagner haben allerdings das „Zeug“ dazu, mitreißend zu wirken. Geschneidert aus gebrauchten Trikots der Lizenzmannschaft des VfL Wolfsburg kombiniert mit zertifizierter Öko-Baumwolle zeigen die Entwürfe einen Mix aus Stil und Sport. Auch wenn die direkte Umweltentlastung durch die geringe Stückzahl noch nicht ins Gewicht fällt, unterstützt der VfL damit doch eine wichtige Botschaft: Begeisterung wird durch Verantwortung erst richtig schön.



## ABFALLMENGE

pro Spieltag

2013: ca. 4,13 t Restmüll  
ca. 160 cbm Papier

## MEILENSTEINE

Fahrradaktion für Stadionbesucher im Rahmen des „Gemeinsam bewegen“-Spieltages (27.04.2013)

Erstellung eines CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks für das VfL-Stadionfest 2013

Verleihung der Anerkennungsurkunde für überdurchschnittliches Engagement in der Wettbewerbskategorie „Büro und Umwelt“ auf der Paperworld (28.01.2014)

Veröffentlichung der Broschüre „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ (April 2014)

## AUSBLICK

Der VfL Wolfsburg beabsichtigt, sich an den Planungen der Stadt zur Renaturierung der Aller zwischen Vorsfelde und dem Allersee zu beteiligen. Er will hierbei seine Stellung in der Stadt nutzen, um das Projekt zu unterstützen und PR-technisch zu begleiten. Eine Beteiligung ist aus Sicht des VfL auch deshalb sinnvoll, da der Verein selbst „Allernutzer“ ist.

# PARTNERSCHAFTLICH HANDELN

Mit seinen Themenschwerpunkten steht der VfL Wolfsburg in der Mitte der Gesellschaft. Dies bestätigen die Ergebnisse der Forsa-Umfrage: 85 Prozent der Befragten meinen, Fußballvereine sollten Menschen mit Behinderung integrieren, und jeweils 67 Prozent finden, die Vereine sollten sich für Gesundheit beziehungsweise Bildung und Erziehung einsetzen. Der VfL Wolfsburg sieht sich durch diese Erwartungen in seinem breit angelegten Engagement bestätigt.

Bewegung ist gesund und weckt geistige Kräfte. Ihre Förderung steht deshalb im Mittelpunkt der CSR-Initiative „Gemeinsam bewegen“ des VfL Wolfsburg. Besonders wichtig ist es, mit Bewegungsförderung bereits im Kindesalter die Weichen für einen aktiven Lebensstil zu stellen.

## VFL IST BUNDESWEITER „MUUVIT-PARTNER“

Genau dies ist das Ziel vom „Muuvit-Bewegungsabenteuer“, das vom VfL Wolfsburg im Jahr 2009 in den Fokus von „Gemeinsam bewegen“ gestellt wurde. Muuvit fördert spielerisches Lernen, den Teamgeist und Spaß an der Bewegung. Bereits rund 35.000 Schulkinder haben bisher an dem Abenteuer teilgenommen. Nun hat der VfL Wolfsburg sein Engagement für das Bewegungsprogramm auf ganz Deutschland ausgedehnt: Im März 2014 wurde der Verein deutschlandweiter Muuvit-Partner im Themenbereich Sport. Somit können Kinder jetzt überall in Deutschland zum Beispiel durch „coole“ Profi-Tipps von den VfL-Nachwuchsspielern zu mehr Bewegung animiert werden.

Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg, übernahm 2013 gleichzeitig mit der Präsentation des VfL-CSR-Berichts die Schirmherrschaft für „Muuvit“. Seitdem ist er bei Muuvit-Veranstaltungen präsent, um Kinder und Jugendliche für das Bewegungsprogramm zu motivieren. Am 8. Mai 2014, dem Muuvit-Aktionstag, besuchte er die Gewinner des Hauptpreises, die Schüler der Grundschule Weyhausen, vor Ort. Zusammen mit den Co-Trainern des Bundesliga-Teams führte er mit mehr als 100 Kindern Bewegungs- und Geschicklichkeitsübungen durch. Es folgte eine intensive Trainingseinheit mit Schülern der Fußball AG. Klaus Allofs begründet sein Engagement: „Muuvit macht Spaß und bringt Abwechslung in die Klassenzimmer. Als Schirmherr möchte ich mit helfen, Kinder und Jugendliche für einen aktiven Alltag mit viel Bewegung und gesunder Ernährung zu begeistern.“

## BARRIEREN ABGEBAUT

Digitale Medien bieten zahlreiche Möglichkeiten für eine verbesserte Inklusion. Der VfL hat deshalb seine Internetange-

bote in puncto Barrierefreiheit konsequent ausgebaut und weiterentwickelt.

Neben einer Vorlesefunktion für Menschen mit einer Leseschwäche oder Analphabeten kann auf der klassischen Website die Schrift via „FontSizer“ schrittweise vergrößert beziehungsweise verkleinert werden. Durch die Veröffentlichung der mobilen Version der VfL-Website wurde ein weiterer Schritt in Richtung Barrierefreiheit in den digitalen Medien gemacht. Ein besonderes Highlight bietet der mobile Liveticker an Spieltagen. Nach Betätigung einer Schaltfläche werden automatisch aktuelle Informationen zum Spielgeschehen vorgelesen. Das ist besonders für Menschen wichtig, die durch ein körperliches Handicap oder aufgrund ihrer jeweiligen Tätigkeit nicht in der Lage sind, die Texte auf der mobilen Website zu lesen.

Aktuell entwickelt der VfL Wolfsburg gemeinsam mit Experten aus dem Bereich „Barrierefreies Internet“ eine App, die für Menschen mit Handicap gut nutzbar sein soll. Diese wird 2015 veröffentlicht. Die

## GESELLSCHAFT

ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Weiterentwicklung des VfL-Wiki		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einbindung einer neuen Partnerschule in das VfL-Wiki</li> <li>+ Beauftragung einer bundesweiten Lernmotivationsstudie, u. a. zur Beurteilung des Erfolgs vom VfL-Wiki</li> <li>+ Umsetzung eines schulübergreifenden Projekts zum Thema virtuelle Schreibkonferenz</li> </ul>
Weiterentwicklung von Muuvit		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Entwicklung einer Umweltroute für Unterrichtszwecke, auf der Kinder und Jugendliche die Spuren der Wölfe verfolgen können</li> <li>+ VfL Wolfsburg wurde deutschlandweiter Muuvit-Partner im Themenbereich Sport.</li> </ul>
Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Integration von 14 neuen Partnern – 2 Kitas, 9 Vereinen und 3 Schulen – in das Projekt „Anstoß VfL“</li> <li>+ Vergabe von 14.200 Freikarten an „Anstoß VfL“-Partner und regelmäßige Einladungen von Kliniken und Behinderteneinrichtungen</li> <li>+ Neue Kooperation mit dem Zentrum für demokratische Bildung und der Polizei Wolfsburg im Rahmen des neuen Projekts „Fairness erleben“</li> </ul>
Schaffung von Barrierefreiheit in allen Bereichen		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einführung einer mobilen Version der Website mit Vorlesefunktion für News und Liveticker („Ticker to go“)</li> <li>+ Erhöhung der Zahl der Sehbehindertenplätze von 10 auf 16 sowie Verkabelung von 2 Rollstuhlfahrerplätzen für akustische Liveübertragung</li> </ul>



VfL-Assistenztrainer Dirk Bremser mit Schülern der Grundschule Weyhausen im Rahmen des Muuvit Bewegungsabenteuers.

App wird zukünftig als weiterer Kommunikationskanal für den Bereich „Gemeinsam bewegen“ eingesetzt.

Digitale Inklusion ist auch auf Verbandsebene ein wichtiges Thema: Die Deutsche

Menschen mit Behinderung auch in anderen Bereichen kontinuierlich. So hat er die Zahl der Sehbehindertenplätze in der Arena von 10 auf 16 erhöht und zwei der sieben Rollstuhlfahrerplätze verkabelt. Damit können jetzt pro Spiel

## „ICH MÖCHTE MITHELFEN, KINDER UND JUGENDLICHE FÜR BEWEGUNG UND GESUNDE ERNÄHRUNG ZU BEGEISTERN.“

Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg

Fußball Liga (DFL) hat deshalb Internetseiten von Clubs der ersten und zweiten Bundesliga in puncto Barrierefreiheit prüfen lassen. Der VfL Wolfsburg schnitt in diesem Test besonders gut ab. Wegen seiner vorbildlichen Leistungen und Erfahrungen in der barrierefreien Medienkommunikation wurde der VfL Wolfsburg zur DFL Fan-Behindertenbeauftragten-Vollversammlung am 28. April 2014 in Berlin eingeladen. Oliver Glib, der für die Betreuung und Weiterentwicklung der Online-Angebote des VfL Wolfsburg zuständig ist, erklärte den Clubvertretern in einem Workshop, welche Aspekte für eine barrierefreie Internetseite wichtig sind.

Neben den digitalen Lösungen erweitert der VfL Wolfsburg sein Angebot für

18 Personen mit Sehbehinderung dank der übertragenen Livereportagen direkt vor Ort mitfiebern.

### INKLUSION ALS TRAININGSINHALT

Im Juli 2014 veranstaltete die VfL-Fußballschule erstmals einen Kurs im Trainingslager der Profi-Elf des VfL Wolfsburg. Das Angebot richtete sich nicht nur an Kinder, die vor Ort, im schweizerischen Bad Ragaz, leben. Der VfL Wolfsburg vereinbarte außerdem mit der benachbarten Stiftung „arwolle“ eine mehrstündige inklusive Trainingseinheit. Die Stiftung setzt sich für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Integration von Menschen mit geistiger Behinderung, Lern-

oder psychischen Störungen ein. Rund 30 von ihr betreute Erwachsene verschiedener Altersgruppen fanden sich daraufhin am 24. Juli am Trainingszentrum ein. Die jungen Kicker und ihre Gäste bildeten gemischte Teams, probierten geeignete Trainingskonzepte aus und hatten viel Spaß miteinander. Abschließender Höhepunkt war eine Fragestunde mit Torhüter Diego Benaglio und Torwartcoach Andreas Hilfiker.

### VFL-WIKI – SPORTLICHE MOTIVATION FÜR SPASS AM LERNEN

Der VfL Wolfsburg ist einer der größten Motivatoren der Region. Um sein Potenzial zur Förderung der Bildung zu nutzen, hat er mit dem VfL-Wiki im Rahmen seiner Kampagne „Gemeinsam bewegen“ ein einzigartiges interaktives E-Learning-Angebot geschaffen. Es integriert Motivationsfaktoren aus der Fußballwelt in moderne Lernkonzepte, regt die Schüler zu Teamarbeit an und sorgt für mehr Spaß am Lernen.

Inzwischen nutzen 15 Partnerschulen unterschiedlicher Schulformen in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt das kostenlose Angebot. Damit das VfL-Wiki auch in Zukunft die Lernmotivation fördert, muss es laufend an die aktuellen Bedürfnisse angepasst werden. Um herauszufinden,

wie es um die Lernmotivation von Kindern in der Schule steht, hat der Verein eine bundesweite Studie in Auftrag gegeben. Hierzu wurden über 1.000 Personen, in deren Haushalt Kinder zwischen 6 und 18 Jahren leben, befragt, wie sie die Lernmotivation in der Schule einschätzen. Fast die Hälfte der Befragten erteilte den Schulen daraufhin die Note „nicht ausreichend“. Zusätzlich wurden die Meinungen von Pädagogen, Bildungsexperten und Wissenschaftlern eingeholt. Diese waren sich einig: Es sind dringend neue Lehrkonzepte gefragt, die Schüler stärker für den Unterricht begeistern. Um zu ermitteln, inwieweit das VfL-Wiki diese Anforderung erfüllt, wurden auch die am VfL-Wiki teilnehmenden Lehrer in die Studie einbezogen: 83,3 Prozent gaben an, dass sie in den ersten Wochen eine stärkere Lernmotivation bei den Schülern beobachten. Zwei Drittel sehen diese Begeisterung auch noch nach einem mehrmonatigen Einsatz des VfL-Wikis.

Im Trainingslager im schweizerischen Bad Ragaz veranstaltete der VfL Wolfsburg im Rahmen eines Kurses für Kinder auch eine Trainingseinheit für Menschen mit geistiger Behinderung, Lern- oder psychischen Störungen.

Bundesministerin Ursula von der Leyen informiert sich über das VfL-Wiki.



### VFL-WIKI ALS STAR IN DER ARENA

Ursula von der Leyen, zu diesem Zeitpunkt Bundesministerin für Arbeit und Soziales und Schirmherrin des CSR-Preises der Bundesregierung, besuchte den VfL Wolfsburg, um sich über die Initiative „Gemeinsam bewegen“ zu informieren und mehr über das VfL-Wiki zu erfahren. Am 5. Dezember 2013 tauschten deshalb die Schüler der Erich-Kästner-Grundschule aus Weddel bei Braunschweig ihr Klassenzimmer gegen die Volkswagen Arena und führten der Ministerin vor, wie das Lernen mit dem VfL-Wiki funktioniert. Anerkennung kommt auch von anderer Seite: 2013 wurde das VfL-Wiki mit dem „Comenius-EduMedia“-Siegel im Bereich didaktische Multimediaprodukte ausgezeichnet. Beim „Deutschen E-Learning Innovations- und Nachwuchs-Award 2014“ (d-elina) gelangte es unter die besten drei in der Kategorie „School“.



### MEILENSTEINE

VfL-Wiki erhält Comenius-EduMedia-Siegel 2013 (24.06.2013)

Weihnachtsbaumaktion: 170 Geschenke an die Wolfsburger Tafel weitergeleitet (Dezember 2013)

Insgesamt 142 Einsätze des VfL-Busses bei Schulen, Vereinen und sozialen Einrichtungen (Saisons 12/13 und 13/14)

VfL-Wiki wird mit dem Deutschen E-Learning Innovations- und Nachwuchs-Award in der Kategorie „School“ nominiert (28.03.2014)

Vortrag bei DFL Fan-Behindertenbeauftragten-Vollversammlung in Berlin zum Thema „Barrierefreies Internet“ (28.04.2014)

### AUSBLICK

**Außerschulischer Lernort:** Zum 1. Januar 2015 öffnet ein außerschulischer Lernort seine Pforten als Teil der neuen VfL-Fußballwelt. Der VfL Wolfsburg beabsichtigt, diesen nach BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung) durch das Niedersächsische Kultusministerium zertifizieren zu lassen.



## BEGEISTERUNG TEILEN

Die Fans spielen eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung von CSR-Zielen. Dies wird auch durch die Ergebnisse der Forsa-Umfrage unterstrichen: 87 Prozent der Befragten waren der Meinung, die Fans sollten zum Mitmachen motiviert werden, um die Ziele zu erreichen, die sich die Clubs für ihr gesellschaftliches Engagement stecken. Der VfL setzt darum auf eine intensive Fanarbeit, die weit über das von den Behörden geforderte Maß hinausgeht. Wichtige Säulen sind die offizielle Anerkennung und Förderung von Fanclubs, das Fanprojekt und Dialogplattformen wie das neu eingerichtete Fanforum. Zugleich übernimmt der Verein mit zahlreichen Angeboten vom Jugendfußball bis zur Einbindung der Senioren Verantwortung gegenüber seinen Mitgliedern.

Begeisterung und Sicherheit im Stadion und drum herum gehören zusammen. Beides – im Sinne einer großen, weltweiten Fußballfamilie – zu gewährleisten, stellt die Fußballverantwortlichen jedoch immer wieder vor neue Herausforderungen. Der VfL Wolfsburg besitzt im Umgang mit kritischen Situationen viel Erfahrung. Um Respekt, Fairness, Vielfalt und Toleranz zu gewährleisten, setzt er unter anderem auf gute und belastbare Kommunikationsstrukturen zwischen den wichtigsten Kooperationspartnern. Dazu schloss der VfL für die Fußball-

sporte der ersten und zweiten Mannschaft sowie, je nach Anlass, auch anderer VfL-Mannschaften im August 2013 eine Kooperationsvereinbarung mit der Stadt Wolfsburg und der Polizeidirektion Wolfsburg-Helmstedt.

### LEITLINIEN VERBINDEN SICHERHEIT UND FANFREIHEIT

Ziel der Zusammenarbeit ist es, gemeinsam mit der Fanszene gewaltsamen Auseinandersetzungen, rassistischen Vorfällen und kriminellen Handlungen

vorzubeugen und entgegenzuwirken. Fünf gemeinsam verabschiedete Leitlinien sollen unter anderem dazu beitragen, Sicherheit zu gewährleisten, ohne die Fans unnötig einzuschränken. Sie sollen zu einem transparenten und verlässlichen Handeln anleiten sowie einen vertrauensvollen, intensiven und offenen Dialog mit der Fanszene fördern.

Zu den Inhalten der Vereinbarung gehört auch die Einrichtung eines zweimal jährlich tagenden Fanforums. Es steht allen interessierten Anhängern des VfL

### FANS UND MITGLIEDER

#### ZIEL

Regelmäßiger institutionalisierter Austausch von Fanvertretern und Geschäftsführung

#### STATUS



#### STAND DER UMSETZUNG

- + Verabschiedung einer „Kooperationsvereinbarung Fanarbeit“ mit der Stadt Wolfsburg und der Polizeidirektion Wolfsburg-Helmstedt, um einen engen Dialog mit der Fanszene zu pflegen
- + Einführung eines Fanforums

Wolfsburg offen. Anwesend sind außerdem Vertreter der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH, des Fanprojekts, der Polizeiinspektion Gifhorn-Wolfsburg, der Bundespolizei, der Stadt Wolfsburg sowie die Fanbeauftragten. In einer lockeren Gesprächsatmosphäre sollen dort die Anliegen, Verbesserungsvorschläge und Kritikpunkte der Fans zur Sprache kommen. Auf den ersten beiden Treffen ging es unter anderem darum, Neuerungen und Änderungen der Stadionverbotsrichtlinien vorzustellen. Kontrovers diskutiert wurde außerdem über eine freie

forums im März 2014 gelang es bereits, die Fans, die nun zahlreicher teilnahmen, durch eine bessere inhaltliche Koordination stärker zu beteiligen.

### ENGE KOORDINIERUNG VON FANARBEIT UND SICHERHEITSMASSNAHMEN

Um die Sicherheit im Stadion und bei den An- und Abreisen zu verbessern, kooperiert der VfL Wolfsburg eng mit einer Reihe von Netzwerkpartnern. Neben den oben genannten Einrichtungen besteht zudem

werden den betroffenen Fans zur Wahrung ihrer Rechte Anhörungsmöglichkeiten gegeben. Im monatlich stattfindenden „Regeltermin Fans“ treffen sich die Beteiligten, darunter die Fanbeauftragten des VfL und Vertreter des Fanprojekts, um offen über Entwicklungen in der Fanszene zu diskutieren und Spiele beziehungsweise nachzubesprechen. Der Regeltermin wird von den Teilnehmern als ein wichtiges Instrument zur Verbesserung der Sicherheitslage begrüßt.

### BEKENNTNIS ZU BEZAHLBAREN TICKETPREISEN

Der VfL Wolfsburg gehört in der Bundesliga zu den Clubs mit den niedrigsten Ticketpreisen. Als verantwortungsvoller gesellschaftlicher Akteur in der Region möchte der Verein, dass seine Tickets für alle Fans bezahlbar bleiben. In der aktuellen Diskussion um höhere Preise und Abschaffung von Stehplätzen bezieht er deshalb klar Position: „Der Fußball muss aufpassen, dass sich auch weiterhin jeder Interessierte einen Fußballbesuch leisten kann“, betont Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg. Aus diesem Selbstverständnis heraus bekennt sich der VfL ausdrücklich zu

seiner Preispolitik und vergibt außerdem regelmäßig Freikarten an soziale Institutionen, um deren Klienten einen Stadionbesuch zu ermöglichen.

### VEREIN FÜR JUNG UND ALT

Der VfL engagiert sich intensiv für den Fußballnachwuchs, zum Beispiel mit der VfL-Fußballschule, stärkt aber auch seine eigene Mitgliederbasis mit Angeboten wie dem WölfeClub 55plus. Der Verein nutzt dabei seine internationalen Kontakte, um jungen Spielern die Fußballwelt zu öffnen, und bietet gestandenen Mitgliedern attraktive Sport- und Freizeitangebote sowie zahlreiche Möglichkeiten für ein ehrenamtliches Engagement auf dem Platz oder in der Verwaltung.

Unter dem kommunikativen Dach „Wolfsburg United“ veranstaltete die VfL-Fußballschule gemeinsam mit dem Balvenera V-fútbol Club 2013 und 2014 jeweils ein Trainingscamp in der mexikanischen Stadt Santiago de Querétaro. 2014 beteiligten sich neben dem Trainerstab 45 Mitglieder der Fußballschule an dem Austausch. Die perfekte Organisation, steigende Teilnehmerzahlen und die Zufriedenheit bei allen Beteiligten sprechen für eine Fortführung des Projekts. Der Verein hat deshalb bereits mit den Planungen für eine Neuauflage im Jahr 2015 begonnen. Unterdessen erwarten die Wolfsburger für den Oktober den Gegenbesuch von acht Nachwuchstalenten aus Querétaro. Im Juli 2014 veranstaltete die Fußballschule erstmals einen Kurs im Trainingslager der Lizenzspieler des VfL Wolfsburg, das 2014 im Schweizer Bad Ragaz stattfand, und ermöglichte fußballbegeisterten Kindern aus der Umgebung, einmal mit den Methoden der Wolfsburger zu trainieren.

Vorläufiger Höhepunkt von „Wolfsburg United“ war ein deutsch-chinesisches Jugendfußballspiel im März 2014 auf dem Berliner Olympiagelände. Eine Juniorenauswahl des VfL Wolfsburg trat hierbei gegen das Jugendteam des Rainbow Bridge Project an, das zuvor in der VfL-Fußballschule trainiert hatte.

Das Rainbow Bridge Project, eine international tätige Wohlfahrtsorganisation, hat sich die Förderung der Berufsausbildung in Kombination mit Jugendfußball auf die Fahnen geschrieben. Regionaler Schwerpunkt ihrer Arbeit sind vier wirtschaftlich schwache chinesische Provinzen. Dort wird der interkulturelle Austausch der Nachwuchskicker mit großem Interesse verfolgt.

### EHRENAMT GENIESST HOHE ANERKENNUNG

Ob Trikots waschen, Rasen mähen oder Spiele pfeifen – viele wichtige Aufgaben ruhen beim VfL Wolfsburg wie bei anderen Vereinen auf den Schultern freiwilliger Helfer. Für die Saison 2014/2015 wurden insgesamt 38 Verträge mit Volunteers abgeschlossen. Auf eine Anfrage bei den Mitgliedern des WölfeClub 55plus hin erklärten sich außerdem 13 der älteren Mitglieder bereit, eine ehrenamtliche Aufgabe zu übernehmen. Der VfL hat als einziger Bundesligist sogar einen eigenen, von freiwilligen Helfern organisierten und betriebenen Sanitätsdienst.

Viele der Ehrenamtlichen sind Fans des Vereins, denen die Begeisterung wichtiger ist als ein Entgelt für ihre Tätigkeit. Ihre Einbindung sieht der VfL Wolfsburg als bedeutende Aufgabe an. Mit dem gesellschaftlichen Wandel hat sich auch das Freizeitverhalten der Menschen verändert. Die regelmäßigen Freiwilligen-surveys der Bundesregierung zeigen, dass in Deutschland die Bereitschaft, ein Ehrenamt zu übernehmen, nachgelassen hat. Der VfL Wolfsburg verzeichnet hingegen weiterhin eine große Nachfrage nach ehrenamtlichen Beschäftigungsmöglichkeiten. Die Anerkennung für Geleistetes trägt dazu bei, das Ehrenamt beim VfL attraktiv zu gestalten – sei es durch Überreichung eines Blumenstraußes an freiwillige Helfer vor einem wichtigen Spiel durch den VfL-Geschäftsführer oder durch die attraktiven Freizeitangebote des WölfeClub 55plus wie Public Viewing oder Ausflüge mit Bus oder Floß, wie zuletzt am 11. Juni 2014 auf der Oker in Braunschweig.

## „DER FUSSBALL MUSS AUFPASSEN, DASS SICH AUCH WEITERHIN JEDER INTERESSIERTE EINEN FUSSBALLBESUCH LEISTEN KANN.“

Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg

Platzwahl in der „Singing Area“ der Volkswagen Arena. Beim ersten Treffen wurde deutlich, dass sich das Gesprächsangebot bei den Anhängern des VfL noch nicht ausreichend etabliert hatte. Auf der zweiten Veranstaltung des Fan-

eine Zusammenarbeit mit dem Interventionsteam Streetlife der Stadt Wolfsburg. Gemeinsam betreiben die Netzwerkpartner unter anderem die Stadionverbots-Kommission, um miteinander notwendige Sanktionen zu beraten. Hierbei



Unter dem Motto „Wolfsburg United“ übernimmt der VfL Wolfsburg auch auf internationaler Ebene Verantwortung und veranstaltete unter anderem ein Trainingscamp der VfL-Fußballschule in Mexiko.

Der Besuch eines Heimspiels im Stadion soll bezahlbar bleiben – dazu bekennt sich der VfL Wolfsburg mit seinen Ticketpreisen.



### MEILENSTEINE

**Teilnahme der Fußballschule am ersten Bundesliga-Cup gemeinsam mit Mainz 05 und Hannover 96 (26.10.2013)**

**Regionalkonferenz in Hamburg zum Thema „Reisemanagement von Fußballfans“ (Februar 2014)**

**Erstes Fanforum (März 2014)**

**Deutsch-chinesisches Jugendfußballspiel auf dem Berliner Olympiagelände (29.03.2014)**

**Trainingscamp der Fußballschule in Santiago de Querétaro (Mexiko) (April 2014)**

### AUSBLICK

Im Rahmen der „Kooperationsvereinbarung Fanarbeit“ soll ein gemeinsames Konfliktmanagement erarbeitet und eingeführt werden. Es wird eine Deeskalationsstrategie beinhalten und Maßnahmen aufzeigen, um die Kommunikation zwischen allen Beteiligten bei Bundesliga-Heimspielen weiter zu verbessern. VfL-Fans und -Ordner sollen als Konfliktmanager geschult werden und den Gästefans als Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

# ZIELE UND MEILENSTEINE

## TRANSPARENZ FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Der VfL Wolfsburg informiert in diesem Bericht transparent über den Stand der Umsetzung der Ziele seines CSR-Programms aus dem Jahr 2012. Fortlaufende oder bisher nicht erreichte Ziele will der VfL weiterhin ambitioniert angehen. Sie wurden deshalb im aktuellen CSR-Programm erneut mit aufgenommen.

Da der VfL auch in Zukunft eine Vorreiterrolle einnehmen will, wurden darüber hinaus neue messbare Ziele im Rahmen eines Workshops mit Mitarbeitern verschiedener Bereiche entwickelt. Das dort erarbeitete, umfangreiche Zielpektrum wird in der folgenden Liste in Auszügen wiedergegeben. Sie enthält

die aus Sicht des VfL wichtigsten Ziele und bietet damit eine Übersicht über das vielseitige Engagement des Vereins. Auch die künftigen Fortschritte, die der VfL bei der Erreichung der Ziele seines neuen CSR-Programms macht, wird er offen kommunizieren, um weiterhin Maßstäbe zu setzen.

### STRATEGIE UND MANAGEMENT

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Ausbau und Etablierung der Qualitätssicherung im Bereich Merchandising	<i>fortlaufend</i>	Der Verein trägt so der Verantwortung für die Lieferkette Rechnung.
(Langfristige) Umstellung von 10% der Merchandising-Produkte auf Fair-Trade Produkte	<i>fortlaufend</i>	Fortführung des Dialogs mit dem Ausrüster Kappa unter Einbeziehung von Fair-Trade.
Einführung eines Datenmanagements für Non-Financials (Papier, Emissionen, Wasser, etc.)	<i>Ende 2015</i>	Einführung einer CSR-Software zum Nachhaltigkeitsmanagement.
Popularitätswert des Vereins steigern	<i>fortlaufend</i>	Wichtiger Meilenstein: Identifikation des VfL Wolfsburg als nachhaltigster Fußballclub der Liga in den deutschen Leitmedien bis Ende 2017.
Intensivierung des Austausches mit Partnern zu CSR-Themen	<i>Ende 2014</i>	Ausrichtung eines Nachhaltigkeitstags mit Partnern.

### ÖKOLOGIE

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen des Vereins um 25% gegenüber dem Kalenderjahr 2011	<i>Ende Saison 2017/18</i>	Wichtiger Meilenstein: Analyse der Zuschauermobilität und Definition von Lösungswegen zur Reduktion von CO <sub>2</sub> -Emissionen bis 2015.
Förderung der nachhaltigen Mobilität in der Belegschaft	<i>Ende 2015</i>	Durchführung eines ökologischen Fahrtrainings mit Profispielern und Mitarbeitern.
Schonung natürlicher Ressourcen	<i>fortlaufend</i>	Wichtiger Meilenstein: Einführung und Kommunikation eines ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Druckkonzepts für alle Verwaltungsarbeitsplätze bis Ende 2015.
Berücksichtigung von neuesten Energieeffizienzstandards und Biodiversität bei Neubauten	<i>fortlaufend</i>	Beteiligung an den Planungen der Stadt zur Renaturierung der Aller zwischen Vorsfelde und Allersee.

### MITARBEITER

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Förderung von sportlichen und gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter	<i>fortlaufend</i>	Jährliche Veranstaltung eines internen Gesundheitstags ab 2015.
Ausbau der Berufsausbildung für Spieler	<i>fortlaufend</i>	Erhöhung der Anzahl an Auszubildenden bei den U19- und U23-Spielern im Rahmen eines verbesserten Betreuungskonzepts.
Ausweitung von Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter – insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit	<i>Ende 2016</i>	Wichtige Meilensteine: Teilnahme von mindestens 30% der Mitarbeiter an einem Personalentwicklungsprogramm bis Ende 2015. Abschluss einer CSR-Zusatzqualifikation für alle CSR-Mitarbeiter bis Ende 2016.
Einführung eines Corporate-Volunteering-Programms	<i>Ende Saison 2014/15</i>	Der Verein fördert das gesellschaftliche Engagement seiner Mitarbeiter und möchte sie hierbei weiter unterstützen.

### GESELLSCHAFT

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Weiterentwicklung des VfL-Wiki	<i>Beginn Schuljahr 2014/15</i>	Weitere Schulen sollen eingebunden und die schulübergreifende Zusammenarbeit intensiviert werden.
Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks	<i>fortlaufend</i>	Der Verein verfolgt das Ziel, sein gesellschaftliches Engagement beständig zu intensivieren. Die Kooperation mit Experten betrachtet er hierbei als Grundvoraussetzung.
Eröffnung eines außerschulischen Lernorts als Teil der neuen VfL-Fußballwelt	<i>Anfang 2015</i>	Zertifizierung des außerschulischen Lernorts nach BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung) durch das Niedersächsische Kultusministerium.
Entwicklung weiterer Maßnahmen zur Schaffung von Barrierefreiheit in allen Bereichen	<i>fortlaufend</i>	Der nächste Schritt zur Inklusion: Veröffentlichung einer barrierefreien App mit wichtigen Informationen für Fans und Zuschauer, sowie zur Kommunikation der Initiative „Gemeinsam bewegen“ bis Mitte 2015.

### FANS UND MITGLIEDER

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Erarbeitung eines Konfliktmanagements	<i>Anfang Saison 2014/15</i>	Im Rahmen der Kooperationsvereinbarung Fanarbeit soll ein gemeinsames Konfliktmanagement erarbeitet werden.

# ERFOLGE IN ZAHLEN

## TEILNEHMER FUSSBALLSCHULE



## TEILNEHMER FORTBILDUNGEN

Ballschule + Trainerfortbildung „Anstoß VfL“



# 27.886

Zuschauer in der Volkswagenarena in der Saison 2013/2014 – laut Stadiondurchsage

# 170

Geschenke wurden bei der **Weihnachtsbaumaktion** an die Wolfsburger Tafel weitergeleitet

# 1,3 Millionen

Euro Investitionen im Rahmen der Initiative „**Gemeinsam bewegen**“ in der Saison 2012/2013

# 100.000

Menschen wurden bisher mit der Initiative „**Gemeinsam bewegen**“ erreicht

# 137 Tonnen

kompensierte CO<sub>2</sub>-Emissionen beim **Stadionfest 2013**

# 35.000

Schulkinder haben bisher an **Muuvit-Abenteuer** teilgenommen

# 250.000 Euro

Spenden für das Projekt „**Wolfsburg United**“ aus der Vermarktung der Spielfeldrandbande seit Saisonbeginn 2012/2013

# 72 VfL-Buseinsätze

in der Saison 2012/2013

■ Mitgliederzahlen WölfeClub  
■ Mitgliederzahlen WölfiClub



ClimatePartner<sup>®</sup>  
klimaneutral

Druck | ID: 53326-1405-1025

# IMPRESSUM

**Herausgeber:**  
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH  
Postfach 10 10 09  
38410 Wolfsburg  
[www.vfl-wolfsburg.de](http://www.vfl-wolfsburg.de)

**Kontakt:**  
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH  
Nico Briskorn  
Leiter Corporate Social Responsibility  
Telefon: +49 (0) 5361-8903-450  
E-Mail: [nico.briskorn@vfl-wolfsburg.de](mailto:nico.briskorn@vfl-wolfsburg.de)

Weitere Informationen zum CSR-Engagement des VfL Wolfsburg erhalten Sie unter:  
[www.vfl-wolfsburg.de/soziales](http://www.vfl-wolfsburg.de/soziales)

Der Nachhaltigkeitsbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

**Beratung / Inhaltliches Konzept / Redaktion:**  
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg  
[www.stakeholder-reporting.com](http://www.stakeholder-reporting.com)

**Layoutkonzept / Gestaltung / Umsetzung:**  
Karma Kommunikationsdesign, Wolfsburg  
[www.karma-web.de](http://www.karma-web.de)

**Druck:**  
BWH GmbH – Die Publishing Company  
[www.bw-h.de](http://www.bw-h.de)

**Bildnachweise:**  
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH  
Karma Kommunikationsdesign (Titel, 8)  
Nina Stiller (5, 12, 14, 16, 20, 23, 24, 26)  
Thomas Knüppel (4)  
Imago (6)  
Citypress24 (7, 22)  
Heinz Heiss (10)  
Volkswagen AG (11)  
Dawid Pierzchalski (18)

