

FUSSBALL IST ALLES

GEMEINSAM BEWEGEN

DER NACHHALTIGKEITSBERICHT DES VFL WOLFSBURG



ENGAGEMENT UND VERANTWORTUNG

BEI DEM VORLIEGENDEN NACHHALTIGKEITSBERICHT HANDELT ES SICH UM DEN ERSTBERICHT DES VFL WOLFSBURG.

Dieser Bericht stellt die Leistungen des Vereins im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) erstmals gebündelt dar und bildet zugleich den Auftakt für eine regelmäßige CSR-Berichterstattung. Damit verdeutlicht der VfL Wolfsburg, dass das Thema Nachhaltigkeit und diesbezügliche Fortschritte einen hohen Stellenwert für ihn haben.

Als Erstbericht deckt diese Veröffentlichung das gesamte Spektrum der Aktivitäten des Vereins ab, um das umfassende gesellschaftliche Engagement des VfL Wolfsburg zu veranschaulichen. Auf eine Vorauswahl oder Eingrenzung wurde daher bewusst verzichtet. Die Inhalte der einzelnen Kapitel wurden durch Gespräche mit den jeweils verantwortlichen Mitarbeitern ermittelt. Sie bilden das Grundverständnis des Vereins im Bereich CSR ab. Sämtliche Inhalte beziehen sich auf die gesamte VfL Wolfsburg-Fußball GmbH.

Der Bericht richtet sich an die Fans, Mitarbeiter, Partner und Sponsoren des VfL Wolfsburg sowie an die Volkswagen AG. Selbstverständlich sollen auch Nichtregierungsorganisationen, Interessenverbände, Vertreter aus Politik, dem gesellschaftlichen Umfeld und aus Wissenschaft und Forschung angesprochen werden. Er wird sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache veröffentlicht.

Gemäß den Anforderungen an einen Nachhaltigkeitsbericht wurde der klassische Berichtsaufbau gewählt. Hiermit unterstreicht der Verein, dass sein Engagement ernsthaft und die Berichterstattung in jeder Hinsicht fundiert ist. Zu Beginn des Berichts wird der VfL Wolfsburg im Vereinsporträt vorgestellt. Das Kapitel Strategie & Management beschreibt die strukturelle Ausrichtung des Vereins sowie seine strategische Herangehensweise. Auch die Informationen über den Umgang mit Lieferanten wurden an dieser Stelle integriert. Das Kapitel Mitarbeiter verdeutlicht die hohe Bedeutung der Menschen,

die den VfL Wolfsburg und sein gesellschaftliches Engagement tragen. Im Kapitel Ökologie werden sämtliche Aktivitäten des Vereins für Umwelt und Klima unter dem Motto "Grün aus Überzeugung" vorgestellt. Der Gesellschaft als Kernelement des sozialen Engagements des VfL Wolfsburg ist das anschließende Kapitel gewidmet. Um die Fans und Mitglieder des Vereins als wichtige Stakeholder und den respektvollen Umgang mit ihnen geht es im Schlusskapitel.

Weiterführende Informationen und Neuigkeiten sind auf der Website des VfL Wolfsburg unter www.vfl-wolfsburg.de zu finden, alle Inhalte zum Thema Nachhaltigkeit lassen sich unter www.vfl-wolfsburg.de/soziales nachlesen.

Der Berichtszeitraum erstreckt sich im Kern auf die Saison 2010/2011 sowie die Saison 2011/2012. Zur Erklärung einiger Themen wurden an einzelnen Stellen Inhalte aus den Vorjahren herangezogen. Auf eine Strukturierung anhand von Kalenderjahren wurde bewusst verzichtet, da diese für die Tätigkeit des Vereins nicht maßgeblich sind. Hinsichtlich der Erscheinungsweise hat sich der VfL Wolfsburg für einen Zweijahresturnus entschieden, sodass der nächste Bericht nach der Saison 2013/2014 veröffentlicht wird.

Um die Lesbarkeit des Berichts zu erleichtern, wurde durchgehend die maskuline Form für Personenbezeichnungen gewählt, wobei diese Schreibweise ausdrücklich Männer und Frauen gleichermaßen einschließt.

Der CSR-Bericht des VfL Wolfsburg ist an den aktuellen anerkannten Standards der Global Reporting Initiative (GRI) GRI 3.1 und des lÖW/future e.V. ausgerichtet, wodurch die Vergleichbarkeit mit anderen Nachhaltigkeitsberichten gewährleistet ist. GRI hat die Inhalte geprüft und das Application Level B bestätigt.

INHALT

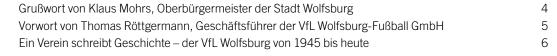
10

66

68

INHALT







STRATEGIE UND MANAGEMENT

Mit Herz und Verstand auf dem Weg an die Spitze	12
Gemeinsam zum Ziel – Geschäftsführung und Aufsichtsrat der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	13
Verbunden mit der Region – weltweit aktiv	14
Partnerschaftlich verbunden – der VfL Wolfsburg und seine Kooperationen	19



INTERVIEWS

INTERVIEWS	20
Kathrin Bornschein, Lehrerin an der Erich-Kästner-Grundschule in Weddel	22
Nico Briskorn, Leiter Corporate Social Responsibility der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	24
Gudrun Kneiske-Spitzer, Stadt Wolfsburg - Geschäftsbereich Gesundheit und Soziales	26
Olaf Tschimke, Präsident des Naturschutzbundes Deutschland (NABU)	28
Liesel Westermann-Krieg, Muuvit-Botschafterin	29



MITARBEITER	30
Verantwortungsvoller Arbeitgeber	32
Spieler fit machen für ein Leben nach dem Sport	34
Fit fürs Büro – Angebote für Verwaltungskräfte	35



ÖKOLOGIE

ÖKOLOGIE	36
Grün aus Überzeugung	38
Grüne Spuren hinterlassen – Reduzierung der CO2-Emissionen	40
Ein Herz für die Wölfe	45



GESELLSCHAFT

GESELLSCHAFT	46
VfL Wolfsburg – mehr als ein Sportverein	48
Bildungsprojekte machen Lust auf Wissen	50
Gemeinsam stark für Toleranz	52
Inspiration für einen gesunden Lebensstil	54



FANS	56
Zusammenhalt wird großgeschrieben	58
Im engen Austausch mit den Fans – die Fanbeauftragten des VfL Wolfsburg	60
Ein Verein für Jung und Alt	62
Immer ein offenes Ohr für die VfL-Anhänger – Fanprojekt und Supporters Wolfsburg	64



- **PROGRAMM**
- **GRI-INDEX**
- **IMPRESSUM** 71

FÜR EIN BESSERES MITEINANDER

WOLFSBURGS OBERBÜRGERMEISTER KLAUS MOHRS ÜBER DAS SOZIALE ENGAGEMENT DES VFL WOLFSBURG.

Der Fußball ist in Wolfsburg einer der Anziehungspunkte für Sportbegeisterte aus der Stadt und der gesamten Region. Insbesondere seit dem Aufstieg des VfL Wolfsburg in die 1. Fußballbundesliga 1997 verfolgen zwischen 20.000 und 30.000 Zuschauer regelmäßig die Spiele in der Volkswagen Arena im Allerpark. Den größten Erfolg feierte der VfL Wolfsburg in der Saison 2008/2009 mit seiner ersten Deutschen Meisterschaft.

Zwar macht der Profifußball den VfL Wolfsburg über die Stadtgrenzen hinaus bekannt, doch viele weitere Sparten sind ebenfalls erfolgreich. Der Verein spielt aber nicht nur sportlich in der ersten Liga, sondern zeichnet sich auch durch sein soziales Engagement aus. Mit innovativen Projekten sorgt er für ein besseres Miteinander innerhalb der Gesellschaft und verkörpert zukunftsweisend die Werte eines modernen Vereins: teamorientiert, innovativ und nachhaltig. Der VfL Wolfsburg hat sich als hervorragender Botschafter für die Stadt und die Region etabliert. Im Namen von Rat und Verwaltung der Stadt Wolfsburg sowie aller Wolfsburgerinnen und Wolfsburger danke ich herzlich für

diesen exzellenten Einsatz zum Wohle der Allgemeinheit.

Zu nachhaltigem Wirtschaften und unternehmerischer Verantwortung, Corporate Social Responsibility (CSR), gehört unabdingbar Transparenz. Dieser erste Nachhaltigkeitsbericht des VfL Wolfsburg legt deshalb folgerichtig das gesellschaftliche Engagement offen und zeigt, was der Verein für unsere Region leistet – frei nach dem Motto "Tue Gutes und rede darüber". Der VfL Wolfsburg hat sich zu einem ver-

lässlichen Partner entwickelt, mit dem wir gerne gemeinsam die Zukunft Wolfsburgs prägen. Wir sind stolz auf die sportliche ebenso wie die karitative Leistung des Vereins, der die Stadt und die Region bereichert.

Die Stadt Wolfsburg setzt alles daran, damit das Zusammenspiel mit dem Verein weiterhin so gut klappt wie bisher und auch in Zukunft gemeinsam Erfolge gefeiert werden können. Vor allem von der Un-

terstützung der Fans lebt der Verein. Und deshalb drücke auch ich als Stadtoberhaupt den Sportlern stets die Daumen und fiebere regelmäßig bei sportlichen Wettkämpfen auf der Zuschauertribüne mit.

Ihr Klaus Mohrs,

Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg



AUFMERKSAMKEIT NUTZEN, UM VORBILD ZU SEIN

THOMAS RÖTTGERMANN, GESCHÄFTSFÜHRER DER VFL WOLFSBURG-FUSSBALL GMBH, ÜBER DAS SELBSTVERSTÄNDNIS DES KLUBS.

Fußball ist alles. Fußball ist Spannung, Emotion, Leidenschaft. Aber Fußball heißt auch Verantwortung übernehmen.

Als Verein stehen wir im Blickfeld des öffentlichen Interesses. Diese hohe Aufmerksamkeit wollen wir nutzen, um Vorbild zu sein. Um zum Nachdenken und zum Mitmachen anzuregen. Unserem Handeln haben wir einen Namen gegeben. Wir wollen "Gemeinsam bewegen".

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht soll verdeutlichen, wie stark sich der VfL im Bereich Corporate Social Responsibility engagiert und dabei einer strukturierten Herangehensweise folgt. Nachhaltigkeit ist für den VfL Wolfsburg mittlerweile zum Selbstverständnis geworden, doch verstehen wir uns nur als Teil in dieser Kooperation. Deswegen möchten wir nicht nur über unsere CSR-Aktivitäten umfassend informieren, sondern vor allem

möchten wir Sie animieren, zukünftig gemeinsam noch mehr zu bewegen.

Bildung, Integration, Umwelt und Gesundheit sind Themen, die uns dabei besonders am Herzen liegen. Es sind unsere Kernbereiche, in denen wir auch mit der Unterstützung unserer kompetenten Sozialpartner vieles angestoßen, umgesetzt und erreicht haben. Aber wir stehen nicht still. Mit dem Projekt "Anstoß VfL – 100 Schulen & 100 Vereine" haben wir zum Beispiel unseren regionalen Aktivitäten

eine Plattform gegeben, mit Wolfsburg United hieven wir unser Engagement nun auch auf ein internationales Level.

Ich möchte Sie, liebe Leserin und lieber Leser, zum kritischen Lesen auffordern. Zögern Sie nicht, mit Anregungen und Ideen auf uns zu-

zukommen – schließlich heißt unser Ziel "Gemeinsam bewegen". Fußball ist alles. Und doch viel mehr.

Ihr Thomas Röttgermann, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH



EIN VEREIN SCHREIBT GESCHICHTE

DAS MILIEU DER ARBEITERSTADT WOLFSBURG UND INSBESONDERE DIE NÄHE ZUR VOLKSWAGEN AG HABEN DEN VFL WOLFSBURG NACHHALTIG GEPRÄGT. MIT DERZEIT RUND 20.000 MITGLIEDERN IST ER HEUTE EINER DER GRÖSSTEN SPORTVEREINE IN NIEDERSACHSEN.

Gegründet am 12. September 1945 – damals noch als Verein für Leibesübungen Wolfsburge.V. –, feierte der VfL Wolfsburg seinen ersten großen Erfolg 1954, als die Mannschaft in die Oberliga Nord, damals höchste Spielklasse Norddeutschlands, aufstieg. Nach fünf Spielzeiten folgte der Abstieg, doch bereits 1963 setzte die Mannschaft mit dem Gewinn der Niedersachsenmeisterschaft ein weiteres Ausrufezeichen. In der Saison 1973/1974 qualifizierte sich der Verein für die neu geschaffene 2. Bundesliga Nord.

Nach jahrelangem Pendeln zwischen Zweit- und Drittklassigkeit schaffte die Mannschaft 1992 den erneuten Aufstieg in die nun eingleisige 2. Liga. Dort etablierte sich der Verein in den Folgejahren überraschend schnell und verbesserte sich kontinuierlich in Richtung Tabellenspitze.

Schon 1997 belegte der VfL Wolfsburg den zweiten Platz in der 2. Bundesliga. Er stieg in die Eliteklasse des deutschen Fußballs auf und ließ nur ein Jahr später sogar die erstmalige Teilnahme am Europapokal folgen. Immer wieder deutete die Mannschaft anschließend an, diesen unerwarteten Erfolg wiederholen zu können. So belegte der Verein in den Spielzeiten 2001/2002 bis 2004/2005 jeweils Positionen zwischen dem achten und zehnten Tabellenplatz und wurde zum deutschen Rekordteilnehmer im UI-Cup.

In den Spielzeiten 2005/2006 und 2006/2007 musste der VfL Wolfsburg jeweils darum bangen, die Klasse zu halten, konnte sich insgesamt in dieser Phase aber fest in der Liga etablieren. Nach einer fast kompletten Umstrukturierung der Mannschaft erreichte der Verein in der Saison 2007/2008 mit dem fünften Platz seit langer Zeit wieder den internationalen Wettbewerb und wurde in der Saison 2008/2009 zum ersten Mal in der Vereinsgeschichte Deutscher Meister.



Gesellschafter war zunächst neben der Volkswagen AG auch der Stammverein VfL Wolfsburg e.V., der seine zehn Prozent der GmbH-Anteile jedoch zum 12. Dezember 2007 ebenfalls an die Volkswagen AG übertrug.

Damit wurde diese zum alleinigen Gesellschafter der GmbH, zu der seit dem 1. Juli 2003 auch die vom WSV Wendschott eingegliederte Frauen-Bundesligamannschaft gehört. Als Eigentümer hat die Volkswagen AG ein langfristiges Interesse am Erfolg des Vereins, das sich



Auf Tour im Norden: Der Mannschaftsbus, mit dem der VfL Wolfsburg in seiner Oberliga-Zeit zu den Auswärtsspielen unter anderem beim damaligen Rekordmeister Hamburger SV sowie Werder Bremen, Bremerhaven 93 und Holstein Kiel unterwegs war. Die Oberliga, die in den fünf Staffeln Nord, West, Südwest, Süd und Berlin ausgespielt wurde, war bis zur Gründung der Bundesliga 1963 die höchste Spielklasse in der Bundesrepublik. Von 1954 bis 1959 war der VfL Wolfsburg dabei.



2009 wurde der VfL Wolfsburg nach einer sensationellen Rückrunde Deutscher Meister.

nicht auf finanzielle Aspekte beschränkt, sondern die Steigerung der Attraktivität Wolfsburgs zum Ziel hat.

Sportlich strebt der Verein danach, sich nachhaltig im oberen Drittel der Bundesliga zu etablieren. Wirtschaftlich agiert er als mittelständisches Unternehmen, das jedoch dank seiner Nähe zur Volkswagen AG von professionellen Strukturen und zahlreichen Richtlinien profitiert, die den Arbeitsalltag ordnen und Errungenschaften wie Arbeitnehmerrechte und Chancengleichheit sicherstellen. Zentraler Bestandteil des VfL Wolfsburg ist die Profimannschaft in der Bundesliga, deren Spielen das größte öffentliche Interesse gilt. Gleichzeitig sorgt diese mit Sponsorengeldern, Zuschauereinnahmen, TV-Erlösen sowie Prämien durch die Teilnahme am DFB-Pokal und internationalen Wettbewerben für den Großteil der Einnahmen des Vereins.

NEUE SPIELSTÄTTE MIT POTENZIAL

2002 wurde die neue Heimstätte des VfL Wolfsburg eingeweiht: Die Volkswagen

Arena eröffnete mit einem Fassungsvermögen von 30.000 Zuschauern – davon 22.000 Sitz- und 8.000 variable Stehplätze – und ihren Einrichtungen für VIP- und Business-Kunden zahlreiche neue Vermarktungsmöglichkeiten.

Die Gesamtkosten für den Bau betrugen 53 Millionen Euro, Eigentümerin ist die Wolfsburg AG, eine Public Private Partnership der Stadt Wolfsburg und der Volkswagen AG. Mit dem Betrieb der Volkswagen Arena ist die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH, insbesondere der Bereich Organisation und Stadionbetrieb, betraut. Seit ihrer Eröffnung wurde sie stetig weiterentwickelt und 2011 als "Ökoprofit Stadion" ausgezeichnet (siehe auch Kapitel Ökologie).

Aktuell plant der VfL Wolfsburg, den Allerpark um ein neues Ministadion für 5.000 Zuschauer samt Trainingsplatz zu erweitern. Hier sollen nach der Fertigstellung im Jahr 2014 die Spiele des Frauen-Bundesligateams und der U23-Mannschaft stattfinden. Zudem soll eine multimediale Erlebniswelt entstehen, die auch als außerschulischer Lernort genutzt werden

kann. Das alte Stadion des VfL Wolfsburg am Elsterweg wird in Teilen rückgebaut und soll ab 2013 als leichtathletische Übungsstätte für den Vereins- und Schulsport sowie nach wie vor als Trainingsplatz für die U23 und die Frauen dienen.

VON HOHER BEDEUTUNG FÜR DIE REGION

Der VfL Wolfsburg trägt neben seiner Muttergesellschaft Volkswagen AG maßgeblich zum positiven Image der Region bei. Als Bundesligaverein verleiht der VfL Wolfsburg der Stadt ein Gesicht, sodass sie inzwischen über die Grenzen der näheren Umgebung hinaus wahrgenommen wird. Für die Bewohner ist der Verein eine wichtige Institution, die den Freizeitwert der Stadt erhöht. Da die Einwohner Wolfsburgs im Durchschnitt sehr jung sind, identifizieren sie sich im Allgemeinen weniger mit ihrer Heimatstadt, als es in Städten mit älteren Bewohnern der Fall ist. Hier kann der VfL Wolfsburg mit seiner ebenfalls überwiegend jungen Fanbasis eine identitätsstiftende Funktion einnehmen. Auch die Wirtschaft der Stadt Wolfsburg profitiert vom Erfolg des

Vereins: So wird die Innenstadt an Heimspieltagen durch Fans erheblich belebt, und der Tourismus blüht auf.

SPORTLICHE STRUKTUREN

Die Profimannschaft des VfL Wolfsburg ist das Aushängeschild und der wichtigste Bestandteil des Vereins. Obwohl er erst seit 1997 zur Bundesliga gehört, ist der VfL Wolfsburg längst eine etablierte Kraft im deutschen Fußball und konnte dies mit dem Gewinn der Meisterschaft 2008/2009 unterstreichen. Zuletzt hatte der Verein im Saisonverlauf 2010/2011 mit deutlichen Schwierigkeiten zu kämpfen: Durch den Abgang vieler wichtiger Spieler gab es einen großen Umbruch, insgesamt verzeichnete der Kader 15 Zu- und 14 Abgänge. Hinzu kamen drei Trainerwechsel. Am Ende schied der VfL Wolfsburg beim DFB-Pokal im Achtelfinale aus und musste die Saison mit dem 15. Platz beschließen. In der Saison 2011/2012 erbrachte der Verein dagegen wieder stabile Leistungen und beschloss die Saison auf dem achten Tabellenplatz. Klarer denn je verfolgt der Verein sein Ziel, auf lange Sicht im oberen Bereich der Bundesliga mitzuspielen.

Die U23 ist der Unterbau der Profimannschaft. Die Mannschaft spielt in der Regionalliga Nord und war hier in den vergangenen vier Jahren durchgehend die beste zweite Mannschaft eines Vereins. In der Saison 2010/2011 schloss sie auf dem zweiten Tabellenplatz, 2011/2012 auf dem vierten. Kurzfristig hat sich die Mannschaft zum Ziel gesetzt, in die 3. Liga aufzusteigen, um die Ausbildung intensivieren zu können. Derzeitige Spielstätte der U23 ist das Stadion Elsterweg.

ERFOLGREICHE FRAUEN

Die Frauenmannschaft des VfL Wolfsburg ist seit 2006 ununterbrochen in der Frauen-Bundesliga. Ihr Cheftrainer ist seit 2008 Ralf Kellermann, der verantwortliche Geschäftsführer Thomas Röttgermann. In den vergangenen Jahren verbuchte die Mannschaft eine sehr positive Entwicklung und schloss die Sai-

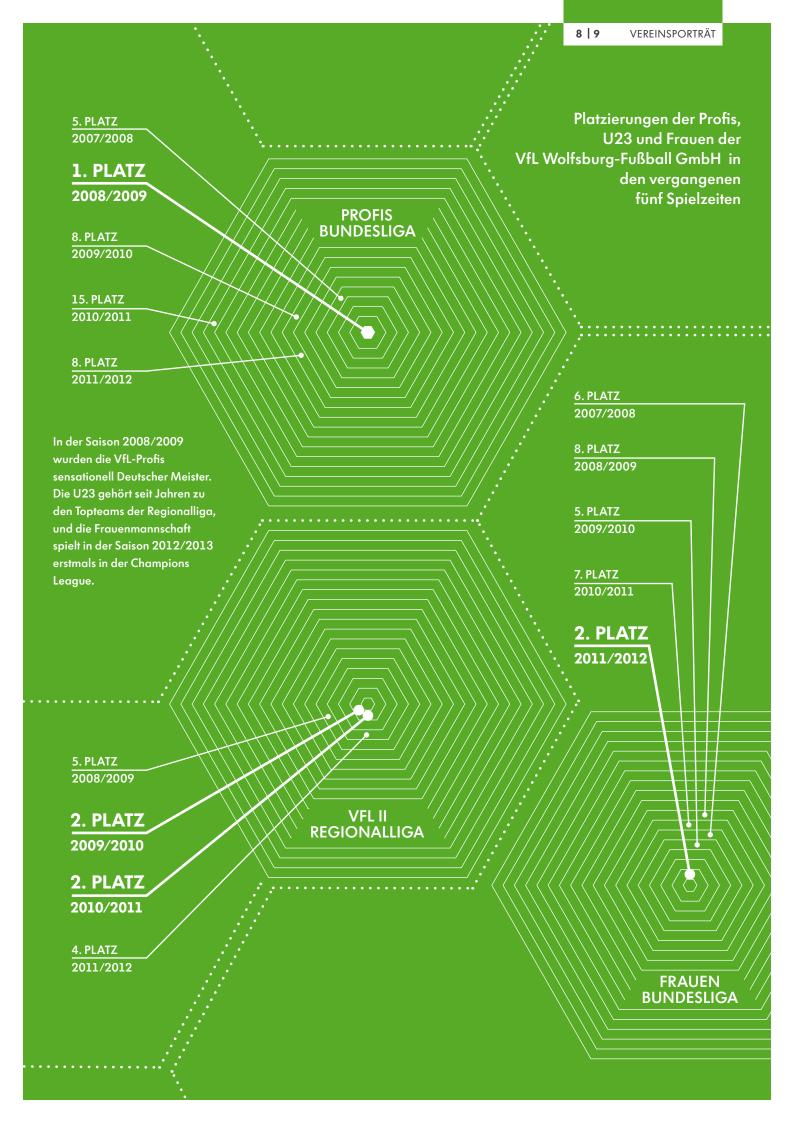
son 2011/2012 – nachdem sie zuvor zwischen dem achten und dem fünften Platz pendelte – mit dem zweiten Tabellenplatz. Damit konnte sie sich auch erstmals für die Champions League qualifizieren.

In der Saison 2011/2012 spielten in der Frauenmannschaft des VfL Wolfsburg vier A-Nationalspielerinnen, eine U17-Spielerin und vier internationale Nationalspielerinnen. In der Saison 2012/2013 sind es sechs A-Nationalspielerinnen, vier U20-Nationalspielerinnen, zwei U17-Spielerinnen und eine internationale Nationalspielerin. Derzeitige Spielstätte der Frauen ist das VfL-Stadion am Elsterweg. Ab der B-Jugend sind die Mannschaften der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH zugeordnet. Die Jugendarbeit des Vereins erwies sich in den vergangenen Jahren als äußerst erfolgreich. So waren die A-Junioren (U19) 2011/2012 Norddeutscher Meister und 2010/2011 Deutscher Meister. Zudem war die Mannschaft erster deutscher Teilnehmer bei den Next-Gen Series und spielt hier in der Saison 2012/2013 bereits zum zweiten Mal. Das europäische Turnier für U19-Mannschaften hat im Jugendbereich in etwa den Stellenwert der Champions League bei den Profis. Die B-Junioren (U17) konnten 2011/2012 den zweiten und 2010/2011 den fünften Platz in der Bundesliga Nord/Nordost erreichen.

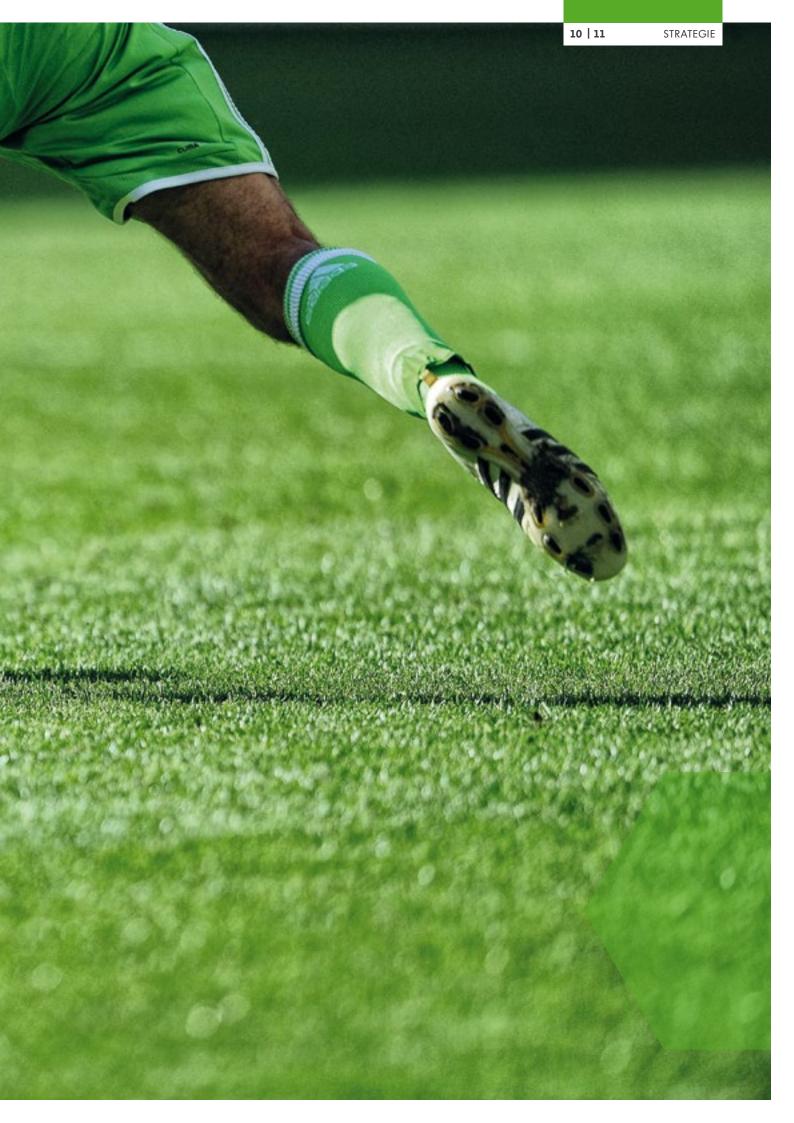
Das Nachwuchsleistungszentrum des VfL Wolfsburg ist das Zentrum und Aushängeschild seiner Jugendarbeit. Seit seiner Eröffnung 2007 bietet es hervorragende Bedingungen für die Ausbildung von Talenten. Dabei verfolgt es die Philosophie, die jungen Spieler systematisch, altersgemäß, belastungs- und anforderungsgerecht in den Bereichen Bewegungs- und Ballkoordination, Techniklernen, fußballspezifische Fitness, Spiel und Wettbewerbsfähigkeit sowie Persönlichkeitsentwicklung zu fördern. Zum Programm gehören auch die Ausbildung im schulischen und persönlichen Bereich, die Entwicklung von Teamfähigkeit, Eigenverantwortlichkeit und Repräsentationsfähigkeiten sowie eine Rundumbetreuung und optimale Trainingsvoraussetzungen. Seine umfassenden Grundsätze und Anforderungen hat das Nachwuchsleistungszentrum in einem Kodex festgehalten.



Die Frauenmannschaft des VfL Wolfsburg hat sich in den vergangenen Jahren fest in der Bundesliga etabliert und qualifizierte sich mit dem zweiten Platz in der Saison 2011/2012 für die Champions League.







MIT HERZ UND VERSTAND AUF DEM WEG AN DIE SPITZE

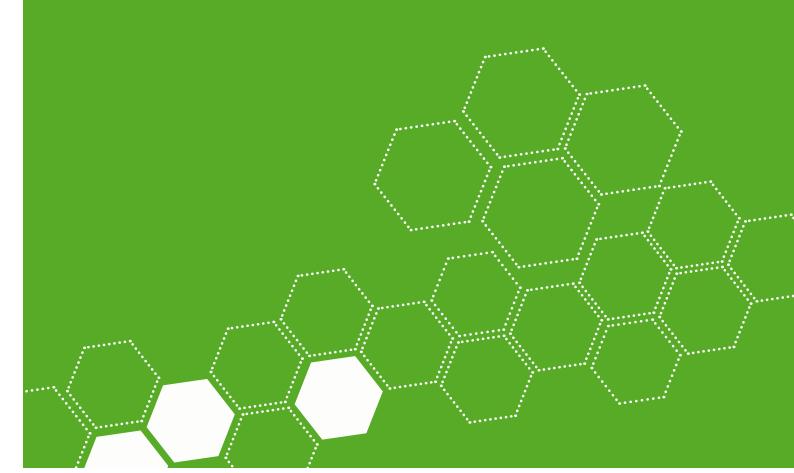
ALS TRADITIONSREICHER SPORTVEREIN MIT RUND 20.000 MITGLIEDERN UND NOCH GRÖSSERER FANGEMEINDE IST SICH DER VFL WOLFSBURG SEINER GESELLSCHAFTLICHEN VERANTWORTUNG ABSOLUT BEWUSST.

Seit seinem Bestehen gehört neben zielstrebigem sportlichem Einsatz auf dem Weg an die Tabellenspitze auch soziales Engagement zum Selbstverständnis des Vereins und bestimmt sein Handeln maßgeblich mit. Dies wird auch im Markenleitbild des VfL Wolfsburg deutlich.

Gemeinsam mit Experten hat der Verein in einem mehrstufigen Prozess den Markenkern des VfL Wolfsburg analysiert. Hierzu wurden zahlreiche Interviews, Gruppendiskussionen sowie eine Onlinebefragung mit internen und externen Stakeholdern durchgeführt, darunter Mitarbeiter des VfL Wolfsburg und der Volkswagen AG, aber auch Sponsoren, Sportjournalisten und Fans. Im Zuge der Analyse kristallisierten sich schließlich drei Markenwerte heraus, die den Verein auszeichnen und sein ausgeprägtes Bewusstsein für seine gesellschaftliche Verantwor-

tung verdeutlichen: "ganzheitlich innovativ", "leidenschaftlich teamorientiert" und "nachhaltig erfolgreich". Gemeinsam dienen diese Werte dem übergeordneten Ziel des VfL Wolfsburg: "Wir unternehmen Fußball so ganzheitlich, dass wir uns langfristig an der internationalen Spitze etablieren."

An seinem strategischen Vorgehen bei der zukünftigen Ausrichtung sowie der Planung und Gestaltung sämtlicher Aktivitäten ist klar erkennbar, dass sich der Verein in den vergangenen Jahren die professionellen Strukturen eines Wirtschaftsunternehmens angeeignet hat. Getragen von seinen Mitarbeitern und in enger Kooperation mit seiner Muttergesellschaft Volkswagen AG, arbeitet er gezielt und mit vereinten Kräften darauf hin, dass sich der VfL Wolfsburg sportlich nachhaltig im oberen Drittel der Bundesliga etabliert.





Die Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH: Thomas Röttgermann, Klaus Allofs und Wolfgang Hotze.

GEMEINSAM ZUM ZIEL

EINE ORGANISATION, DIE FUNKTIONIERT: DIE VFL WOLFSBURG-FUSSBALL GMBH BESITZT MIT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG UND DEM AUFSICHTSRAT ZWEI ENTSCHEIDENDE ORGANE.

Die Verantwortung für die Geschäfte des VfL Wolfsburg wurde bewusst auf mehrere Schultern verteilt, um die unternehmerischen Entscheidungen des Vereins auf ein breites Fundament zu stellen. Im Berichtszeitraum gab es unter den Mitgliedern der Geschäftsführung folgende Aufgabenverteilung:

- · Finanzen & Controlling, Sprecher der Geschäftsführung
- Marke & Vertrieb, Organisation & Stadionbetrieb, Service, Personal sowie Frauenfußball
- · Lizenzfußball & Nachwuchsleistungszentrum

 Mehrere Stabsstellen-Funktionen sind der Geschäftsführung als Ganzer zugeordnet

Die Geschäftsführer werden bestellt, überwacht, beraten und abberufen von einem bis zu zwölfköpfigen Aufsichtsrat, dem ein Aufsichtsratspräsidium vorsteht. Der Aufsichtsrat setzt sich aus Vertretern des alleinigen Gesellschafters, der Volkswagen AG, dem Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg Klaus Mohrs sowie Persönlichkeiten des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens der Stadt Wolfsburg zusammen.



Die Volkswagen Arena ist seit zehn Jahren die Spielstätte der "Wölfe" und Anziehungspunkt für Fußballbegeistere aus der gesamten Region.

VERBUNDEN MIT DER REGION – WELTWEIT AKTIV

ALS BUNDESLIGAVEREIN UND WICHTIGER TEIL DER STADT WOLFSBURG TRÄGT DER VFL WOLFSBURG EINE BESONDERE VERANTWORTUNG FÜR SEINE REGION. LÄNGST BESCHRÄNKT SICH DIESE NICHT MEHR NUR AUF DEN SPORT, SONDERN SCHLIESST AUCH AKTIVITÄTEN IM SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BEREICH MIT EIN.

Der Verein sieht sich als Vorbild und möchte mit seinem gesellschaftlichen Engagement andere zum Nachdenken und vor allem zum Mitmachen anregen. Dies geschieht aus der Motivation heraus, den Menschen in der Stadt und der Region etwas von dem zurückzugeben, was sie dem VfL Wolfsburg seit seiner Gründung 1945 zukommen ließen. Das gegenseitige Geben und Nehmen ist die innere Stärke des Vereins. Nachdem sich die Aktivitäten zunächst auf die Region um Wolfsburg konzentrierten, hat der VfL Wolfsburg sie inzwischen auf ganz Deutschland ausgeweitet. Mit der Initiative Wolfsburg United wird der Verein in Kooperation mit Unicef nun erstmals auch weltweit aktiv.

Verantwortlich für den Bereich CSR ist beim VfL Wolfsburg Mitgeschäftsführer Thomas Röttgermann. Der hohe Stellenwert, der dem Bereich CSR beigemessen wird, wird auch an der Tatsache deutlich, dass die von ihm verantwortete Stabsstelle 3,5 Mitarbeiter beschäftigt, wobei eine halbe Stelle zum Bereich Kommunikation gerechnet wird.

SOZIALES ENGAGEMENT ALS GEMEINSCHAFTSPROJEKT

Der VfL Wolfsburg richtet seine Aktivitäten im Bereich CSR an den drei Prinzipien Wirksamkeit, Nachhaltigkeit und Ehrlichkeit aus. Sein Ziel ist es, die gelebten Werte des Sports in den Alltag zu integrieren. Vier Themenbereiche liegen dem Verein besonders am Herzen: Bildung, Integration, Gesundheit und Umwelt. Dabei geht es insbesondere darum, Lernfreude zu vermitteln, die integrative Kraft des Fußballs für ein respektvolles Miteinander, Fairness und die Integration von Menschen mit Behinderung zu nutzen, den Klima- und Umweltschutz voranzutreiben sowie einen aktiven und gesunden Lebensstil zu fördern.

Die Anfang 2012 neu gestartete Initiative "Gemeinsam bewegen" bildet die große Klammer für sämtliche Aktivitäten des VfL Wolfsburg in diesen vier Bereichen. Der Name des umfangreichen Maßnahmenpakets macht zugleich deutlich, wor-

auf es basiert: Der Verein sowie die Fans, Sponsoren und Partner ziehen an einem Strang – das Engagement ist damit echte Teamarbeit. Dabei gilt "Gemeinsam bewegen" gleich in dreifacher Hinsicht: sich bewegen, etwas bewegen und Menschen bewegen.

EINE REGION – EIN TEAM

Das langfristig angelegte Projekt "Anstoß VfL" ist Teil der Initiative "Gemeinsam bewegen". Mit ihm verfolgt der VfL Wolfsburg seit 2006 aktiv das Ziel, Kinder und Jugendliche für eine ausgewogene Lebensweise mit Sport und gesunder Ernährung zu begeistern. Die Schirmherrschaft für das Projekt hat das niedersächsische Kultusministerium übernommen und auch der niedersächsische Fußballverband (NFV) unter-

stützt "Anstoß VfL". Mittlerweile gehören neben 100 Vereinen und 100 Schulen auch 25 Kitas in den Regionen Niedersachsen und Sachsen-Anhalt zum Netzwerk des Projekts und pflegen eine enge Beziehung zum Verein.

Die Angebote, die der VfL Wolfsburg im Rahmen von "Anstoß VfL" an seine Partner richtet, sind vielfältig und orientieren sich eng an den Bedürfnissen der Zielgruppe. Zu den Grundleistungen zählen neben regelmäßigen Einladungen zu den VfL-Heimspielen auch jährliche Übungsleiter- und Sportlehrer-Fortbildungen, an denen seit 2006 über 1.000 Lehrkräfte und Trainer teilgenommen haben und die durch den NFV zertifiziert werden.

Neben dem Schwerpunkt Gesundheit – seit einem Jahr in Kooperation mit der Ball-

schule (siehe auch Kapitel Gesellschaft) – wurde 2011 auch eine Veranstaltung für Vereine zum Thema Vereinsmanagement angeboten. Des Weiteren können Schulen kostenlos am Muuvit-Abenteuer (bislang haben 50 Partnerschulen das Angebot genutzt) und am VfL-Wiki (mit aktuell 13 Partnerschulen) teilnehmen (siehe auch Kapitel Gesellschaft). Die "Gemeinsam bewegen"-Themen werden so erlebbar und durch die Partner aktiv mitgestaltet.

Zu den Grundleistungen kommen zahlreiche Kreativleistungen, die von den Partnern in Zusammenarbeit mit dem Verein aktiv und kreativ mitgestaltet werden. So veranstaltet zum Beispiel eine Partnerschule nach jedem Heimsieg des VfL Wolfsburg eine VfL-Party für die 5./6. Klasse. Der Verein unterstützt die Aktion mit Fanartikeln, Musik und einem "Ge-

Übergabe der "Anstoß VfL"-Partnerurkunde an die Evangelische Kindertagesstätte in Knesebeck. Seit Herbst 2011 hat der VfL Wolfsburg neben den bestehenden 100 Vereinen und 100 Schulen auch Kooperationen mit inzwischen 25 Kindertagesstätten geschlossen





meinsam bewegen"-Banner. Eine andere Schule hat eine grün-weiße Leseund Relaxecke eingerichtet, die der VfL Wolfsburg durch die Spende von Sitzmöglichkeiten und Lesematerial unterstützt hat. Rund 150 Partner haben inzwischen eine VfL-Ecke bei sich eingerichtet, die zum Teil durch eine AG laufend betreut und aktualisiert wird. Der Verein unterstützt die Partner mit Fanpaketen zur Ausgestaltung der VfL-Ecken. Zudem veranstalten zahlreiche Partner Grundschulfußballturniere, die der Verein regelmäßig durch Spielerbesuche unterstützt.

Der VfL Wolfsburg fördert nach Möglichkeit alle Ideen der Partner und realisiert jährlich unter anderem rund 50 Auftritte des Maskottchens Wölfi sowie zehn weitere von Spielern, Spielerinnen oder Trainern bei den Partnern und führt zudem etwa 30 Besuche der Partner in der Volkswagen Arena durch. Außerdem werden jährlich circa 3.000 Kinder bei der Schultütenaktion beschenkt.

VERANTWORTUNGS-BEWUSSTES HANDELN

Je größer eine Organisation ist, desto wichtiger ist es, Strukturen zu schaffen, die klare Regelungen für das Handeln vorgeben. Der Volkswagen Konzern hat in seinem Code of Conduct wesentliche Grundprinzipien zusammengefasst. Die Verhaltensgrundsätze gelten auch für den VfL Wolfsburg und geben seinen Mitarbeitern einen Wegweiser an die Hand, der sie in der Bewältigung der rechtlichen und ethischen Herausforderungen bei der täglichen Arbeit unterstützt.

Um die Gefahr von Interessenkonflikten zu vermeiden, hat der VfL Wolfsburg zudem einen Compliance Officer ernannt und in enger Kooperation mit der Volkswagen AG Richtlinien erstellt, die nunmehr den Rahmen für verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln bilden. Insbesondere wurden Vorgaben hinsichtlich der Annahme und Vergabe von Geschenken, Einladungen und Spenden gemacht und festgelegt, dass die Abteilung Controlling jegliche Verträge prü-

fen und freigeben muss, bevor sie von der Geschäftsführung genehmigt werden können.

In Verbindung mit dem Engagement eines unserer Sponsoren für den VfL Wolfsburg ermittelt derzeit die Staatsanwaltschaft wegen Korruptionsverdachts. Wir möchten uns hierzu nicht öffentlich äußern, da es sich um ein schwebendes Verfahren handelt. Znudem hat sich zu keinem Zeitpunkt ein Vorwurf gegen die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH gerichtet.

Auch der Datenschutz ist beim VfL Wolfsburg ein wichtiges Thema. Jeder

Mitarbeiter ist aufgerufen, Unterlagen jedweder Art, vertrauliche Daten und Informationen, Erkenntnisse sowie Ergebnisse streng vertraulich zu behandeln, und bestätigt dies mit der Unterzeichnung einer entsprechenden Verpflichtung. Zum Datenschutzbeauftragten wurde der Leiter Beschaffung Holger Matysiak berufen.

Bei der Beschaffung arbeitet der VfL Wolfsburg ebenfalls eng mit der Volkswagen AG zusammen. So wurden hinsichtlich der Nachhaltigkeitsanforderungen im Einkauf die Richtlinien der Muttergesellschaft adaptiert. Beim Büromaterial wurde durch die stichprobenhafte Erfassung

der Verbrauchsmengen die Beschaffung optimiert.

Im Bereich Merchandising hat der Verein im Juli 2012 begonnen, ein eigenes Qualitätsmanagement aufzubauen, und arbeitet hierbei mit einem Experten im Bereich der Qualitätssicherung und Zertifizierung für Textilien zusammen. Damit soll unter anderem sichergestellt werden, dass sämtliche Produkte über die gewünschte Produktqualität und -sicherheit verfügen. Mit der "Grünen Linie" wurde eine nachhaltige Kollektion aus Bio-Baumwolle ins Angebot aufgenommen. Zudem stammt in der Saison 2012/2013 das dritte Tri-





Das VfL-Maskottchen Wölfi ist nicht nur im Stadion, sondern auch in Vereinen, Schulen und Kindertagesstätten unterwegs.

Zu den "grünen Maßnahmen" des VfL gehört unter anderem der komplette Umstieg auf Ökostrom beim Betrieb aller Einrichtungen sowie eine eigene Fanartikel-Linie aus Bio-Baumwolle.

Zusammen mit Wolfsburgs Oberbürgermeister Klaus Mohrs stellte VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann im Frühjahr 2012 einen Stadtbus vor, der für die Initiative "Gemeinsam bewegen" wirbt.



kot aus der "Better Place"-Initiative von Adidas.

Um die Zufriedenheit der Fans und Zuschauer sicherzustellen und einen optimalen Informationsfluss zu gewährleisten, gibt der VfL Wolfsburg auch im Rahmen des Beschwerdemanagements einen genauen Ablauf vor, wie mit schriftlicher und telefonischer Kritik sowie mit Anfragen umzugehen ist.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Situation eines Fußballclubs sind sich die Verantwortlichen beim VfL Wolfsburg einig, dass eine solide Finanzierung gesichert

werden muss, um das nachhaltige Bestehen der Vereine zu sichern. Aus diesem Grund wird die Einführung der UEFA-Initiative Financial Fair Play grundsätzlich begrüßt. In Wolfsburg sieht man sich jedoch mit einer besonderen Situation konfrontiert: Aktuell unterscheidet die Regelung nicht zwischen Sponsoren im klassischen Sinne und Sponsoren, die gleichzeitig Eigentümer sind, so wie es auf die Volkswagen AG zutrifft. Letzterer ist in der Stadt verwurzelt und sieht den Verein nicht als Investitionsobjekt oder gar als Spielerei an. Hier werden vielmehr langfristige Ziele verfolgt, die der gesamten Region dauerhaft Nutzen stiften. Der VfL Wolfsburg vertritt daher die Auffassung, dass die Sinnhaftigkeit eines Sponsorings nicht nach Benchmarks bemessen werden darf, sondern der für den Sponsor individuelle Nutzen entgegengestellt werden muss. Dabei spielt vor allem die langfristige Wirkung eine Rolle, die ein Sponsor im klassischen Sinne nicht erzielen kann.

Wie hoch das Engagement der Volkswagen AG beim VfL Wolfsburg zu bewerten ist, zeigt sich unter anderem darin, dass die Bekanntheit der Muttergesellschaft als Sponsor des Vereins ligaweit am höchsten ist.



PARTNERSCHAFTLICH VERBUNDEN

BEI SEINEM GESAMTEN GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENT SETZT DER VFL WOLFSBURG AUF DIE ZUSAMMENARBEIT MIT EXPERTEN, UM JEDERZEIT DIE ERFORDERLICHE SACHKENNTNIS SICHERZUSTELLEN.

So ist der Verein Mitglied im Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.), bei der Plattform Ernährung und Bewegung e.V. (peb) und unterhält Partnerschaften mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU), der Stadt Wolfsburg und dem Kultusministerium Niedersachsen.

Im Rahmen des Projekts "Anstoß VfL – 100 Schulen & 100 Vereine" kooperiert der VfL Wolfsburg mit zahlreichen Schulen, Vereinen und Kitas, arbeitet darüber

hinaus mit verschiedenen Universitäten zusammen und engagiert sich in den Arbeitskreisen des Deutschen Fußball-Bundes e.V. (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL). Schließlich gehört der VfL Wolfsburg zu den Gründungsmitgliedern des CSR-Arbeitskreises der Bundesliga-Stiftung und ist in diesem Themenfeld nach wie vor besonders aktiv.

Des Weiteren finden regelmäßige Dialoge statt, unter anderem mit Sponsoren und Vertretern der Stadt Wolfsburg, den

Partnern der einzelnen Projekte und dem Fanprojekt. Im Rahmen von Fachvorträgen findet zudem ein Austausch mit der interessierten Öffentlichkeit statt.

Für sein intensives Engagement hat der VfL Wolfsburg zahlreiche Auszeichnungen erhalten, darunter das Ökoprofit-Siegel im Rahmen der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011. Zudem war der Verein aufgrund seines barrierefreien Onlineauftritts für den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2012 nominiert.



Im Rahmen der B.A.U.M.-Jahrestagung 2011 in Hamburg überreichte der Vorstandsvorsitzende Professor Dr. Maximilian Gege (rechts) VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann die Mitglieds-Urkunde.

GEMEINSAM FÜR MENSCH UND NATUR

"GEMEINSAM BEWEGEN" IST EINE INITIATIVE, DIE VON MENSCHEN GETRAGEN UND GEPRÄGT WIRD. SIE VEREINT DAS ZIEL, POSITIVE VERÄNDERUNGEN IM SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BEREICH ANZUSTOSSEN. FÜNF UNTERSTÜTZER DER INITIATIVE SCHILDERN IM INTERVIEW, WAS SIE GEMEINSAM MIT DEM VFL WOLFSBURG BEWEGEN.

	"Es gehen immer wieder Impulse vom Verein aus" Kathrin Bornschein, Lehrerin an der Erich-Kästner-Grundschule in Weddel, über "Anstoß VfL", das Muuvit-Abenteuer und das VfL-Wiki	22
•	"Nachhaltigkeit erlebbar gestalten" Nico Briskorn, Leiter Corporate Social Responsibility der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH, über die Entwicklung einer CSR-Strategie für den VfL Wolfsburg	24
•	"Barrierefrei an Ort und Stelle" Gudrun Kneiske-Spitzer, Stadt Wolfsburg – Geschäftsbereich Gesundheit und Soziales, über Integration und Inklusion beim VfL Wolfsburg	26
•	"Eine ideale Kombination" Olaf Tschimke, Präsident des Naturschutzbundes Deutschland (NABU), über die Kooperation mit den "Wölfen" in den Bereichen Umweltschutz und Umweltbildung	28
•	"Kindern das Tor zur Bewegung öffnen" Liesel Westermann-Krieg, Gewinnerin der Silbermedaille im Diskus bei den Olympischen Spiele 1968 und Muuvit-Botschafterin	29









Im Rahmen des Muuvit-Abenteuers wurde in der Grundschule Brome eine Übungseinheit mit 120 Schülerinnen und Schülern veranstaltet.

"ES GEHEN IMMER WIEDER IMPULSE VOM VEREIN AUS"

KATHRIN BORNSCHEIN, LEHRERIN AN DER ERICH-KÄSTNER-SCHULE

Beschreiben Sie bitte kurz das Partnerprojekt mit dem VfL Wolfsburg.

Die Erich-Kästner-Schule ist seit 2008 Partnerschule des VfL Wolfsburg und arbeitet nun schon im fünften Jahr eng und erfolgreich mit dem Verein zusammen. Bei den Kindern besonders beliebt ist, neben dem jährlichen Stadionbesuch, das Muuvit-Abenteuer, das Bewegung und gesunde Ernährung in den Mittelpunkt stellt. Unser neuestes Projekt ist das VfL-Wiki, das ganz neue Möglichkeiten bietet und die Schüler besonders motiviert. Sie können durch das VfL-Wiki ihr eigenes Wissen anderen zugänglich machen und so mit anderen, aber auch von anderen erfolgreich lernen.

Welche Erwartungen hatten Sie zu Beginn der Kooperation an das Projekt und an die Kooperation mit dem VfL Wolfsburg?

Da dies für Schulen "Neuland" war, hatte ich keine größeren Erwartungen an diese Partnerschaft, aber die Hoffnung, dass uns vielleicht mal ein Profi in der Schule besucht oder mit den Kindern trainiert. Und die Option, gemeinsam mit vielen Kindern ein Bundesligaspiel zu besuchen, fand ich sehr attraktiv. Für viele Schüler ist das Thema Fußball ein sehr wichtiger Bereich außerhalb der Schule und ich denke, sie fühlen sich in einer Schule besonders wohl, die diesen Bereich nicht ausklammert.

Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Sie sind übertroffen worden. Im Laufe der Zeit hat sich das Projekt "Anstoß VfL" weiterentwickelt und es sind viele Aktionen hinzugekommen. Während sich anfangs die Kooperation nur auf

den sportlichen Bereich bezog, hat sich im Laufe der Jahre eine Wandlung vollzogen. Wichtige Schwerpunkte sind nun auch Bildung und Gesundheitserziehung. Unser VfL-Highlight war der Besuch von Armin Veh und Achim Sarstedt an unserer Schule zum Start des Muuvit-Abenteuers, das mittlerweile ein fester Bestandteil im Jahresablauf unserer Schule geworden ist. Besonders und in der Umsetzung mit einem Bundesligaverein einzigartig ist auch das VfL-Wiki. Durch die Verknüpfung mit Fußballthemen sind die Kinder besonders motiviert und zeigen große Lernfreude. Sie erlangen durch gemeinsames Ar-

beiten am Computer Medienkompetenz und Iernen ebenfalls, welche Regeln und Sicherheitsmaßnahmen man im Internet beachten muss. Uns Lehrkräfte erfreuen auch die angebotenen Fortbildungen des VfL "rund um den Ball". Besonders die letzte Fortbildung Ballschule war sehr praxisorientiert, neue Anregungen konnten gleich in Unterricht umgesetzt werden.

Wie läuft die Kooperation mit dem Verein? Welche Rolle übernimmt der VfL?

Der VfL Wolfsburg zeigt sehr viel Initiative, es gehen immer wieder neue Impulse vom Verein aus. Neben den bereits genannten Projekten besteht zum Beispiel seit Kurzem die Möglichkeit, den grün-weißen Medienbus des Vereins in die Schule kommen zu lassen. In diesem Bus können die Kinder viel über gesunde Ernährung und Bewegung lernen. Das sind Themen, die uns als Schule sehr wichtig und auch in unserem Leitbild verankert sind. Die Kooperation ist schon eine Bereicherung unseres Schullebens!

Wie beurteilen Sie den Einfluss des VfL Wolfsburg auf den Erfolg des Projekts?

Natürlich ist es für viele Schüler wichtig, dass der Bundesligaverein VfL Wolfsburg hinter den Projekten steht. Einige Schüler haben sich zum Beispiel nur für das VfL-Wiki interessiert, weil man dort ein tolles Mannschaftsposter zusammenpuzzeln kann oder weil das Fußballquiz so viel Spaß macht. Aber dadurch wurden sie motiviert, die dort hinterlegten Angebote zu nutzen, und üben nun auch Einmaleinsaufgaben mit Trikotnummern oder Ähnli-

ches. Bei vielen Kindern wird durch den VfL und das Einbeziehen von Fußballthemen die Lernmotivation gesteigert.

Wie wird das Projekt von den Teilnehmern auf- und angenommen?

Die Teilbereiche des Projekts sprechen oft unterschiedliche Schüler an. Es gibt viele Mädchen, die durch die Einladung zum Bundesligaspiel zum ersten Mal in ein Fußballstadion gehen und so ihr Interesse für den Fußball entdecken. Muuvit wird von allen Kindern unserer Schule begeistert aufgenommen und motiviert zu besonders viel Bewegung; auch einige Eltern machen mittlerweile mit. Das VfL-Wiki



spricht auch Kinder an, die nicht unbedingt die Sportskanonen sind, aber gerne Texte schreiben. Hier hängt es oft von der Ausstattung und Organisation der Schule ab, wie intensiv im Wiki gearbeitet werden kann. Unsere Schule hatte das Glück, mit Unterstützung des Vereins Schreibkonferenzen mit einer anderen Schule durchführen zu können. Da waren alle Kinder begeistert dabei und zeigten großen Lernzuwachs und viel Engagement.

Welche Auswirkungen hat das Projekt auf die Teilnehmer?

Bei vielen Kindern ist das Thema Fußball emotional positiv besetzt und erhöht dadurch die Lernfreude. Und alles, was mit Spaß gelernt wird, wird auch besser behalten.

Wie beurteilen Sie das soziale Engagement eines Fußballclubs im Allgemeinen?

Der Fußball hat Vorbildfunktion für viele Menschen in unserer Ge-

sellschaft und verkörpert das, was sich viele auch für sich selbst wünschen: Erfolg, Ansehen, Wohlstand, Popularität. Viele Kinder geben als Berufswunsch "Fußballprofi" an und versuchen, ihren Vorbildern nachzueifern. Deshalb ist es ausgesprochen wichtig, dass ein Fußballverein auch im sozialen Bereich diesen Einfluss nutzt und Zeichen setzt.

Wie beurteilen Sie das soziale Engagement des VfL Wolfsburg im Speziellen?

Der VfL Wolfsburg hat seine Vorbildfunktion im sozialen Bereich erkannt und angenommen. Mit den Themen Bildung, Integration, Gesundheit und Umwelt werden wichtige Bereiche unserer Gesellschaft aufgegriffen und mit Leben gefüllt. Ich kann dies nur begrüßen und wir als Partnerschule freuen uns über die Unterstützung, die uns durch die Kooperation mit dem VfL Wolfsburg geboten wird.







"NACHHALTIGKEIT ERLEBBAR GESTALTEN"

NICO BRISKORN, LEITER CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DER VFL WOLFSBURG-FUSSBALL GMBH

Welche Motive gab es, eine umfassende CSR-Strategie zu entwickeln?

Nachhaltigkeit und soziales Verantwortungsbewusstsein sind seit jeher zentrale Elemente unserer DNA. Als Bundesligaverein und wichtiger Teil der Stadt Wolfsburg nimmt der VfL Wolfsburg bereits seit der Gründung 1945 seine große Verantwortung gegenüber den Menschen der Region wahr. Mit der Anfang 2012 gestarteten Initiative "Gemeinsam bewegen" bekommt dieses Engagement einen Rahmen. Unter diesem Dach werden wir zukünftig all unsere CSR-Aktivitäten transparent kommunizieren. Entscheidend ist dabei für uns, dies zu hundert Prozent glaubwürdig zu tun und den Verein ganzheitlich mit all seinen CSR-Facetten abzubilden.

Was versprechen Sie sich von der Initiative?

Mit "Gemeinsam bewegen" möchten wir Nachhaltigkeit in all ihren Dimensionen begreifbar machen und so eine bessere Wahrnehmung unserer CSR-Aktivitäten erreichen. Die neue Struktur mit den vier definierten Themenschwerpunkten Bildung, Integration, Gesundheit und Umwelt zeichnet ein klares Profil. Sie hilft uns, bereits existierende Engagements zu bündeln und neue, auf uns zugeschnittene Projekte zu initiieren. Bereits jetzt erhalten wir dabei Unterstützung durch unsere Partnerschulen, -vereine und Kitas oder die VfL-Profis und Trainer, die sich regelmäßig in den Dienst der guten Sache stellen. Sicherlich zählen am Ende des Tages an erster Stelle die drei Punkte auf dem Platz. Wir wollen mit unserer Initiative "Gemeinsam bewegen" aber auch außerhalb des Platzes Zeichen setzen. Fußball ist mehr als 90 Minuten.

Gab es dabei Vorbilder, an denen man sich orientiert hat?

Wir haben uns natürlich in der Bundesliga und in den anderen europäischen Ligen umgeschaut, auch wenn die Professionalisierung von CSR im Fußball noch am Anfang steht. Auch klassische Unternehmen haben wir unter die Lupe genommen: Was können wir hier lernen und auf den Fußball übertragen? Nicht zuletzt haben wir vom Know-how unserer Mutter Volkswagen profitiert, die das Thema schon wesentlich länger professionell bearbeitet. Generell wollen wir jedoch nicht nur kopieren, sondern in erster Linie innovieren! So setzen wir uns intensiv mit den vier Themenfeldern auseinander und prüfen gemeinsam mit Kollegen, Experten und Partnern, mit welchen Projekten und Maßnahmen wir zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft beitragen können.

Beschreiben Sie bitte den Ablauf der Umsetzung.

Im November 2009 bestätigte die Geschäftsführung das zuvor erarbeitete CSR-Konzept, welches in den anschließenden Monaten durch die Ideen und Anregungen der Kollegen erarbeitet und in verschiedenen Workshops stetig verbessert wurde. Den hohen Stellenwert, der CSR zu diesem Zeitpunkt bereits beigemessen wurde, verdeutlichte die Gründung einer Stabsstelle CSR zum 1. Juli 2010. In der Folgezeit entstanden erste neue Projekte in den vier Themenschwerpunkten, unter anderem das VfL-Wiki im Bereich Bildung. Im Januar 2012 wurde schließlich die Initiative "Gemeinsam bewegen" erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Seither legen wir den Fokus insbesondere auf die Kommunikation unserer Aktivitäten. Vorläufiger Höhepunkt ist der nun veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht.

Warum wurden die vier Bereiche Bildung, Integration, Gesundheit und Umwelt gewählt?

Als Fußballverein haben wir eine Vorbildfunktion, insbesondere für Kinder und Jugendliche. Wir möchten sie für ausreichende Bewegung und eine gesunde Ernährung genauso begeistern wie für das Lernen, egal ob in der Schule oder außerschulisch. Die Sensibilisierung für eine tolerante Gesellschaft, die jeden in seiner Mitte aufnimmt, bildet den Schwerpunkt für das Thema Integration. Das Thema Umwelt, mit dem wir uns schon länger auseinandersetzen, ist nicht zuletzt durch Fukushima noch stärker in den Fokus geraten. Wir möchten uns auf der einen Seite immer wieder selbst ermahnen, ein noch grünerer Verein zu wer-

den, und auf der anderen Seite unseren Teil dazu beitragen, dass durch die Kommunikation unserer Aktivitäten und Einbeziehung der Fans und Mitglieder die Teilhabe der Gesellschaft wächst.

Warum und wie haben Sie die jeweiligen Partner ausgewählt? Wir haben uns entschieden, den Großteil unserer Projekte eigenständig zu initiieren. Dabei haben wir einen hohen qualitativen Anspruch an unsere Projekte. Um diesem gerecht zu werden,





sind wir auf die Expertise unserer Partner angewiesen. Sie bringen das uns fehlende Know-how mit und unterstützen uns bei der Entwicklung innovativer und wirksamer Projekte, die zu uns passen. Unser Bildungsprojekt, das VfL-Wiki, ist dafür ein tolles Beispiel. Gemeinsam mit erfahrenen Medienpädagogen, die bereits mehrere nationale und internationale Wiki-Projekte umgesetzt haben, haben wir ein deutschlandweit höchst innovatives E-Learning-Arrangement für Schulen geschaffen, das Schüler über die Themen Neue Medien und Fußball für das Lernen begeistert.

Wie wird das Engagement von den Projektpartnern und vor allem von den Teilnehmern angenommen?

Die vielen positiven Rückmeldungen insbesondere unserer 225 Sozialpartner, mit denen wir bereits seit 2006 im Rahmen des Projekts "Anstoß VfL" zusammenarbeiten, zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Gerade bei unseren Partnerschulen, -vereinen und Kitas gibt es eine hohe Bereitschaft, aktiv an den Projekten der Initiative "Gemeinsam bewegen" mitzuarbeiten. Zudem wird das Thema Umwelt bereits durch drei große Sponsoren gefördert, die als VfL-Umweltpartner in die Initiative eingebunden sind. Neben den LandE-Stadtwerken Wolfsburg (LSW), die unseren Ökostrom liefern, sind dies Zentralsolar und Avista Oil. Unsere Partner unterstützen uns unter anderem bei der inhaltlichen Entwicklung neuer, teils auch gemeinsamer Projekte. So bieten wir zum Beispiel gemeinsam mit den LSW auch unseren Fans VfL-Ökostrom an.

Wie wird das Engagement des VfL Wolfsburg von der Öffentlichkeit angenommen?

Nach langer Zeit haben wir zu Beginn des Jahres 2012 erstmals wieder breitflächig eine Kampagne in Wolfsburg sowie im Stadion durchgeführt und für unsere CSR-Initiative geworben. Das Feedback war durchweg positiv. Zudem konnten wir neue Umfelder erschließen und für uns und unsere Projekte begeistern, zum Beispiel bei der Vorstellung unserer Bildungsprojekte VfL-Wiki und Muuvit auf der Didacta.

Gibt es ähnlich ausgeprägte Initiativen in der Bundesliga?

Generell legt der Bereich CSR im Profisport deutlich zu. Viele Vereine haben ein großes Potenzial darin erkannt, sinnstiftend zur Entwicklung der Gesellschaft beizutragen und gleichzeitig Ziele wie Fanbindung, Imagegewinn oder die Bindung neuer Partner sowie Sponsoren zu realisieren – sie professionalisieren ihr Engagement zunehmend. In der Liga haben mit dem HSV und Werder Bremen weitere Bundesligisten eine CSR-Marke geschaffen, andere Bundesligisten besetzen insbesondere einzelne Themenschwerpunkte. So werden sowohl Mainz 05 als auch der SC Freiburg stark mit dem Thema Umwelt verbunden. Generell ist der Austausch in der Liga in den letzten Jahren stark gewachsen, nicht zuletzt durch die Unterstützung der Bundesliga-Stiftung.

Was würden Sie anderen Sportvereinen empfehlen?

Man sollte sich nicht davor scheuen, Gutes von anderen Vereinen zu übernehmen. Hier könnten die Vereine noch stärker voneinander profitieren. Auch geschlossene Aktivitäten der Bundesligisten wären denkbar, denn gemeinsam kann man mehr bewegen. Am Anfang gilt es, in erster Linie interne Überzeugungsarbeit zu leisten. Ein klares Konzept, das auf den Verein zugeschnitten ist, sowie die frühzeitige Einbindung der Mitarbeiter und Kollegen, welche das Konzept am Ende mittragen müssen, sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren. Voraussetzung für den Erfolg ist zudem die uneingeschränkte Unterstützung durch die Geschäftsführung. Organisatorisch hat sich die Verankerung in einer Stabsstelle, die direkt der Geschäftsführung zugeordnet ist, bewährt.

Gibt es bereits Ideen für die Zukunft?

Neben neu geplanten Projekten – hier ist insbesondere der geplante außerschulische Lernort mit Bau des neuen Ministadions 2014 zu nennen – setzen wir im nächsten Schritt auf eine stärkere Vernetzung unserer Themen. So streben wir an, Umweltbildung in Kooperation mit den Experten des NABU in das Gesundheits-Abenteuer Muuvit einfließen zu lassen. Auch das internationale Engagement wird durch die Partnerschaft mit der Unicef an Bedeutung gewinnen. Hier stehen wir noch am Anfang eines spannenden Weges. Darüber hinaus gibt es bereits eine Vielzahl von Ideen, um unsere Nachhaltigkeitsziele aus dem CSR-Programm zu erreichen. An den Erfolgen und Misserfolgen möchten wir zukünftig auch die Öffentlichkeit noch stärker teilhaben lassen.

Wie fällt Ihr vorläufiges Fazit aus?

Wir sind auf einem guten Weg, befinden uns jedoch noch am Anfang. In vielen Bereichen haben wir in den zurückliegenden Monaten Neuland beschritten, zum Beispiel mit der erstmaligen Erstellung des CO₂-Fußabdrucks oder dem Nachhaltigkeitsbericht. Dadurch konnten wir viele Lerneffekte erzielen, die uns auf dem Weg zu einem noch nachhaltigeren Verein unterstützen. Zukünftig möchten wir insbesondere unsere Fans und Mitarbeiter noch stärker in konkrete Maßnahmen einbinden. Das setzt voraus, dass wir es schaffen, sie dort abzuholen, wo sie stehen. Das heißt, Nachhaltigkeit anfassbar und erlebbar zu gestalten. Nur so kann die Initiative erfolgreich zur Identifikationsstärkung beitragen und das Bild eines teamorientierten und nachhaltigen Vereins stärken.

"BARRIEREFREI AN ORT UND STELLE"

GUDRUN KNEISKE-SPITZER, STADT WOLFSBURG – GESCHÄFTSBEREICH GESUNDHEIT UND SOZIALES

Welche Funktion übernehmen Sie als Beauftragte für Menschen mit Behinderung?

Meine Rolle ist die einer Beraterin zwischen Verwaltung und Bevölkerung. Als solche biete ich Menschen mit Behinderungen zahlreiche Hilfestellungen und Informationen an. Außerdem begleite ich Einrichtungen, Verbände und Vereine auf dem Weg zur Inklusion. Die Position einer hauptamtlichen Beauftragten für Menschen mit Behinderungen gibt es in Wolfsburg seit Januar 2001. Der Rat und die Verwaltung der Stadt signalisieren damit, dass sie die Belange der Bürgerinnen und Bürger mit Behinderungen ernst nehmen. Gleichzeitig unterstreichen sie ihr Ziel, Wolfsburg auf sämtlichen Ebenen barrierefrei zu gestalten, um allen Menschen eine selbstständige, uneingeschränkte Teilnahme am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen.

Was bedeuten Barrierefreiheit und Inklusion für die Gesellschaft?

Unsere Gesellschaft lebt von der Verschiedenheit: Jede Person ist anders und bereichert mit ihren einmaligen besonderen Fähigkeiten und Erfahrungen das Zusammenleben. Um es mit den Worten unseres ehemaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker zu sagen: "Nicht behindert zu sein ist kein Verdienst, sondern ein Geschenk Gottes, das uns täglich genommen werden kann." Der Begriff Inklusion ist dabei eine konsequente Weiterentwicklung dessen, was vor langer Zeit unter der Bezeichnung Integration begonnen wurde: gemeinsam, zusammen, bei- und miteinander zu leben. Seit vielen Jahrzehnten bestimmen integrative und inklusive Bestrebungen die Arbeit der

kommunalen Beauftragten für Menschen mit Behinderung, insbesondere in den Bereichen Bildung, Wohnen, Arbeit, Freizeit und Sport. Ich bin überzeugt davon, dass die Gesellschaft inklusiv denken und handeln muss, wenn sie allen Menschen in allen Bereichen eine hervorragende, lebenswerte Zukunft bereiten will.

Barrierefreiheit ist für den VfL Wolfsburg eine Herzensangelegenheit im Themenfeld Integration. Wie bewerten Sie die Arbeit des Vereins?

Der VfL Wolfsburg ist nicht nur im Internet barrierefrei für alle zugänglich, sondern auch an Ort und Stelle. Sowohl Menschen mit Sinnesbehinderungen als auch jene, die mit einem Rollstuhl in die Arena kommen, fühlen sich hier absolut willkommen. Mit Angeboten wie barrierefreien Führungen und speziellen Schulungen erfüllt der Verein eine sehr wichtige Aufgabe. Ich finde die Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention durch den VfL Wolfsburg und sein Engagement für ein inklusives Miteinander außerordentlich anerkennenswert.

Zukünftig möchte der VfL Wolfsburg auch den Inklusionsgedanken noch stärker fördern. Kann der Verein hier eine Vorbildfunktion übernehmen und andere begeistern?

Ja, denn er bezieht schon jetzt Menschen mit Behinderungen, deren Angehörige, Freunde und Begleitungen in ihre Aktivitäten ein, sodass sie sich wertgeschätzt und in ihrer Individualität angenommen fühlen. Beispielhaft ist auch das Engagement des Vereins für ALS-Erkrankte im Rahmen der Krzysztof Nowak-Stiftung, die aus dem schicksalhaften Lebensweg des Sportlers Krzysztof Nowak entstanden ist.

Wie sind Ihre persönlichen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit dem VfL Wolfsburg?

Schon seit vielen Jahren stehe ich als Beauftragte mit dem VfL Wolfsburg in engem und positivem Kontakt, ob bei Absprachen bezüglich der Ballschule oder bei der persönlichen Übergabe gespendeter Kettcars durch die Vereinsführung an die Schüler der Peter-Pan-Schule. Der Verein leistet einen wichtigen Beitrag zu unserer Zusammenarbeit, indem er viele kreative Ideen

entwickelt, bespricht und umsetzt. Ein Beispiel ist die gemeinsame Beteiligung des VfL Wolfsburg mit der Lebenshilfe und dem VfB Fallersleben bei der Special-Olympics-Veranstaltung im Juni 2011 mit mehr als 800 Athleten.



Wie bewerten Sie Sport und im Speziellen Fußball als motivierendes Erlebnis im Alltag von Menschen mit Behinderung? Welche Wirkung hat ein Training mit Roy Präger? Fußball ist in Wolfsburg nicht mehr wegzudenken und der VfL eine feste Größe im Sportgeschehen. Diese Entwicklung, vor allem aber das gezielte Engagement des Ver-

eins, motiviert Menschen, sich zu bewegen, Kontakte zu knüpfen, sich zu verabreden oder einfach nur zu reden. Die Special-Olympics-Veranstaltung war nicht nur für sämtliche Sportler das Highlight im Jahr 2011. Roy Präger unterstützte als Sportpate die 1. Niedersächsischen Landesspiele und war zur Freude der Athleten und deren Begleiter persönlich anwesend. Ein Training mit ihm ist sicherlich ein Highlight eines jeden Sportlers – ob behindert oder nicht.

Wie beurteilen Sie das Engagement des VfL Wolfsburg im Rahmen der Initiative "Gemeinsam bewegen"?

"Lassen Sie uns miteinander gewinnen!" – so steht's auf der Homepage des Vereins. Und das ist sein Ziel in jeder Hinsicht: sportlich, inklusiv, gemeinsam, ehrlich – wolfsrudelgemäß eben! Ich freue mich sehr, dass es Menschen in Vereinen gibt, die sich nicht nur für Menschen mit Behinderungen einsetzen, sondern sie zum Mitmachen einladen, sie willkommen heißen und gemeinsam mit ihnen die Barrieren aus dem Weg räumen. Dafür möchte ich mich als Betroffenenvertretung für Wolfsburger Bürgerinnen und Bürger mit Behinderungen sowie für alle Gäste (mit Behinderungen) herzlich bedanken.







"EINE IDEALE KOMBINATION"

OLAF TSCHIMPKE, PRÄSIDENT DES NATURSCHUTZBUNDES DEUTSCHLAND (NABU)



Beschreiben Sie bitte kurz das Partnerprojekt mit dem VfL Wolfsburg.

Das Projekt "Willkommen Wolf" hat für den Naturschutz eine große Bedeutung. Durch die Grenzöffnung sind die Wölfe nach Deutschland zurückgekehrt und haben sich wieder angesiedelt. Allein dadurch, dass Wölfe nicht mehr geschossen werden dürfen, haben wir wieder freilebende Wolfsrudel. Leider hat der Wolf jedoch traditionell kein gutes Image. Dies gilt es zu verbessern, damit der Wolf hierzulande gut leben kann. Der Name Wolfsburg deutet ja bereits darauf hin, dass es in dieser Region schon mal Wölfe gegeben hat. Unsere Zusammenarbeit mit dem VfL Wolfsburg ist also eine ideale Kombination. Gemeinsam betreiben wir nun mit der "Tour de Wolf" erfolgreich Öffentlichkeitsarbeit für den Wolf.

Welche Erwartungen hatten Sie an die Kooperation mit dem VfL Wolfsburg und haben sich diese erfüllt?

Meine Hoffnung war, mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Das hat sich in jedem Fall erfüllt, denn der Verein erreicht die Herzen der Menschen. Unsere gemeinsame Kampagne ist sehr erfolgreich: Die Wölfe breiten sich aus und Menschen akzeptieren es – das ist ein Riesenschritt für den Naturschutz. Immerhin ist diese Art nicht freiwillig ausgewandert, sondern wurde vom Menschen ausgerottet. Es geht uns darum, eine realistische Wahrnehmung des Wolfs aufzubauen. Der Wolf ist eine Art, die zu Deutschland gehört, und wir Menschen müssen lernen, mit diesen Tieren zu leben. In vielen anderen Regionen der Erde wie den Alpen oder den Karpaten ist das schon lange möglich.

Wie läuft die Kooperation mit dem Verein?

Der VfL Wolfsburg dient nicht nur als Öffentlichkeitsträger, sondern wirkt aktiv mit. Es gibt immer wieder Gesprächsrunden, in denen gemeinsame Ideen entwickelt werden. Ein Beispiel ist das Heimspiel gegen Nürnberg in der letzten Saison, bei dem wir einen Weltrekordversuch im Wolfsheulen gestartet haben.

Wie wird das Projekt von den Teilnehmern auf- und angenommen?

Die "Tour de Wolf" ist ein großer Erfolg, es besteht ein riesiges Interesse an dem Thema: Wo gibt es Konflikte? Was kann man tun? Unser Wolfsexperte Markus Bathen hat eine unheimliche Fachkenntnis und betreibt wertvolle Aufklärung. Aber auch die Faszination der Tierart wollen die Leute erleben.

Wie beurteilen Sie die soziale Verantwortung eines Fußballclubs im Allgemeinen?

Jeder hat eine soziale Verantwortung. Für den Profisport gilt das in besonderem Maße, denn die Fußballbundesliga erreicht viel mehr Menschen als andere Institutionen. Die Liga hat zudem das Privileg, dass sie Werbepartner in die Öffentlichkeit tragen darf. Der NABU allein würde keine Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen bekommen, die Vereine der Bundesliga hingegen können mit ihren Sponsoren werben. Die Vereine können durch solche Kooperationen zeigen, dass sie Verantwortung übernehmen.

Wie ordnen Sie das Engagement des VfL Wolfsburg im Bereich Nachhaltigkeit ein?

Der Staat kann ja gar nicht alles regeln, vieles geht heutzutage nur über Engagement von Menschen. In diesem Zusammenhang kann die Fußballbundesliga, speziell der VfL Wolfsburg, eine wichtige Rolle spielen. Umweltschutz ist im Verein ein großes Thema. Es werden gerade weitere Strategien für die Bereiche Wassermanagement und Abfall entwickelt und umgesetzt. Das ist in jedem Fall positiv zu sehen. Wenn man jetzt auch noch das Naturschutzelement hinzuzählt – also die Kooperation mit dem NABU bezüglich des Wolf, ist dies schon vorbildlich. Ich finde es richtig, dass der VfL Wolfsburg sich umfassend und tiefer gehend mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt. Wichtig ist, sich konkrete Ziele zu setzen, an denen man sich messen lassen kann. Beim VfL Wolfsburg wird dies ausgezeichnet umgesetzt – und zwar in allen Bereichen der Nachhaltigkeit.

Ist eine Vertiefung der Kooperation geplant? Wie könnten zukünftige Projekte aussehen?

Es gibt noch keine festen Pläne, aber sehr wohl Überlegungen, zukünftig das Thema Umweltbildung gemeinsam umzusetzen – sowohl in neuen als auch in bestehenden Projekten. Zum Beispiel gibt es schon konkrete Ideen, den NABU im Rahmen einer Umweltroute in das Muuvit-Abenteuer zu integrieren. Generell kann in der Öffentlichkeitsarbeit für den Umweltschutz noch einiges getan werden. Wir müssen die Menschen für die Energiewende gewinnen und ihnen klarmachen, dass wir Naturschutz, intakte Ökosysteme und lebendige Landschaften brauchen. Die kommunikative Kraft eines Bundesligisten kann dies auf jeden Fall voranbringen. Deswegen ist es gut, dass der VfL Wolfsburg diese Themen integriert hat. Die Spieler sind Vorbilder – gerade für junge Leute.

"KINDERN DAS TOR ZUR BEWEGUNG ÖFFNEN"

LIESEL WESTERMANN-KRIEG, WELTREKORDLERIN, GEWINNERIN DER SILBERMEDAILLE IM DISKUS BEI DEN OLYMPISCHEN SPIELE 1968, WELTSPORTLERIN 1969 UND MUUVIT-BOTSCHAFTERIN

Was bedeutet Gesundheit für Sie?

"Mens sana in corpore sano" – das berühmte Sprichwort zum gesunden Geist im gesunden Körper ist schon über 2000 Jahre alt und immer noch eine viel zitierte Aussage. Dabei möchte ich betonen, dass es sich schon damals um einen Wunsch handelte, eine Bitte um ein gutes Schicksal. Zweifellos hat jeder Einzelne ein gehöriges Maß an Einfluss auf dieses Schicksal. Viel Bewegung im Alltag und eine ausgewogene Ernährung tragen wesentlich zu Wohlbefinden und Gesundheit bei. Die eigene Bequemlichkeit, der 'innere Schweinehund', und auch fehlende äußere Rahmenbedingungen machen es aber manchmal sehr schwer, das Richtige zu tun. Gesundheit bleibt eine lebenslange Aufgabe.

Was war für Sie ausschlaggebend dafür, die Patenschaft für das Muuvit-Abenteuer zu übernehmen?

Seit Jahrzehnten schaut die Erziehungswissenschaft nach Finnland und ist fasziniert von den außerordentlichen Ergebnissen der finnischen Kinder in internationalen Schulvergleichen. Als mir dazu das Muuvit-Abenteuer vorgestellt wurde, war ich gleich begeistert und wollte dazu beitragen, dass dieses "Tor zur Bewegung" auch für unsere Kinder in Niedersachsen geöffnet wird.

Wie wichtig ist Bewegung für Kinder und Jugendliche?

Bewegung ist der Motor von Lernen und Entwicklung. Über Bewegung erschließt der Mensch seine Welt. Das beginnt mit den gezielten Augenbewegungen des Säuglings, dann seinem Greifen und schließlich dem Krabbeln und Laufen auf ausgewählte Ziele zu. Fürsorgliche Eltern und Erzieher fördern diese Entwicklung und freuen sich mit dem Kind über jeden Fortschritt. Wir Erwachsenen verlieren diesen Zusammenhang von Bewegung, Neugierde, Lernen und Entwicklung später allzu häufig aus den Augen. Toben und Tollen, Raufen und Laufen, Hüpfen und Springen verschwinden außerdem zunehmend aus dem Alltag der Kinder.

Inwieweit kann Muuvit Kindern zu einem gesunden Lebensstil verhelfen?

Muuvit motiviert. Das Programm verführt mit seinen Abenteuerzielen zur körperlichen Bewegung und bettet sie in allgemeine Lernziele ein. Es lockt alle Kinder, ob Bewegungsmuffel oder Sportvereinskind, sich gemeinsam um mehr Alltagsbewegungen zu bemühen. Das Besondere an Muuvit ist ja, dass es darauf abzielt, die Bewegungszeiten der Klassengemeinschaft in der Summe zu verbessern. Die Kinder in der Lerngruppe erkennen dabei, dass sie die Ergebnisse erheblich verbessern können, wenn es ihnen gelingt, die Bequemsten unter ihnen zu motivieren. Deshalb richten sie ihre Aufmerksamkeit nun auf diese Kinder, sprechen sie an und beziehen sie vermehrt ein. Dies verbessert das soziale Klima deutlich und steigert die Lernfreude aller.

Welche persönliche Erfahrung haben Sie als Botschafterin mit dem Muuvit-Abenteuer gemacht? Wie kommt Muuvit in den Schulen an?

Die Kinder sind ausnahmslos begeistert dabei. Ihr Einfallsreichtum und die Vielfalt der Ideen scheinen grenzenlos. Die Lehrkräfte erleben in vielen Fällen, dass Muuvit in ihren Schulen ansteckend wirkt. Das niedersächsische Schulprojekt "Bewegte Schule" erhält dadurch eine neue Facette. Persönlich bin ich sehr froh, mit dem VfL Muuvit nach Deutschland und in weitere europäische Länder geholt zu haben.

Wie beurteilen Sie die soziale Verantwortung von Fußballvereinen?

In fast jedem Dorf gibt es einen Fußballverein. Die Anzahl von begeisterten Kindern, die dem Ball fröhlich hinterher jagen, ist immens. Immer werden sie von Übungsleitern angeleitet und begleitet. Es ist wichtig, dass diese mit viel Einfühlungsvermögen, alle Kinder 'am Ball' halten. Insofern ist die soziale Verantwortung von Fußballvereinen nicht zu überschätzen.

Wie nehmen Sie das soziale Engagement des VfL im Rahmen der Initiative "Gemeinsam bewegen" wahr? Der VfL kommt mit seiner Initiative dieser Verantwortung in besonderem Maße nach. Erzieher, Lehrer, Übungsleiter und auch Eltern werden eingebunden, damit vielen Kindern das Tor zur Bewegung und damit zu einer gesunden Entwicklung offen gehalten wird. Was will man mehr?!



MITARBEITER

EIN STARKES TEAM – VFL UND VW: ALS ERSTER BUNDESLIGIST MIT ORGANISIERTER ARBEITNEHMERVERTRETUNG BIETET DER VFL WOLFSBURG SEINEN BESCHÄFTIGTEN FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN UND LANGFRISTIGE PERSPEKTIVEN.





VERANTWORTUNGSVOLLER ARBEITGEBER

DER UMGANG MIT DEN MITARBEITERN BILDET DEN KERN DES GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS DES VFL WOLFSBURG.

Hinter den Kulissen des Spitzensports beschäftigt der VfL Wolfsburg eine wachsende Zahl an Verwaltungskräften: Innerhalb der letzten zehn Jahre stieg diese von 18 im Geschäftsjahr 2001/2002 auf mittlerweile 123 (Stand August 2012).

Hohes Engagement und Eigeninitiative sowie ein umfassendes Bekenntnis zu den Werten des Vereins zeichnen die Mitarbeiter des VfL Wolfsburg aus. Nur durch die Unterstützung dieses starken

Teams ist der Verein in der Lage, andere Partner zu überzeugen und auch außerhalb des Fußballfelds gemeinsam etwas zu bewegen.

ORGANISIERTE ARBEITNEHMERVERTRETUNG

Für seine Verwaltungskräfte trägt der VfL eine ebenso hohe Verantwortung wie für die Spieler. Nach der vollständigen Übernahme durch den Volkswagen Konzern im Jahr 2007 wurde dem Verein 2009 ein Betriebsrat aus dem Konzern zugeordnet. Damit ist der VfL Wolfsburg der erste Fußballbundesligist mit einer organisierten Arbeitnehmervertretung. Nach anschließenden Verhandlungen mit der IG Metall und Vertrauensleuten wurden Betriebsvereinbarungen zur Einführung von Entgeltgruppen sowie Regelungen zu Boni, Überstunden, Gleitzeit und Altersvorsorge beschlossen und zum 1. Juli 2010 umgesetzt. Ein Tarifvertrag wurde dabei nicht abgeschlossen, die geltenden Regelungen orientieren sich jedoch an den hohen Standards des Volkswagen Konzerns.

Die sozialen Standards des VfL spiegeln sich auch in einer sehr geringen Fluktuationsrate: Lediglich zwei von insgesamt 123 Verwaltungsangestellten schieden im Geschäftsjahr 2011/2012 aus, im Jahr zuvor kein einziger. Auch nach der Elternzeit kehren nahezu 100 Prozent der Mitarbeiter an ihren Arbeitsplatz zurück. Im Jahr 2011 richtete der Verein eine eigene Stabsstelle mit drei Mitarbeitern für das Personalmanagement ein. Von der Personalbeschaffung einschließlich Bewerbermanagement bis zum Aushandeln von Betriebsvereinbarungen übernimmt diese alle wesentlichen Aufgaben.

FAIR PLAY STATT QUOTE

Faire Entgelte, geregelte Arbeitszeiten, Urlaubsanspruch und betriebliche Zusatzleistungen werden den Mitarbeitern des VfL über Betriebsvereinbarungen garantiert. Allen unbefristet Beschäftigten bietet der Verein eine betriebliche Altersvorsorge – in der Verwaltung betrifft dies derzeit 84 Prozent der Mitarbeiter. Zusätzlich hat der



Einer von vielen Mitarbeitern mit großem sozialen Engagement: Beim Berlin Marathon sammelte Dawid Pierzchalski mit seinen gelaufenen Kilometern Geld für ein Hilfsprojekt in Nepal. Mitarbeiter des VfL Wolfsburg wurden für das neue Geschäftsstellenfahrzeug – einen elektrisch betriebenen Golf blue-e-motion aus der Testflotte von Volkswagen – geschult.

VfL-Partner Ehme de Riese testet regelmäßig die Augen der Spielerinnen und Spieler.

VfL seit dem 1. Januar 2013 eine Unterstützungskasse für Mitarbeiter eingerichtet, die durch Unfall, Krankheit oder den Tod naher Angehöriger unverschuldet in finanzielle Not geraten sind.

Bei der Stellenbesetzung zählen für den VfL vor allem die persönliche Qualifikation sowie der Erfahrungshintergrund der Bewerber; eine starre Quotenregelung widerspräche dagegen den Zielen des Vereins. Der VfL beugt jedoch aktiv jeder Form von Diskriminierung vor. Der Hinweis auf die entsprechenden Regelungen im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz ist fester Bestandteil des Einstellungsverfahrens. Bislang wurde im gesamten Unternehmen kein Fall von Diskriminierung bekannt.

2012 hat sich der VfL mit seinem Beitritt zur Organisation "Fair Company" öffentlich zu den darin niedergelegten Grundsätzen bekannt. Dazu gehört unter anderem, keine Vollzeitstellen durch Praktikanten oder Aushilfen zu ersetzen sowie Praktikanten fachgerecht einzusetzen und ihnen eine faire Aufwandsentschädigung



zu zahlen. Bei der Beschäftigung von minderjährigen Aushilfskräften hält der VfL die geltenden Kinder- und Jugendschutzgesetze strikt ein. So werden ausschließlich Jugendliche ab 14 im Rahmen der gesetzlich vorgesehenen Möglichkeiten – beispielsweise im Rahmen eines Schülerferienpraktikums – beschäftigt.

VOLLE RÜCKENDECKUNG FÜR DIE PROFIS

Leidenschaftlicher Fußball und konsequente Arbeit – auf diesen beiden Säulen beruht der Erfolg des VfL Wolfsburg. Weil die körperliche und mentale Leistungsfähigkeit aller Spieler dabei eine Schlüsselrolle spielen, fördert der Verein umfassend Gesundheit und Fitness seiner Spielerinnen und Spieler. Jeder Mannschaft stehen dafür mindestens ein eigener Arzt sowie eigene Physiotherapeuten zur Verfügung.

Eine eigens installierte Spielerbetreuung bietet umfassende Serviceleistungen. Von der Wohnungssuche über Behördengänge bis zur Organisation der Kinderbetreuung übernimmt sie alle wesentlichen organisatorischen Aufgaben und gibt Hilfe zur Selbsthilfe. Für eine rasche Integration ausländischer Spieler sorgt ein intensives Sprachtraining ebenso wie spezielle interkulturelle Trainer. Auch eigens für Familienangehörige und Kinder ausgerichtete Veranstaltungen fördern die Integration und sorgen für einen guten Zusammenhalt im Team. Schließlich bietet der VfL den Spielerfamilien auch Unterstützung bei der Heimreise an.

FREIWILLIGES ENGAGEMENT DER MITARBEITER

Gemeinsam bewegen – gemäß diesem Motto unterstützt der VfL auch freiwillige gemeinnützige Initiativen seiner Mitarbeiter. Seit 2003 besteht die vom VfL geförderte Geschäftsstellenmannschaft: Er finanziert Sportkleidung, Platzmieten und Fahrten zu den Auswärtsspielen ebenso wie Stadiontickets für die Gegner bei Gastspielen in Wolfsburg. 2012 haben die Mitarbeiter einen eigenen Fanclub gegründet, der ihre Identifikation mit dem Verein unterstreicht. Zum Saisonende hat die gemeinsame Fahrt zu einem Auswärtsspiel der Bundesliga bereits Tradition.

Auch Einzelinitiativen von Mitarbeitern unterstützt der VfL. Beispielsweise stellte er auf der Sponsorenmesse einem Mitarbeiter eine eigene Verkaufsloge für eine Spendenaktion zur Verfügung. Mit dem Verkauf von Fotografien konnte dieser einen Erlös von 2.000 Euro zugunsten nepalesischer Kinder erzielen. Den Kindern soll mit dem Geld der Schulbesuch ermöglicht werden. Ab 2012 werden erstmals alle Mitarbeiter kostenlos am Wolfsburg Marathon teilnehmen können.



SPIELER FIT MACHEN FÜR EIN LEBEN NACH DEM SPORT

WEIT ÜBER EINE MÖGLICHE SPORTLICHE LAUFBAHN HINAUS ÜBERNIMMT DER VFL VERANTWORTUNG FÜR DIE BERUFLICHE ZUKUNFT SEINER SPIELER.

So bietet er Nachwuchsspielern, denen der Sprung in die Bundesliga verwehrt bleibt, in Kooperation mit Vereinen und Organisationen in der Region die Möglichkeit, alternative Perspektiven für ihre berufliche Zukunft zu entwickeln. Im Rahmen einer Kooperation mit der Volkswagen Tochter AutoVision haben zudem jährlich bis zu fünf Nachwuchsspieler die Möglichkeit, neben der sportlichen Tätigkeit eine Ausbildung oder ein duales Studium bei der AutoVision zu absolvieren. Dafür wurde ein eigens auf die Bedürfnisse der Fußballer abgestimmtes Ausbildungskonzept entwickelt. 2011 starteten in diesem Rahmen vier Nachwuchsspieler eine Ausbildung zum Fachlageristen beziehungsweise zur Servicekraft für Dialogmarketing.

Auch der VfL selbst bietet seinen Nachwuchsspielern Ausbildungsplätze und entsprechende Arbeitsstellen neben beziehungsweise nach der fußballerischen

Laufbahn an. So haben die Nationalspielerin Verena Faißt und ihre Teamkollegin Selina Wagner wie auch die ehemalige Spielerin Melissa Thiem ihre Ausbildung beim VfL absolviert und sind nun in Teilbzw. Vollzeit beim Verein beschäftigt. In diesem Jahr haben die Spielerin Luisa Wensing sowie die beiden Jugendspieler Hendrik Hansen und Julian Brandt eine Ausbildung zur Bürokauffrau bzw. zum Bürokaufmann beim VfL Wolfsburg aufgenommen. Schließlich fördert der VfL im Rahmen seines ganzheitlichen Ausbildungskonzepts in enger Kooperation mit Schulen und Eltern neben den sportlichen auch schulische und persönliche Kompetenzen seiner Spieler.

STARKER PARTNER FÜR DIE WEITERBILDUNG

Bei der Weiterbildung der Verwaltungsfachkräfte setzt der VfL ebenfalls auf

die Partnerschaft mit dem Volkswagen Konzern. So können die Mitarbeiter verschiedene Weiterbildungsangebote des Konzerns nutzen. 2010 stand allen Mitarbeitern, die auf Englisch kommunizieren müssen, ein vom VfL finanzierter Sprachkurs offen. Dieser wird seit August 2012 erneut angeboten und läuft in zwei Gruppen jeweils vier Monate mit einer Dauer von 1,5 Stunden wöchentlich.

VfL-Talent Maximillian Arnold unterschrieb mit 17 seinen Profivertrag und schaffte damit den Sprung von der A-Jugendmannschaft in den Bundesligakader. Neben dem täglichen Training stand das Lernen für die Fachhochschulreife auf der Tagesordnung.



121

Tage **Aus- und Weiterbildung** Gesamtdauer der Weiterbildungsmaßnahmen im Jahr 2011

84



1.032

Prozentsatz der Gesamtbelegschaft,

der in Arbeitsschutzausschüssen vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten



Krankheitstage im Jahr 2011
– mit und ohne Lohnfortzahlung
Das entspricht 7,4 Tagen pro Arbeitnehmer.
Der Durchschnitt liegt bundesweit bei 13,0 Tagen.*

FIT FÜRS BÜRO – ANGEBOTE FÜR VERWALTUNGSKRÄFTE

EIN WEITERES FELD, AUF DEM DER VFL VON DER PARTNERSCHAFT MIT DEM VOLKSWAGEN KONZERN PROFITIERT, IST DAS BETRIEBLICHE GESUNDHEITSWESEN. ECKSTEINE EINES GESUNDHEITSMANAGEMENTS SIND IM RAHMEN EINES ARBEITSMEDIZINISCHEN BETREUUNGSVERTRAGS MIT DEM VOLKSWAGEN GESUNDHEITSWESEN FESTGELEGT.

So sind Betriebsärzte von Volkswagen damit beauftragt, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz an den Arbeitsplätzen zu überwachen und zu unterstützen. Neben der Gefährdungsbeurteilung, der Beschaffung von Hilfsmitteln sowie der arbeitsmedizinischen Betreuung gehört dazu auch die Förderung eines risikobewussten Verhaltens der Mitarbeiter. Ebenso haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, an einer Vorsorgeuntersuchung inklusive Sehtest zu den Belastungen durch Bildschirmarbeitsplätze teilzunehmen.

Darüber hinaus steht den VfL-Mitarbeitern mit dem Sozialcoaching des Volkswagen Konzerns ein umfassendes freiwilliges Beratungsangebot offen. Persönliche Berater unterstützen Hilfesuchende bei persönlichen und sozialen Problemsitua-

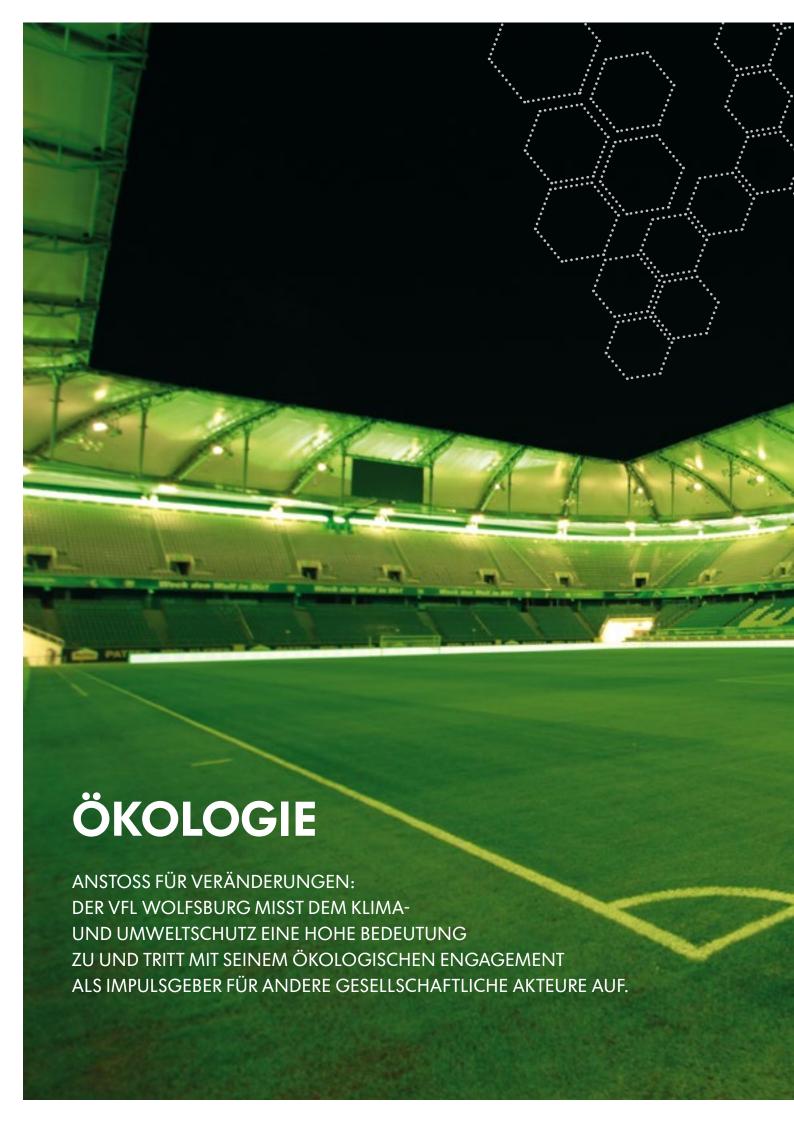
tionen. Sie leisten Krisenintervention und beraten bei Abhängigkeitserkrankungen oder finanziellen Notlagen.

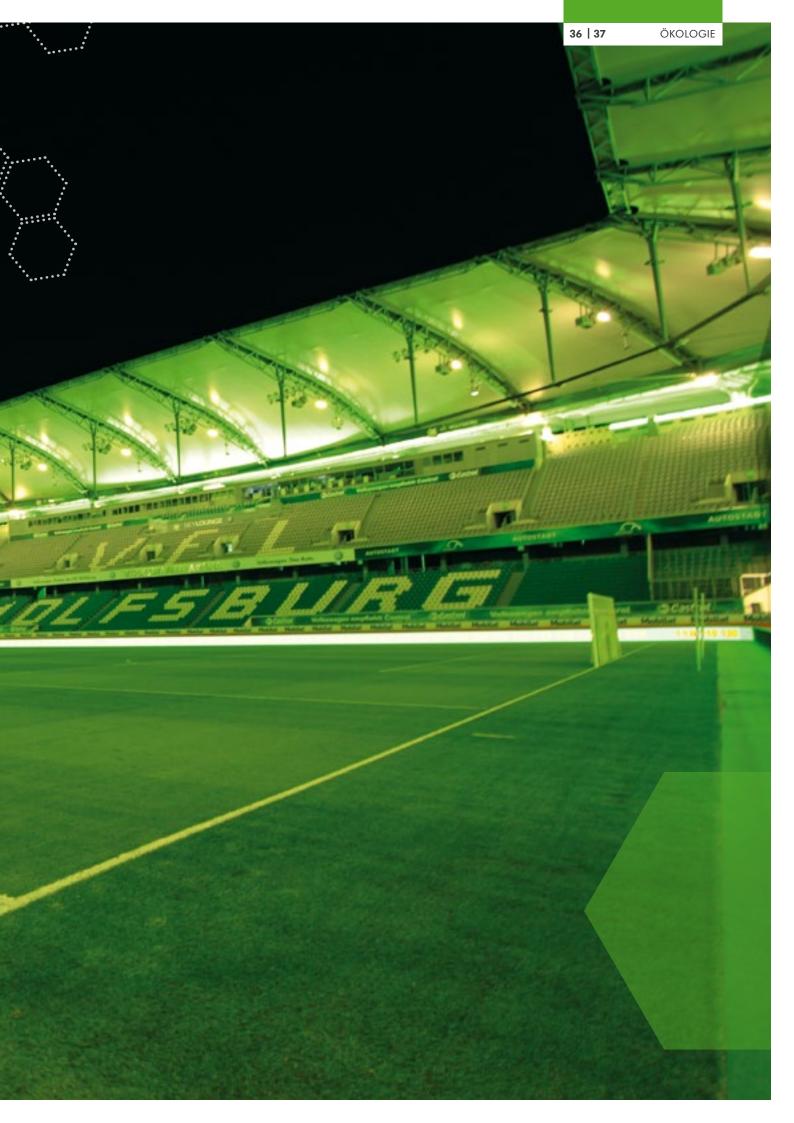
Ein weiteres Angebot ist die Kooperation mit dem Fitnessclub FitnessFirst. Im Rahmen einer vergünstigten Mitgliedschaft können die Mitarbeiter ein vielfältiges Angebot nutzen; außerdem sind sie beim Muuvit-Abenteuer des VfL mit am Start (siehe Kapitel Gesellschaft).

LEISTUNGSFÄHIGKEIT DER PROFIS SICHERN

Zum Schutz der gesundheitlichen Unversehrtheit und Einsatzfähigkeit der Spielerinnen und Spieler hat der VfL sowohl in den Frauen- als auch in den Herrenmannschaften professionelle Strukturen eta-

bliert. Jeder Mannschaft stehen ein eigener Mannschaftsarzt sowie drei (Herren) bzw. zwei (Frauen) Physiotherapeuten zur Verfügung. Neben einer intensiven Überwachung des Allgemeinzustands durch regelmäßige Gesundheitschecks bieten diese zahlreiche unterstützende Maßnahmen. Dazu gehören osteopathische Behandlungen, jährliche Augenund regelmäßige Zahnkontrollen sowie eine individuelle Ernährungsberatung. Für die Frauenmannschaft besteht darüber hinaus eine Kooperation mit einem exklusiven Wolfsburger Fitnessclub. Alle Spielerinnen können das Angebot zur Regeneration und zum betreuten Aufbautraining nutzen. Eine weitere Kooperation besteht mit dem Wolfsburger Optiker Ehme de Riese, der jährliche Sehtests mit den Spielerinnen durchführt.





GRÜN AUS ÜBERZEUGUNG

DER AKTIVE SCHUTZ DER UMWELT SPIELT IM KONZEPT "GEMEINSAM BEWE-GEN" DES VFL WOLFSBURG EINE ZENTRALE ROLLE. DIE FARBE GRÜN IST SOMIT NICHT NUR VEREINSFARBE, SIE STEHT AUCH FÜR EIN HOHES ÖKOLOGISCHES ENGAGEMENT.

Im Juni 2011 hat der Verein mit dem Motto "Grün aus Überzeugung" seine Entschlossenheit, Umweltschutz mit aller Konsequenz zu leben, auf den Punkt gebracht. Ziel ist es, ein noch grünerer Verein zu werden und grüne Spuren zu hinterlassen. Bereits heute trägt der VfL Wolfsburg mit zahlreichen Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz bei und ist entschlossen, sein ökologisches Engagement zukünftig noch weiter auszubauen. Dabei tritt der Verein als Impulsgeber auf, um Veränderungen anzustoßen. Gezielte Maßnahmen in den Bereichen Umweltmanagement, Energie, Wasser, Abfall und Mobilität haben Vorbildcharakter und dienen dem Ziel, Öffentlichkeit und Fans im Sinne des Konzepts "Gemeinsam bewegen" mitzunehmen.

UMWELTSCHUTZ ALS ZENTRALE LEITLINIE

Zahlreiche grundlegende Maßnahmen lassen erkennen, dass der Umweltschutz beim VfL Wolfsburg nicht als Randthema behandelt wird, sondern in die Managementstrukturen einbezogen wird. So hat sich der Verein im Vorfeld der FIFA Frauen-WM 2011 an der Nachhaltigkeitskampagne Green Goal beteiligt und das Umweltmanagementsystem Ökoprofit (Ökologisches Projekt für integrierte Umwelttechnik) eingeführt. Zentrale Bausteine von Ökoprofit sind gemeinsame Workshops der Projektteilnehmer und Vor-Ort-Beratungen durch Experten. Zu den Workshop-Themen wie Energie, Wasser und Abfall werden betriebseigene Daten und Kennzahlen erhoben und bewertet, um Verbesserungen in allen Bereichen zu erzielen. Dabei zielt Ökoprofit bewusst auf die Bildung von lokalen Netzwerken zum Umweltschutz ab. Der VfL Wolfsburg wurde am 21. Juni 2011 nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert und als "Ökoprofit Stadion 2011" ausgezeichnet.

Als einer der wenigen Vereine unter den 36 Erst- und Zweitligisten hat der VfL Wolfsburg zudem ein eigenes Umweltteam eingesetzt. Maik Rummel, Technischer Leiter Volkswagen Arena, Kristian Mallon, Assistent für die Organisation des Stadionbetriebs, und Nico Briskorn, Leiter CSR, bilden diese Ar-

beitsgruppe. Sie prüfen gemeinsam mit den Mitarbeitern der Geschäftsstelle die verschiedenen Bereiche auf Ihr Potenzial für eine intelligente und nachhaltige Entwicklung im Bereich Klima- und Umweltschutz. Auf diese Weise soll erreicht werden, dass die Ideen und möglichen Umweltmaßnahmen praxisbezogen und inhaltlich angemessen umgesetzt werden können.

Um den Umweltschutz zu einem praktikablen Teil des Arbeitsalltags zu machen, hat der VfL Wolfsburg fünf zentrale Umweltleitlinien in sein Unternehmenskonzept integriert. Mit ihnen legt sich der Verein darauf fest, seine Aktivitäten zum Schutz der Umwelt kontinuierlich weiterzuentwickeln, um so die Belastungen für die Umwelt zu reduzieren. Die Umweltleitlinien sind nicht nur eine Absichtserklärung, sondern für alle Mitarbeiter verbindlich.

GEMEINSAM FÜR NACHHALTIGKEIT

Auch mit seinem Beitritt zum B.A.U.M. e.V., der größten Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa, hat der VfL Wolfsburg sein weit über den Sport hinausgehendes Engagement für eine intakte Umwelt unterstrichen. Die Initiative möchte den Verein dabei stärken, Maßnahmen und Konzepte zu Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz zu entwickeln und umzusetzen. Im Rahmen der Jahrestagung in Hamburg nahm VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann am 23. September 2011 die Mitgliedsurkunde vom Vorstandsvorsitzenden des B.A.U.M. e.V. Prof. Dr. Maximilian Gege in Empfang.

Ganz im Sinne des Konzepts "Gemeinsam bewegen" lässt der VfL Wolfsburg auch andere Akteure an seinem Wissen und seinen Erfahrungen teilhaben. So hielt VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann am 13. und 14. Februar 2012 in Düsseldorf im Rahmen des Sportbusiness-Kongresses SpoBiS im Forum "Nachhaltigkeit und Sport" einen Fachvortrag über die Vorreiterrolle und die ökologische Verantwortung des Vereins in der Region.



GRÜNE SPUREN HINTERLASSEN



EINES DER ZENTRALEN UMWELTZIELE DES VFL WOLFSBURG IST ES, DIE CO2-EMISSIONEN SIGNIFIKANT ZU REDUZIEREN.

Im Zuge einer Umweltpartnerschaft mit der LSW bezieht der VfL seit dem 1. Juni 2011 grünen Strom aus Wasserkraft. Die Geschäftsstelle, die Volkswagen Arena, das Nachwuchsleistungszentrum und die Räumlichkeiten der Fußballer am alten VfL-Stadion Elsterweg werden zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt und machten in der Saison 2011/2012 eine Einsparung von 2.188 Tonnen schädlichem CO₂ möglich. Gleichzeitig nimmt der Verein mit dem Bekenntnis zum Ökostrom auch seine Vorbildfunktion gegenüber den Fans wahr.

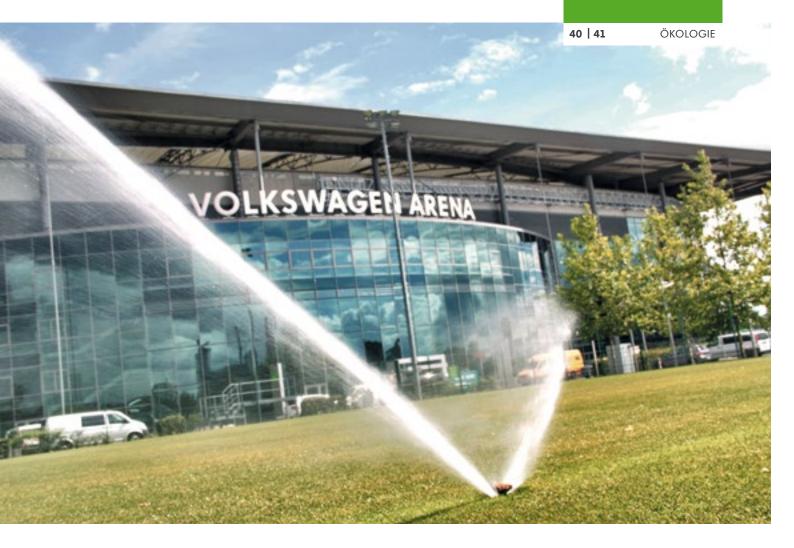
Mit zahlreichen Maßnahmen sorgt der VfL Wolfsburg darüber hinaus dafür, dass die Energie, die für den Betrieb der Volkswagen Arena notwendig ist, ressourcenschonend eingesetzt wird. So kommt im Stadion eine sogenannte Gebäudeleittechnik zum Einsatz. Mit ihrer Hilfe ist es möglich, die Lüftungs- und Heizungsanlagen, das Licht sowie die Beregnungsanlage Zentral zu steuern und zu überwachen und so den Energieverbrauch so gering wie möglich zu halten. Auch die Brandmeldezentrale und das Zugangskontrollsystem sind in das System eingebunden. Des Weiteren wird die Rasenheizung über den Rücklauf der Gebäudeheizung betrieben und ein Messfühler sorgt dafür, dass sie nur in Betrieb genommen wird, wenn die Außentemperatur es erforderlich macht.

Weitere Möglichkeiten, den Energieverbrauch zu senken, werden aktuell diskutiert. Hierzu findet ein Erfahrungsaustausch mit anderen technischen Leitern der 1. und 2. Bundesliga statt. Geplant ist unter anderem, die Tiefgarage ausschließlich mit LED-Lampen zu beleuchten. Hierdurch soll es laut Hersteller möglich sein, den Energieverbrauch zu halbieren. Aktuell wird dies in einem Teil der Tiefgarage getestet. Das Vorhaben, die Pausenhalle mittels Brunnenkühlung/ Brunnenbohrung zu klimatisieren, konnte nicht durchgeführt werden, da die untere Wasserbehörde nicht zustimmte. Grundwasser zu entnehmen und in den Kanal einzuleiten. Ebenso wurde die Errichtung von Solarcarports auf dem Parkplatz P2 von der Stadt Wolfsburg aus optischen Gründen abgelehnt. Das Engagement des VfL Wolfsburg im Bereich Energie beschränkt sich jedoch nicht auf die eigenen Aktivitäten: Auch die CO2-Emissionen von externen Veranstaltungen in der Volkswagen Arena werden kompensiert.

Weiteres 11% Mannschafts- und Geschaftsreisen 4% Merchandising 16% Fanbewegung 46%

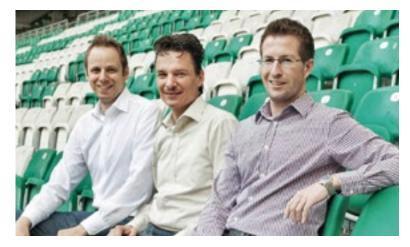
ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK ALS WICHTIGER INDIKATOR

Umexakte Angaben zugewinnen, wiehoch die CO₂-Emissionen des VfL Wolfsburg aktuell sind, und so eine Grundlage für zukünftige Einsparmaßnahmen zu erhalten, hat der Verein in Zusammenarbeit mit der Firma CO₂OL einen CO₂-Fußabdruck erstellt. Das Ergebnis: Im Kalenderjahr 2011



verursachte der VfL Wolfsburg insgesamt -die Mobilität der Stadionbesucher eingerechnet – 8.305 Tonnen CO₂-Äquivalente. Wäre das ganze Jahr über Ökostrom bezogen worden, hätte dieser Wert nur 7.311 Tonnen CO₂-Äquivalente betragen. Vor dem Hintergrund, dass der Verein erst ab Juni Ökostrom bezogen hat, handelt es sich bei diesen Angaben allerdings um theoretische Werte. Betrachtet man die eigenen Aktivitäten des VfL Wolfsburg, so ist der Großteil der Emissionen der Volkswagen Arena zuzurechnen. Als organisatorische Einheit fällt hier die Bundesliga-Mannschaft der Herren am meisten ins Gewicht.

Innerbetrieblich ist die Mobilität von Mitarbeitern, Betreuern, Trainern und Spielern ein wichtiger Posten. Insgesamt betrachtet sind allerdings die An- und Abreisen der Stadionbesucher mit 46 Prozent für den größten Teil der Emissionen verantwortlich. Hierbei machen speziell Pkw-Reisen einen erheblichen Anteil des CO₂-Fußabdrucks aus. Aufbauend auf diesen Ergebnissen hat der Verein Szenarien zur Emissionsverringerung entwickelt und rechnet der vermehrten Nutzung von Bus



Zum Bewässern der Trainingsplätze vor der Volkswagen Arena wird Grauwasser aus dem angrenzenden Mittellandkanal genutzt.

Das Umweltteam des VfL Wolfsburg (von links): Nico Briskorn, Maik Rummel und Kristian Mallon. Sie überprüfen die gesetzten Ziele für eine intelligente und nachhaltige Entwicklung im Bereich Klima- und Umweltschutz. und Bahn durch die Fans das größte Einsparpotenzial zu.

Auch beim Versand von Fanartikeln hält der VfL Wolfsburg die negativen Auswirkungen auf Umwelt und Klima so gering wie möglich und gleicht die beim Transport entstehenden Emissionen aus. So konnte der Verein in Zusammenarbeit mit der DHL und dem umweltschonenden GoGreen-Versandservice 2009 1,38 Tonnen, 2010 4,773 Tonnen und 2011 4,29 Tonnen CO₂ kompensieren. Umgesetzt wurde der Emissionsausgleich durch die Unterstützung verschiedener Klimaschutzprojekte der DHL in Indien, China, der Türkei und Brasilien.

SPARSAMER UMGANG MIT WASSER

Der sorgsame Umgang mit der Ressource Wasser spielt beim VfL Wolfsburg eine gro-

ße Rolle. Zu den Maßnahmen in diesem Bereich gehört die Verwendung von Wasser aus dem Mittellandkanal für die Sprengung der Rasenflächen. Durch die Grauwassernutzung konnten 2011 knapp 16,5 Millionen Liter Trinkwasser eingespart werden - das sind rund 36 Prozent des Gesamtverbrauchs und bedeutet damit eine Einsparung von mehr als einem Drittel. Im Rahmen eines Pilotprojekts wurde zudem der Rasen der Volkswagen Arena mit dem Osmo-Drain-System ausgestattet. Das umweltschonende Verfahren ermöglicht, den Wasser- und Energieaufwand weiter zu verringern. Insbesondere soll die Technik zudem den Rasen robuster machen, was den Aufwand für Reparaturen und Unterhaltung reduziert und die Lebensdauer insgesamt verlängert, sodass die Gesamtkosten für den Rasen langfristig gesenkt werden können. Eine weitere Verringerung des Trinkwasserverbrauchs konnte durch die Installation



WASSERVERBRAUCH

gesamte Arena und Fanhaus **45.391,00 m³**

entspricht 182 Vollbädern *

davon Grauwasser: **16.259 m³** aus dem Mittellandkanal für die Beregnung

Abwassermenge: **9190,78 m³**

wassersparender Armaturen im Logenund Businessbereich des Stadions sowie durch wasserlose Urinale erzielt werden.

Aktuell beträgt die Anzahl der wasserlosen Urinal-Becken 230 Stück, der weitere Ausbau ist geplant. Schließlich wurden sämtliche Parkflächen im Umfeld der Volkswagen Arena mit wasserdurchlässigen und wasserspeichernden Be-





Makoto Hasebe fuhr für einen Monat den Golf blue-e-motion.

Jurysitzung zum NABU-Wettbewerb im Rahmen des Projekts "Willkommen Wolf" im Fanhaus des VfL Wolfsburg mit Vertretern von NABU, Volkswagen, Stadt Wolfsburg und dem VfL Wolfsburg, vertreten unter anderem durch Diego Benaglio.

Vorstellung der neuen Umweltpartner LSW und zentralsolar durch VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann.





Aus den Händen von Claudia Roth, Sprecherin des Umweltbeirats der Frauen-WM 2011 und Beauftragte für Umwelt und Klima in der DFB-Kommission Nachhaltigkeit, nahm Nico Briskorn im Juni 2011 stellvertretend für den VfL Wolfsburg die Zertifizierungsurkunde "Auszeichnung "ÖKOPROFIT Stadion 2011" entgegen.

ton- beziehungsweise Rasenfugensteinen gepflastert. Auf diese Weise kann Niederschlagswasser ohne wesentlichen Aufstau versickern, die Auswirkungen auf den natürlichen Wasserhaushalt werden damit auf ein Minimum reduziert.

RECYCLING-PAPIER STATT FRISCHFASERN

Um einen Beitrag zur Verringerung des Waldverbrauchs zu leisten, setzt der VfL Wolfsburg in vielen Bereichen auf die Nutzung von Recycling-Papier. So ist das Geschäftspapier mit dem strengsten deutschen Umweltzeichen "Blauer Engel" ausgezeichnet. Seit dem 30. September 2011 werden zudem auch das Stadionmagazin sowie zum Beispiel die Autogrammkarten auf Papier mit dem Siegel FSC Mixed oder FSC Recycled gedruckt. Ein weiterer Schritt im Rahmen dieses Engagements ist die Teilnahme an der Kampagne "Jetzt umstellen" der Initiative Pro Recyclingpapier (IPR). Die Aktion zielt da-

rauf ab, die Akzeptanz von Recyclingpapier in deutschen Unternehmen und Institutionen weiter zu erhöhen.

WENIGER ABFALL RUND UM DAS STADION

Das Abfallaufkommen zu reduzieren, ist ein weiteres zentrales Anliegen des VfL Wolfsburg. Die größten Müllmengen fallen bei den Heimspielen in der Volkswagen Arena und in ihrem direkten Umfeld an. Pro Spieltag ergeben sich ungefähr 3,6 Tonnen Restmüll und 1,6 Tonnen Altpapier. Insgesamt beträgt das Abfallaufkommen in einer Saison so fast 88 Tonnen.

Um die Menge des anfallenden Mülls zu reduzieren, nutzt der Verein seit der Saison 2010/2011 im Public Catering der Volkswagen Arena Mehrwegbecher statt Plastikbecher. Zudem wird im Stadion auf Pappunterlagen für Bratwürstchen und Schnitzel verzichtet – sie werden stattdessen direkt im Brötchen verkauft. In der Verwaltung hat der VfL Wolfsburg zudem die Mülltrennung eingeführt.

WENIGER EMISSIONEN DURCH MOBILITÄT

Die Mobilitäts-Performance aller 18 Klubs der 1. Fußballbundesliga hinsichtlich ihrer Klimafreundlichkeit stand im Mittelpunkt des Klima-Checks "Mobilität" von GREENCO₂MM, CO₂OL und dem CSCP (UNEP/Wuppertal Institute Collaborating

pro co

ABFALLMENGE

pro Spieltag

ca. 3,61 t Restmüll entspricht 36 Restmülltonnen à 2401 *

ca. 1,56 t Papier entspricht dem Papierverbrauch von sechs Deutschen pro Jahr (je 250 kg) *

Centre on Sustainable Consumption and Production). Aus der Untersuchung ergaben sich zahlreiche Verbesserungspotenziale, sie zeigte aber auch die schon heute relativ gute Aufstellung des VfL Wolfsburg. So nehmen die infrastrukturellen Voraussetzungen rund um die Volkswagen Arena sowie die vorbildliche Besucherinformation im ligaweiten Vergleich die Spitzenposition ein. Raum für Verbesserungen zeigte sich hingegen unter anderem in den Bereichen Zuschauermobilität sowie Spiel- und Geschäftsbetrieb.

Um die Emissionen, die durch die Anund Abreise der Fans zu den Spielen des VfL Wolfsburg entstehen, zu senken, hat der Verein eine Mobilitätsplattform in seine Homepage integriert. Das Tool beinhaltet unter anderem eine Darstellung aller Bahn- und ÖPNV-Verbindungen und ermöglicht die Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten. Außerdem verfügt die Plattform über einen integrierten CO₂-



PAPIERVERBRAUCH

Bürobedarf – Druck- und Kopierpapier im Format A4 und mit einer Grammatur von 80 g/qm

ca. 615.000 Blatt



Der Technische Assistent Thomas Kaiser repariert unter dem Dach der Volkswagen Arena einen Beleuchtungskörper. Rechner, mit dem die Besucher die CO₂-Emission aus ihrer individuellen An- und Abreise ermitteln können. Interessierte finden hier zugleich eine Möglichkeit, diese Emission zu kompensieren.

KOMBITICKET FÜR DEN ÖPNV

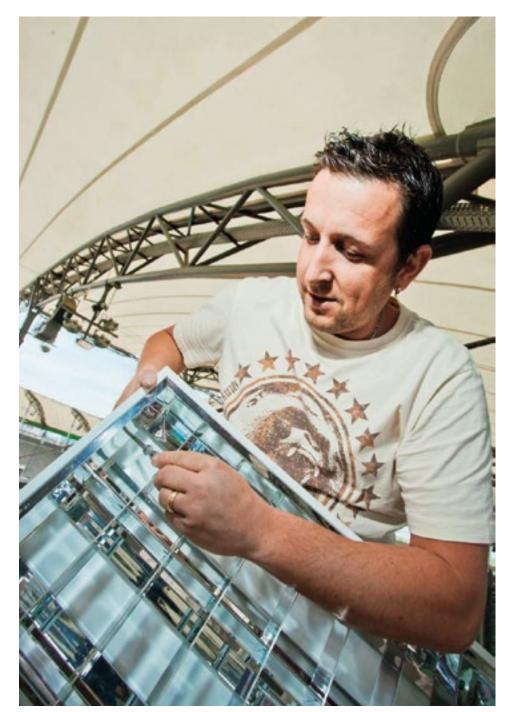
Mit Einführung des Kombitickets hat der VfL Wolfsburg eine wichtige Maßnahme

zur Stärkung des ÖPNV ergriffen. Die Eintrittskarten für die Spiele in der Volkswagen Arena beinhalten nunmehr auch die Hin- und Rückfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Dauerkartenbesitzer können Bus und Bahn im Verbundtarif Region Braunschweig kostenlos nutzen, Tageskartenbesitzer dürfen drei Stunden vor Spielbeginn und drei Stunden nach Spielende kostenlos mit den Bussen der Wolfsburger Verkehrsgesellschaft fahren. Ziel des Kombitickets ist auch die Senkung der Emissionen, die sich aus der An- und Abreise der Fans ergeben. Mit der verstärkten Kommunikation dieses bereits seit fünf Jahren bestehenden Angebots hat der VfL Wolfsburg umgehend auf die Ergebnisse des CO₂-Footprints reagiert.



Um die Besucher der Volkswagen Arena weiter dafür zu sensibilisieren, dass jeder Einzelne zur Verringerung der CO₂-Emissionen beitragen kann, führte der VfL Wolfsburg am 14. April 2012 einen Klimawettbewerb durch. Anlässlich des Heimspiels gegen Augsburg motivierte der Verein Fans damit zur CO₂-Kompensation ihrer An- und Abreise. Die Spieltagsaktion und zahlreiche Klimatipps wurden mit einem Flyer kommuniziert.

Auch im Bereich E-Mobilität geht der VfL Wolfsburg mit gutem Beispiel voran und nutzt mit dem Golf blue-e-motion ein rein elektrisch angetriebenes Auto. Von Mitte Juni 2010 bis Ende Januar 2011 wurde der Wagen vom VfL-Profi Makoto Hasebe und einem Mitarbeiter gefahren. Die Nutzererfahrungen wurden in dieser Phase an Volkswagen weitergegeben und dienten hier zur Weiterentwicklung und Optimierung von Elektrofahrzeugen. Seit Mai 2012 wird der E-Golf nun wieder von Mitarbeitern des Vereins genutzt. Betankt wird der Wagen an der eigens in der Volkswagen Arena installierten Ladestation.



* Quelle: Verivox, Was man mit einer Kilowattstunde Strom machen kann.

EIN HERZ FÜR DIE WÖLFE

INNERHALB SEINES GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS IM RAHMEN DES KONZEPTS "GEMEINSAM BEWEGEN" SETZT SICH DER VFL WOLFSBURG AUCH FÜR DEN ERHALT DER ARTENVIELFALT EIN.

So ist der Verein seit 2007 Wolfspate des NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.) und unterstützt im Rahmen des Projekts "Willkommen Wolf!" die Rückkehr frei lebender Wölfe nach Deutschland. Ein Schwerpunkt der Zusammenarbeit liegt darin, mithilfe verschiedener Maßnahmen das Wissen der Bevölkerung über frei lebende Wölfe zu verbessern.

Im Zuge ihrer Partnerschaft starteten der VfL Wolfsburg und der NABU im Septem-

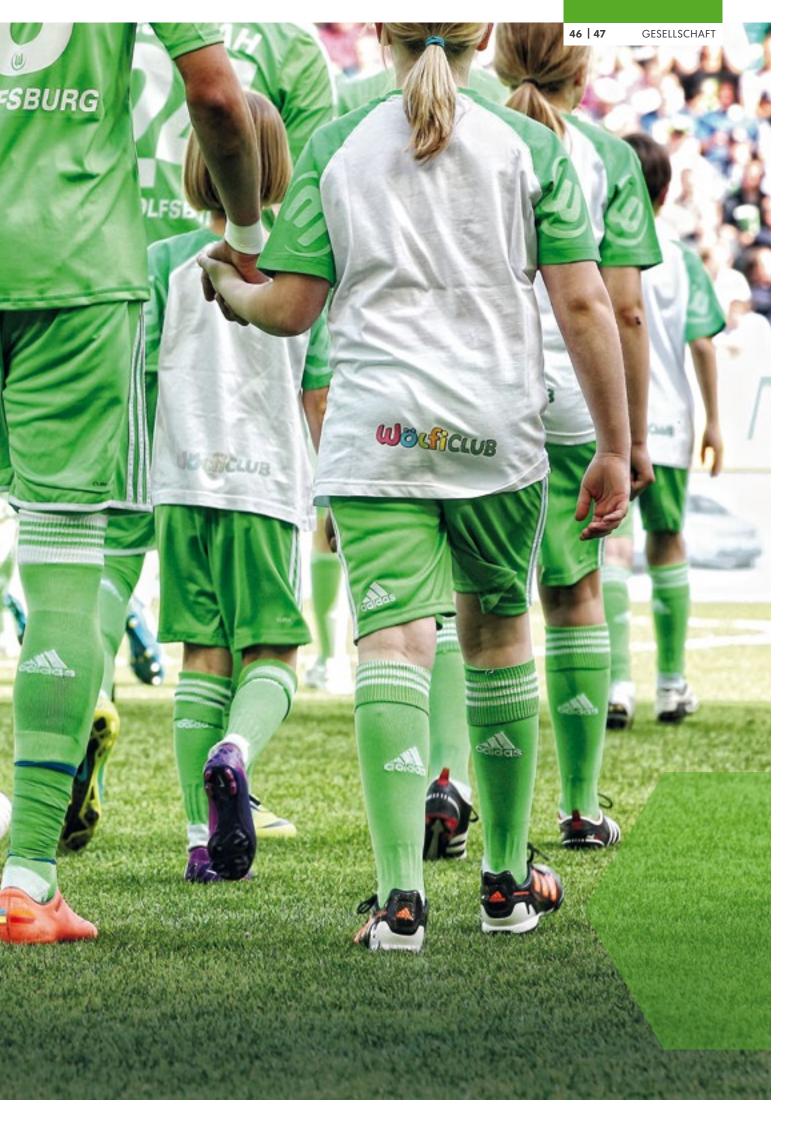
ber 2011 einen Weltrekordversuch und riefen die Fans des Vereins dazu auf, Teil des längsten simulierten Wolfsgeheuls der Welt zu werden.

Das Mitmachen war unter anderem im Rahmen der "Tour de Wolf" möglich. Diese Informationskampagne führte die Mitarbeiter des NABU an verschiedene Orte in der Bundesrepublik und warb mit einer interaktiven Wanderausstellung für den angstfreien Umgang mit Wölfen. Im Oktober 2011 statteten die Naturschützer der Volkswagen Arena einen Besuch ab und gaben Besuchern des Heimspiels gegen Nürnberg die Gelegenheit, vor Ort ihr eigenes Wolfsgeheul aufzunehmen.

Im Verlauf der "Tour de Wolf" besuchten zudem Vertreter des VfL Wolfsburg gemeinsam mit einer Schulklasse einer Partnerschule der Aktion "Anstoß VfL" den Zoo Hannover und warben für das Proiekt "Willkommen Wolf!".







VFL WOLFSBURG – MEHR ALS EIN SPORTVEREIN

ALS BUNDESLIGAVEREIN VERFÜGT DER VFL WOLFSBURG ÜBER EINE GROSSE PRÄSENZ IN DER ÖFFENTLICHKEIT – UND DAS AUCH JENSEITS DES SPORTPLATZES. DEM VEREIN IST BEWUSST, DASS SICH AUS DIESER POSITION AUCH EINE VORBILDFUNKTION ERGIBT, UND ER STELLT SICH SEINER VERANTWORTUNG MIT HOHEM EINSATZ.

Mit dem Start der Initiative "Gemeinsam bewegen" hat der VfL Wolfsburg ein klares Zeichen gesetzt, denn der Verein macht deutlich, dass er nicht bloß punktuell auf gesellschaftliche Herausforderungen reagiert, sondern sämtliche Maßnahmen in diesem Bereich strategisch plant und aktiv angeht. Mit den Themen Bildung, Gesundheit und Integration sind drei von vier Hauptelementen der Initiative "Gemeinsam bewegen" dem Bereich Gesellschaft zuzuordnen.

In allen drei Feldern hat der VfL Wolfsburg bis heute bereits diverse innovative Leuchtturmprojekte initiiert. Dabei wird, um dauerhafte Veränderungen zu erzielen, jeweils auf die Zusammenarbeit mit ausgewiesenen Experten gesetzt. Aber auch jenseits des Engagements im Rahmen von "Gemeinsam bewegen" hilft der VfL Wolfsburg auf unbürokratischem Wege sozialen Institutionen und anderen Einrichtungen anhand von Sach- und Geldspenden. Schließlich unterstützt der Verein in verschiedenen Bereichen auch die Aktivitäten der Stadt Wolfsburg hinsichtlich der AGENDA 21.

HILFE FÜR MENSCHEN MIT ALS

Seit über zehn Jahren setzt sich der VfL Wolfsburg mit der Krzysztof Nowak-Stiftung für Menschen ein, die an der Nervenkrankheit Amyotrophe Lateralsklerose (ALS) erkrankt sind. Die am 2. Mai 2002 gegründete Stiftung geht zurück auf den beliebten VfL-Profi Krzysztof Nowak, der Anfang 2002 seine Karriere



aufgrund der seltenen Krankheit beenden musste und im Mai 2005 im Alter von 29 Jahren daran verstarb. Unter dem Motto "Schnelle Hilfe – ohne viel Bürokratie" bietet die Stiftung Betroffenen und

deren Angehörigen finanzielle Unterstützung. Auf diese Weise soll ihnen ihr Schicksal erträglicher gemacht und das Le-

ben der Patienten sowie ihrer Familien erleichtert werden. Die Homepage www.nowak-stiftung.de informiert weltweit auch in englischer Sprache über die Krankheit.

Ins Leben gerufen wurde die Krzysztof Nowak-Stiftung von der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH, ihren Spielern und der Deutschen Bank. Der Grundstock ihres Vermögens betrug zum Zeitpunkt der Gründung 250.000 Euro und stammt aus einem Freundschaftsspiel gegen den FC Bayern München. Inzwischen ist das Stiftungsvermögen aber dank zahlreicher Spenden ganz erheblich höher. Über die Aktivitäten der Stiftung und die Verwendung von Stiftungsmitteln berät ein dreiköpfiger Beirat. Jährlich gibt es durchschnittlich ein Dutzend Anfragen. Bis zu 5.000 Euro werden in der Regel an die Betroffenen ausgezahlt, in Ausnahmefällen auch mehr. Mittlerweile konnte bereits über 100 an ALS erkrankten Personen geholfen werden.

INTERNATIONALER EINSATZ FÜR BILDUNG UND GESUNDHEIT

Auch international engagiert sich der VfL Wolfsburg für die Themen Bildung und Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Am 1. Juli 2012 ist der Verein im Zuge des Projekts Wolfsburg United eine strategische Partnerschaft mit Unicef eingegangen. Im Rahmen der Kooperation fördert Wolfsburg United das Unicef-Projekt "Sport for Development", das in rund 75 Ländern oft in Zusammenarbeit mit den dortigen Sport- und Fußballverbänden umgesetzt wird. Die Mindestsumme der

Förderung beträgt jährlich 100.000 Euro, soll sich aber im Laufe des Projekts deutlich steigern. Mit diesem



Beitrag werden zwei Unicef-Projekte in China und Brasilien gefördert. Möglich wird diese Unterstützung durch eine Kooperation mit ausgewählten Partnerunternehmen auf der ganzen Welt, die sich als Sponsoren an der Initiative beteiligen.





BILDUNGSPROJEKTE MACHEN LUST AUF WISSEN

EINE HOHE MOTIVATION IST WICHTIG, UM EIN GUTES ERGEBNIS ZU ERZIELEN – DAS GILT NICHT NUR BEIM FUSSBALL, SONDERN IN ALLEN LEBENSBEREICHEN.

Zentrales Anliegen des VfL Wolfsburg im Themenfeld Bildung ist es deshalb, Kindern und Jugendlichen Lernfreude zu vermitteln und sie so zu motivieren, ihr Wissen ständig auszuweiten. Die enge Beziehung zu 100 Partnerschulen in der Region macht es dem Verein möglich, gezielt auf die Bedürfnisse der Schüler einzugehen. Insbesondere den kompetenten Umgang mit Medien sehen die Verantwortlichen des VfL Wolfsburg als Schlüsselqualifikation für lebenslanges Lernen. Bei der Konzeption und Durchführung entsprechender Projekte kooperiert der Verein mit erfahrenen Medienpädagogen von lernmodule.net, einer gemeinnützigen Gesellschaft zur Förderung von Neuen Medien in Schulen. Um sich auch in Zukunft weiter als Förderer von Lernfreude bei Kindern und Jugendlichen zu etablieren, stößt der VfL Wolfsburg regelmäßig innovative und kreative Projekte an.

E-LEARNING-PROJEKT STEIGERT LERNMOTIVATION

Eine zentrale Stellung beim Engagement des Vereins im Bereich Bildung nimmt das VfL-Wiki ein. Das innovative eLearning-Arrangement wurde Anfang November 2011 an sechs Projektschulen eingeführt. Durch kreative Inhalte und vielfältige in-

teraktive Übungsformen motiviert es die Kinder zum Lernen und lädt auch Lehrer und Eltern zum Mitmachen ein. Das VfL-Wiki ist bewusst einfach gehalten, sodass jeder nach einer kurzen Einführung in der Lage ist, Texte zu schreiben und zu verändern. Auf diese Weise erzeugen die Nutzer des Wikis individuell und gemeinsam mit anderen Wissen. Gleichzeitig lernen sie, dieses Wissen zu strukturieren und zu vernetzen. Sowohl das eigenaktive Lernen als auch das Engagement in einer Lerngruppe werden durch diese Art des Lernens gefördert. Inhaltlich geht es im VfL-Wiki nicht nur um das Thema Fußball: Vielfältige Sachgebiete aus Unter-



zen, ist der VfL Wolfsburg im Zusammenhang mit dem VfL-Wiki eine Kooperation mit smiley e.V. eingegangen. Der Verein mit Sitz in Hannover informiert in Schulen, sozialen Einrichtungen, Vereinen und Verbänden über jugendkulturelle Mediennutzung. Bestandteile der Zusammenarbeit sind ein themenbezogener E-Mail-Support für die Projektschulen sowie Angebote für Seminare und Workshops. Zum Schuljahr 2012/2013 wurde das VfL-Wiki im Anschluss an eine Zwischenbilanz um acht weitere Partnerschulen erweitert. Im Juni 2012 fand hierzu in der Volkswagen Arena eine Informationsveranstaltung statt, zudem werden Anfang Oktober an den neuen Schulen Workshops angeboten.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER BERUFSORIENTIERUNG

Um Kindern und Jugendlichen einen praxisnahen Einblick in die Arbeitswelt zu ermöglichen, beteiligte sich der VfL Wolfsburg im April 2011 am "Zukunftstag für Mädchen und Jungen" in Niedersachsen. 20 Schüler ab der fünften Klasse erhielten im Rahmen der Berufsorientierung die Chance, verschiedene Bereiche der Geschäftsstelle des Vereins kennenzulernen. Nach einer Stadionführung mit einem Quiz und kleinen interaktiven Spielen durften die Kinder und Jugendlichen zum Abschluss das Training der VfL-Profis besuchen.

Auch Studierenden bietet der Verein mehrmals im Jahr die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen des VfL Wolfsburg zu werfen. Unter anderem statteten am 2. November 2011 40 Teilnehmer des Seminarfachs "Management eines Proficlubs" an der Universität Göttingen der Volkswagen Arena gemeinsam mit dem Seminarleiter Dr. Otmar Dyck einen Besuch ab. Nach einer Einführung in die Strukturen des Unternehmens wurden ihnen in Vorträgen die einzelnen Bereiche des Clubs vorgestellt. Dabei ging es inhaltlich von Managern, Trainern und Spielern als Protagonisten über Controlling, Service und Sponsoring bis hin zum Frauenfußball.







Nadine Anskeit und Uwe Kohnle von lernmodule.net, einer gemeinnützigen Gesellschaft zur Förderung von Neuen Medien in Schulen und Hochschulen, erklären Schülerinnen und Schülern das VfL-Wiki (in der Grundschule Fallersleben und in der Erich-Kästner-Schule in Weddel).

richtsfächern wie Deutsch, Mathematik und Sachkunde lassen sich ebenso wie freie und kreative Projekte integrieren und fördern einen spannenden und abwechslungsreichen Unterrichtsalltag. Aktuelle Projekte sind neben einem "Besuch beim VfL" unter anderem "Unser Schul-ABC" sowie die Themen "Nachhaltige Entwicklung in städtischen Ökosystemen" und "Cybermobbing". Letzteres beinhaltet unter anderem wichtige Verhaltensregeln für Mobbingopfer sowie einen Info-Bereich für Eltern und Lehrkräfte.

Da viele Eltern nach wie vor Bedenken haben, wenn ihre Kinder das Internet nut-

GEMEINSAM STARK FÜR TOLERANZ

FUSSBALL FÜHRT DIE UNTERSCHIEDLICHSTEN MENSCHEN ZUSAMMEN. DAMIT HILFT DIE SPORTART AUCH, VORURTEILE ABZUBAUEN UND DAS GEMEINSCHAFTSGEFÜHL ZU STÄRKEN.

Der VfL Wolfsburg ist sich der verbindenden Kraft dieser Sportart bewusst und setzt sich mit zahlreichen Maßnahmen für ein respektvolles Miteinander, Fairness sowie die Integration von Menschen mit Behinderungen ein. Bereits seit 2004 lädt der Verein die Lebenshilfen aus der Region zu Heimspielen in die Volkswagen Arena ein. Mit seinem Kooperationspartner Special Olympics veranstaltet der VfL Wolfsburg regelmäßig Trainingseinheiten für geistig Behinderte rund um die Volkswagen Arena. Zu seinem Eintreten für Toleranz hat sich der Verein auch schriftlich mit der Unterzeichnung von Erklärungen gegen Diskriminierung und Rassismus bekannt. Ebenso werden im Verhaltenskonzept des VfL-Nachwuchsleistungszentrums alle Mitarbeiter, Trainer und

Spieler angehalten, jederzeit tolerant und respektvoll miteinander und mit anderen umzugehen.

OFFEN UND BARRIEREFREI

Seit dem 12. Oktober 2001 hat der VfL Wolfsburg mit Mike Compagnone einen Behindertensprecher. Der 30-Jährige ist auch im Fanprojekt tätig und kümmert sich als Ansprechpartner für alle Fußballfans mit Handicap speziell um deren Belange. Zu seinen Aufgaben gehören unter anderem die Weitergabe von Anregungen der Fans an den Verein und die Bearbeitung von Ticketanfragen.

Um Fußballfans für das Thema Behinderung zu sensibilisieren, unterstützt

der VfL Wolfsburg Special Olympics, die weltweit größte, vom Internationalen Olympischen Komitee offiziell anerkannte Sportbewegung für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung. Durch ganzjähriges, regelmäßiges Sporttraining engagiert sich die Organisation dafür, Kindern und Erwachsenen mit geistiger Behinderung die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen.

Fußball ist die weltweit beliebteste Team-Sportart bei den Special Olympics. Seit 2005 beteiligt sich der VfL Wolfsburg alljährlich an der Special Olympics European Football Week (SOEFW). Zentrales Element der Zusammenarbeit sind Trainingseinheiten mit dem ehemaligen VfL-Profi Roy Präger. Er unterstützte zudem









als Sportpate die 1. Niedersächsische Landesspiele der Special Olympics, die vom 15. bis 17. Juni 2011 mit 600 Sportlern in Wolfsburg stattfanden.

Damit der Stadionbesuch beim VfL Wolfsburg auch für Menschen mit Behinderungen ein echtes Erlebnis wird, hat der Verein die Volkswagen Arena barrierefrei gestaltet und baut sein Engagement in diesem Bereich weiterhin aus. Insgesamt gibt es auf der Gegengerade in der Volkswagen Arena 80 Plätze für Rollstuhlfahrer, davon acht für auswärtige Fans, sowie sieben VIP-Plätze.

Darüber hinaus stehen zehn Sehbehindertenplätze im Block A im Südwesten des Stadions zur Verfügung – damit war die Volkswagen Arena eines der ersten Bundesligastadien mit einem eigens eingerichteten Bereich für Sehbehinderte. Bis zu zehn Personen können die Stimmung bei den Heimspielen zudem über einen speziellen Kommentar live miterleben. Jenseits der Spiele bietet der Verein zudem behindertengerechte Führungen durch die Volkswagen Arena an.

Auch die Onlinekommunikation funktioniert beim VfL Wolfsburg barrierefrei.

In Anerkennung seines Engagements in diesem Bereich wurde der Verein im Mai 2012 für den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2012 in der Kategorie "Innovation des Jahres" nominiert. Zu den besonderen Features der Vereinswebsite gehören unter anderem eine Vorlesefunktion, die Möglichkeit zur Schriftvergrößerung und zur Nutzung der Seite ohne Maus sowie die Anzeige von Alternativtexten bei Bildern.

GEGEN RASSISMUS UND DISKRIMINIERUNG

Der VfL Wolfsburg unterstützt den Zehn-Punkte-Plan der UEFA gegen Rassismus und hat im März 2011 die Erklärung "Gegen Diskriminierung im Fußball" der European Gay and Lesbian Sport Federation (EGLSF) unterzeichnet. Auch in seiner Stadionordnung tritt der Verein dezidiert für Toleranz ein. Zudem werden die Fans bei einem Bundesliga-Heimspiel im Rahmen der Stadion-Show durch Spots und Banner auf das Thema Rassismus hingewiesen und dazu aufgerufen, rassistischen Tendenzen Einhalt zu gebieten. Des Weiteren unterstützt der VfL Wolfsburg verschiedene Aktionen, die sich mit der Sensibilisierung für Themen wie Fremdenfeindlichkeit und Rassismus befassen. Zu diesen Initiativen gehören unter anderem die Kampagnen "Wir schauen hin" und "Respekt! Kein Platz für Rassismus" sowie die Internationale Woche gegen Rassismus.

Schließlich setzt sich der VfL Wolfsburg auch als Partner des Projekts "Show Racism the Red Card" aktiv gegen Diskriminierung und Rassismus ein. Die Sportler nutzen dabei ihre Vorbildfunktion, um Kinder für diese wichtigen Themen zu sensibilisieren. Das geschieht zum Beispiel in Form von Workshops für Schulen aus der Region. Im Juni 2011 nahmen Schüler der 6. Klasse der VfL-Partnerschule Hauptschule Westhagen an einer solchen Veranstaltung teil. Unter anderem wurde den Jugendlichen anhand eines realen Beispiels aus dem Jahr 2006 demonstriert, dass selbst Fußballstars nicht vor rassistischen Anfeindungen gefeit sind. Mithilfe eines Rollenspiels versuchten die Schüler, sich in die Problematik von Spielern, Fans, Trainern und Schiedsrichtern hineinzuversetzen, und spielten eine Pressekonferenz nach. Der nächste Workshop ist für Oktober 2012 mit Schülern der 7. Klasse des Ratsgymnasiums Wolfsburg geplant.



Mike Compagnone (rechts), Fanbeauftragter für Menschen mit Handicap, mit Fans auf den rollstuhlgerechten Plätzen in der Volkswagen Arena, direkt am Spielfeldrand.

INSPIRATION FÜR EINEN GESUNDEN LEBENSSTIL

GESUNDHEIT IST DAS WICHTIGSTE GUT DES MENSCHEN. FÜR KINDER STELLT SIE EINE WICHTIGE VORAUSSETZUNG DAR, UM EFFEKTIV LERNEN ZU KÖNNEN UND SICH KÖRPERLICH UND GEISTIG GUT ZU ENTWICKELN.

Gefördert wird die Gesundheit durch eine abwechslungsreiche, kindgerechte Ernährung und vielseitige Bewegung, doch auch ausreichend Entspannungsmöglichkeiten sind von grundlegender Bedeutung. Der VfL Wolfsburg hat es sich zur Aufgabe gemacht, gemeinsam mit kompetenten Partnern Kindern und Jugendlichen eine gesunde Lebensweise näherzubringen. Im Rahmen zahlreicher Projekte fördert der Verein schon heute das Gesundheitsbewusstsein des Nachwuchses und wird seine Aktivitäten für Kinder und Jugendliche auch zukünftig kontinuierlich ausbauen.

GEMEINSAM AKTIV WERDEN

Zu den erfolgreichsten Initiativen des VfL Wolfsburg im Bereich Gesundheit zählt das Muuvit-Abenteuer, das der Verein gemeinsam mit dem Projekt Muuvit anbietet. Das innovative Bildungsprogramm hat seinen Ursprung in Finnland und ist mittlerweile weltweit aktiv. So führte die UEFA zur Fußball-Europameisterschaft 2012 nach dem Vorbild des VfL Wolfsburg ein Muuvit-Abenteuer in Polen und der Ukraine durch. Das Muuvit-Abenteuer animiert Kinder auf spielerische Wei-

se, Spaß am Lernen und an der Bewegung zu entwickeln. Gleichzeitig unterstützt das Projekt auch Lehrer und Eltern dabei, die Kinder für die Themen Bewegung und Lernfreude zu begeistern. Auf einer bunt gestalteten Karte sammeln die Kinder täglich Punkte, sobald sie körperlich aktiv werden. Dabei arbeiten alle Klassenmitglieder zusammen, um möglichst viele Bewegungspunkte zu generieren. Diese Punkte entsprechen wiederum Muuvit-Kilometern, die die Klasse in eine Landkarte einträgt und so auf einer imaginären Reise vorankommt. Begleitend hierzu bietet die Website des Projektes eine virtuelle Lernumgebung mit Informationen über spannende Reiseziele und kindgerechten Aufgaben, die die Schüler im Unterricht lösen können. Die Eltern erhalten eine ähnlich aufgemachte Karte mit Tipps, wie sie ihre Kinder bei ihrem Muuvit-Abenteuer unterstützen können. Seit 2009 haben bereits 30.000 Schulkinder bei Muuvit mitgemacht. Allein im Frühjahr 2012 nahmen über 300 Klassen aus mehr als 100 Schulen Niedersachsens und Sachsen-Anhalts an dem Projekt teil.

Um Kinder und Jugendliche aus der Region für einen ausgewogenen Lebensstil zu

begeistern, setzt der VfL Wolfsburg zudem den ehemaligen Mannschaftsbus ein. Der sogenannte VfL-Bus wurde vollständig entkernt, umgerüstet und ist nun mit diversen Multimediageräten ausgestattet. Mithilfe von Präsentationen, Videos und Spielen werden die kleinen Besucher des Busses interaktiv über die Themen Bewegung und gesunde Ernährung informiert. Verschiedene Bewegungsspiele und Spielmodule vor dem Bus runden das Angebot ab. Zum Einsatz kommt das modular aufgebaute Angebot unter anderem an den 100 Partnerschulen, 100 Partnervereinen und 25 Partner-Kitas des Vereins. Aber auch bei Veranstaltungen des WölfiClubs und der VfL-Fußballschule, Heim- und Freundschaftsspielen des VfL Wolfsburg sowie Stadt- und Firmenfesten in der Region ist der Bus regelmäßig vor Ort. Vom 14. bis 18. Februar 2012 machte der VfL-Bus auf der Bildungsmesse

Thomas Röttgermann und Liesel-Westermann-Krieg (Medailliengewinnerin Olympische Spiele im Diskus und Muuvit-Botschafterin) im Dialog bei der Vorstellung des Muuvit-Abenteuers in der finnischen Botschaft in Berlin









Didacta 2012 in Hannover halt und zog hier rund 5.000 Besucher an. Im Sinne der Umweltziele des Vereins ist der VfL-Bus klimaneutral unterwegs. So wurden nach 10.000 gefahrenen Kilometern die Emissionen in Höhe von neun Tonnen CO₂-Äquivalenten durch die Unterstützung des CO₂OL-Klimaschutzprojekts "CO₂OL Native Tree Species Reforestation, Panama" kompensiert.

Die Zusammenarbeit mit der Ballschule Nord ist seit Anfang 2011 ein weiterer wichtiger Bestandteil des Engagements des VfL Wolfsburg im Bereich der Bewegungsförderung. Das Angebot baut auf einem wissenschaftlich anerkannten Konzept auf, das Kindern und Jugendlichen eine vielseitige Ausbildung im Sport ermöglicht und so eine frühe Spezialisierung auf bestimmte Sportarten verhindert. Der VfL Wolfsburg bietet Ballschul-Fortbildungen für Kita-Betreuer, Lehrer und Trainer an und fördert über diesen Weg den Spaß an sportlicher Betätigung bei den Kindern. 159 Erwachsene haben an den Workshops 2011/2012 teilgenommen. Die Tatsache, dass nahezu

alle Teilnehmer der Grundlagenveranstaltung auch an der Aufbauveranstaltung teilgenommen haben, zeugt von der hohen Qualität des Angebots. Von 2006 bis 2011 hat der Verein im Rahmen des Projekts "Anstoß VfL" zudem jährlich vier Fortbildungen mit durchschnittlich weit über 200 Teilnehmern durchgeführt, die ebenfalls seit 2011 in Kooperation mit der Ballschule stattfinden.

GRÜN-WEISS IM KINDERKRANKENHAUS

Speziell an Kinder im Krankenhaus richtet sich das Angebot der VfL-Kids-Arena. Das grün-weiß eingerichtete Spielzimmer in der Kinderklinik des Gifhorner Rhön-Klinikums soll die sterile Krankenhausatmosphäre etwas lebendiger machen und dazu beitragen, dass sich die kleinen Patienten während ihres Aufenthaltes so weit es geht wohlfühlen. In der VfL-Kids-Arena stehen den Kindern Laptops, Spiele und Bücher zur Verfügung. Um den Klinikalltag ein wenig aufzulockern und zu einer raschen Genesung beizutragen, kommen in regelmäßigen Abständen

Spieler und Spielerinnen zu Autogrammstunden oder zum Vorlesen vorbei. Maskottchen Wölfi ist ebenfalls regelmäßig zu Gast und bastelt zum Beispiel im Herbst gemeinsam mit den kleinen Patienten VfL-Laternen. Zusätzlich können die Kinder alle Spiele des VfL Wolfsburg auf einem großen Fernseher verfolgen.

GROSS UND KLEIN FÜR DEN GUTEN ZWECK

Die ganze Familie stand am 12. Mai 2012 beim dritten VfL-Kids-Day im Mittelpunkt, zu dem der WölfiClub eingeladen hatte. Auch hier drehte sich bei vielen sportlichen Stationen und einem großem Rahmenprogramm alles um Bewegung und Spaß am Sport. Über 1.000 Kinder sammelten an 18 Stationen Stempel auf ihren Laufkarten, um eine Teilnehmerurkunde zu ergattern. Insgesamt wurden im Rahmen der Veranstaltung über 1.000 Euro für die United Kids Foundations - ein Netzwerk für Kinder, das Projekte in der Region Braunschweig-Wolfsburg fördert und unterstützt - gesammelt.





ZUSAMMENHALT WIRD GROSSGESCHRIEBEN

DER VFL WOLFSBURG EMPFINDET DIE GEMEINSCHAFT VON VEREIN UND FANS ALS GROSSE FUSSBALLFAMILIE UND RICHTET SÄMTLICHE AKTIVITÄTEN ENTSPRECHEND AUS.

Der VfL Wolfsburg empfindet die Gemeinschaft von Verein und Fans als große Fußballfamilie und richtet sämtliche Aktivitäten entsprechend aus. Weltoffenheit hat in diesem Zusammenhang einen hohen Stellenwert und wird bewusst gelebt. Entsprechend dieser Einstellung nimmt der Verein jeden Fan ungeachtet von Faktoren wie Alter, Geschlecht, Hautfarbe oder Behinderung in seine Familie auf und arbeitet stetig daran, Rahmenbedingungen zu schaffen, die es jedem ermöglichen, an dem Gemeinschaftserlebnis teilzuhaben.

FÜR VIELFALT, GEGENSEITIGEN RESPEKT, FAIRNESS UND TOLERANZ

Der VfL Wolfsburg unterstützt zahlreiche Initiativen im Kampf gegen Rassismus. Im Rahmen verschiedener Maßnahmen setzt sich der Verein für Vielfalt, gegenseitigen Respekt, Fairness und Toleranz ein. Dies spiegelt sich auch klar in der Stadionordnung wider, die Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Rechtsradikalismus ausdrücklich verbietet. Als Zeichen dieses Engagements unterstützt der VfL Wolfsburg den Zehn-Punkte-Plan der UEFA (siehe auch Gesellschaftskapitel). Ebenso aktiv fördert der Verein die Integration von Menschen mit Behinderungen, zum Beispiel durch die barrierefreie Gestaltung der Volkswagen Arena und der Website sowie durch die Unterstützung von Special Olympics (siehe auch Gesellschaftskapitel).

Um den Kontakt mit den Fans und ihre Identifikation mit dem Verein zu intensivieren, hat der VfL Wolfsburg die Aktion "Nä-

her dran am VfL" ins Leben gerufen. Als erste Maßnahme wurde zur Saison 2011/2012 ein Fanartikel-Magalog eingeführt: eine Kombination aus Fanartikelkatalog und Magazin mit Storys und Bildern, die den Fans einen Blick hinter die Kulissen ermöglichen. Anfang 2012 wurde die Leitidee mit drei Spots weitergeführt. In persönlichen Porträts, die sowohl auf der klubeigenen Homepage, der Facebook-Seite des Vereins sowie im VfL-Kanal bei YouTube zu sehen sind, stellen sich der Spieler und ehemalige Mannschaftskapitän Christian Träsch, der Zeugwart Heribert Rüttger und das VfL-Idol Roy Präger, der heute die VfL-Fußballschule leitet, den Anhängern vor. Damit auch die Fans ihre Verbundenheit mit dem VfL Wolfsburg nach außen noch besser zeigen können, gibt es seit Kurzem verschiedene Fanartikel mit dem Aufdruck "Mein Verein – Meine Stadt".

Ende der Saison 2010/2011, als sich der VfL Wolfsburg erst am letzten Spieltag vor dem Abstieg retten konnte, rief der Verein das Motto "Wir stehen zusammen" aus. Im Rahmen einer Fotoaktion konnten die Fans zeigen, dass sie hinter der Mannschaft stehen. Schließlich konnte der Klassenerhalt gemeinsam erreicht werden. Diese schwierige Zeit hat die Spieler und die VfL-Fans näher zusammenrücken lassen. Im Februar 2012 dankten die VfL-Geschäftsführung, der Trainerstab sowie die komplette Profimannschaft ihren Fans mit dem "18. Auswärtsspiel" für ihre Treue und Unterstützung: Sie besuchten zahlreiche Fanclubs in der Region, um ihnen die Möglichkeit zu einem direkten Austausch zu geben.







Die Fanbeauftragten des VfL Wolfsburg (von links): Holger Ballwanz, Lothar Schukowski, Mike Compagnone, André Hahn und Michael Schrader.

IM ENGEN AUSTAUSCH MIT DEN FANS

DIE VIER FANBEAUFTRAGTEN DES VFL WOLFSBURG STEHEN DEN ANHÄNGERN DES VEREINS MIT RAT UND TAT ZUR SEITE. SIE FUNGIEREN ALS BINDEGLIED ZWISCHEN VEREIN UND FANS UND KENNEN DIE BEDÜRFNISSE DER VFL-ANHÄNGER.

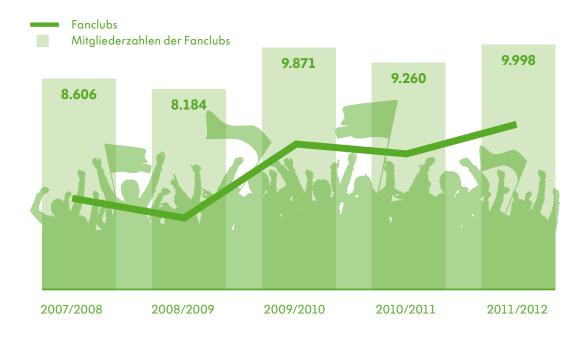
Gleichzeitig erleichtern sie diesen die Kontaktaufnahme mit dem Verein. Die Fanbeauftragten organisieren unter anderem Auswärtsfahrten und nehmen an den regelmäßigen Treffen der Fanbeauftragten auf regionaler und bundesweiter Ebene teil. Ein weiterer wichtiger Aspekt ihrer Arbeit ist der Kontakt zur Polizei, zur Bundespolizei und zum vereinseigenen Ordnungsdienst. Hilfestellung geben die Fanbeauftragten auch bei der Gründung neuer Fanclubs. Erst nach Meldung bei den Fanbeauftragten wird ein Club offiziell anerkannt. Zurzeit betreuen die Fanbeauftragten rund 160 Fanclubs, von denen 90 den Status des OFC beantragt haben. Sie haben auch die Richtlinien unterschrieben, welche vom VfL Wolfsburg unter Mitwirkung der Fans erarbeitet wurden. Diese Vereinbarung sichert den

Mitgliedern des OFC beispielsweise ein Vorkaufsrecht für Spieltagskarten der Nordkurve sowie die regelmäßige Information über Aktivitäten des Vereins zu und gibt ihnen die Möglichkeit, den eigenen Club im Stadionmagazin vorzustellen. Außerdem beinhalten die Richtlinien einen Verhaltenskodex, der sich insbesondere gegen jegliche Form der Diskriminierung und Gewalt wendet. Erreichbar sind die Fanbeauftragten im Fanhaus, das eigens für Fanbetreuung und Merchandising nordöstlich vom Stadion gebaut wurde.

An den Spieltagen dient das FanEck, das sich auf der Promenade der Nordkurve befindet, als zusätzliche Anlaufstelle für Fans. Beaufsichtigt wird das Angebot des Vereins von den Fanbeauftragten, vor Ort sind Fans Ansprechpartner für alle. Hier können die Besucher der Volkswagen Arena sich informieren, am Tippspiel teilnehmen und selbst gefertigte Fanartikel "von Fans für Fans" erwerben. Die Erlöse aus dem Verkauf der Artikel und aus dem Tippspiel werden für einen guten Zweck verwendet, in der Saison 2011/2012 kamen so 1.000 Euro für den heilpädagogischen Kindergarten Rappelkiste zusammen. Die Einnahmen aus dem Verkauf des Stadionmagazins Unter Wölfen fließen zu einem späteren Zeitpunkt gesammelt an die Krzysztof Nowak-Stiftung.

Um Gewalt im Stadion sowie rund um die Heimspiele des VfL Wolfsburg zu vermeiden und ein gutes Klima zwischen unterschiedlichen Gruppierungen sicherzustellen, findet ein intensiver Austausch

60 | 61 FANS



zwischen Fan- und Sicherheitsbeauftragten statt. Im Zuge regelmäßig stattfindender Gespräche soll sichergestellt werden, dass die Belange der Fans so weit es geht berücksichtigt werden und zugleich die Sicherheit für alle Stadionbesucher jederzeit gewährleistet ist. Hierzu dient der regelmäßige Austausch mit der Stadt ebenso wie der Dialog zwischen Polizei, Fanprojekt und Fans. Sollten vonseiten der Fans Grenzen verletzt oder überschritten werden, greift die Stadionordnung, in der auch Sanktionen festgelegt sind. In jedem Jahr finden in den beiden Spielpausen Tagungen der Sicherheitsbeauftragten der Bundesliga gemeinsam mit der 2. Bundesliga als Sommer- und Winterklausur statt. Zudem organisiert der VfL Wolfsburg mindestens eine gemeinsame Klausur pro Jahr mit den Fanbeauftragten zusammen

als Regionalkonferenz. Weiterhin werden mindestens einmal in der Sommer- und einmal in der Winterpause Tagungen des Örtlichen Ausschusses für Sicherheit im Sport (ÖASS) durchgeführt, in denen Absprachen zur Bundesligasaison getroffen werden. Hierzu werden Vertreter der Autostadt, der Berufsfeuerwehr, der Wolfsburg AG, der Service Factory sowie alle Abteilungen des VfL Wolfsburg geladen. Zusätzlich finden anlassbezogene Tagungen des ÖASS statt, 2011 zum Beispiel sechs Mal wegen des Maßnahmenpaketes gegen gewalttätige VfL-Fans. In der monatlichen Runde "Regeltermin Fans" treffen sich Beamte der Polizeiinspektion Wolfsburg und der Bundespolizei mit Vertretern des Fanprojekts, der Stadt und den Fan- und Sicherheitsbeauftragten des VfL Wolfsburg. Schließlich führt der Verein in unregelmäßigen Abständen anlassbezogene Treffen mit dem Fanprojekt und Fanbeauftragten durch. Seit Juni 2012 beteiligt sich der Verein außerdem an der Plakat-Kampagne der Deutschen Fußball Liga (DFL) "Für Fußball. Gegen Gewalt.". Die Prävention von Gewalt im Stadion ist auch ein wichtiger Punkt innerhalb der Stadionordnung des VfL Wolfsburg. Wegen des Einsatzes von Pyrotechnik durch die Fans bei den Auswärtsspielen in Bremen, Hamburg, Stuttgart und Hannover hat der Verein in der vergangenen Saison Geldstrafen in Höhe von insgesamt 12.500 Euro an den DFB gezahlt. Außerdem wurden 14 bundesweite Stadionverbote wegen Pyrotechnik, vier wegen Körperverletzung und eines wegen Sachbeschädigung ausgesprochen. Die Zahl der örtlichen Stadionverbote belief sich in der Saison 2010/2011 auf 13.

Dass die Belange der Fans seitens des Vereins sehr ernst genommen werden und eine im positiven Sinne ausgeprägte Streitkultur herrscht, zeigt unter anderem die Debatte um die Wiedereinführung des alten Vereinswappens. Teile der Anhängerschaft hatten sich hierfür starkgemacht, um die Tradition des VfL Wolfsburg stärker zu betonen. Dass der Verein sich dennoch für die Beibehaltung des 2002 eingeführten neuen Wappens entschied, führte zunächst zu einer großen Unzufriedenheit bei den Fans. Geschäftsführer Thomas Röttgermann war persönlich in regelmäßigen Gesprächen mit den Fans involviert und hat im Rahmen des Austauschs zugestanden, dem alten Logo wieder mehr Präsenz zu geben. So soll es unter anderem in der neuen Fan-Gaststätte in der Gegengeraden sowie bei den Fahnen, die vor dem Spiel auf dem Platz geschwenkt werden, vermehrt auftauchen. Auch bei der Fanbekleidung ist langfristig eine Retro-Linie mit dem alten Logo geplant, bei deren Gestaltung die Fans eingebunden werden.

EIN VEREIN FÜR **JUNG UND ALT**

DER VFL WOLFSBURG SIEHT SICH ALS VEREIN FÜR ALLE ALTERSGRUPPEN.

Insbesondere für die jüngsten VfL-Fans hat der Verein in den vergangenen Jahren ein umfangreiches Angebot zusammengestellt. Sämtliche Kinderaktivitäten stellt der VfL Wolfsburg seit Anfang 2010 auf einer kindgerechten Internetseite dar.

Der im Juli 2004 gegründete WölfiClub ist der offizielle Kids-Club des VfL Wolfsburg und mit inzwischen 8.000 Mitgliedern aktuell einer der stärksten Kids-Clubs der Liga. Auch bundesweit treibt der Verein das Thema Kids-Clubs voran und unterstützt den entsprechenden Arbeitskreis der DFL seit dessen Gründung intensiv. Der Verein misst seinem außergewöhnlichen Engagement einen hohen Stellenwert bei, da die Kinder von heute die Fans von morgen sind.

Zum umfangreichen Angebot des Wölfi-Clubs, der Fußballbegeisterten von null bis einschließlich 13 Jahre offensteht, gehören unter anderem Rabatte, betreute Auswärtsfahrten sowie die Chance einer Bewerbung als Auflaufkind. Unabhängig von einer Mitgliedschaft im WölfiClub stehen den Kindern im Stadion Angebote wie Wölfis Höhle, ein Kindererlebnisraum in der Arena mit Kinderbetreuung während der

Mitgliederzahlen WölfeClub

Mitgliederzahlen WölfiClub

2.939

742

Juli 2005

4.244

1.426

Juli 2006

5.084

3.011

Juli 2007

Juli 2008

Juli 2009

Heimspiele, der Wölfi-Hort, ein beaufsichtigter Kinderspielplatz mitten im Stadion, Wölfis Bewegungsspielplatz vor der Volkswagen Arena und die Wölfi-Kurve speziell für Familien zur Verfügung. Zu den weiteren gut angenommenen Angeboten des VfL Wolfsburg zählen der VfL-Kids-Day, bei dem Wolfsburgs Oberbürgermeister Klaus Mohrs die Eröffnungsrede hielt, das Kinderferienprogramm, Kids-Touren sowie die Möglichkeit, Kindergeburtstage im Stadion zu feiern.

Großer Beliebtheit erfreut sich die im April 2011 gegründete VfL-Fußballschule. Sie bietet Mädchen und Jungen zwischen sechs und 13 Jahren das Fußballtraining unter professionellen Bedingungen. Auch bei diesem Angebot legen die Verantwortlichen nicht nur ihr Augenmerk darauf. Freude am Fußball und an der Bewegung generell zu wecken, sondern bemühen sich zudem insbesondere um die Vermittlung von Werten wie Teamgeist und Fair Play.

lichen und sportlichen Angeboten vom Galeriebesuch bis zum Schnupperkurs im Bogenschießen. 10.500 9.874 9.500 8.090 8.000 VfL-Fans ab 14 Jahren steht der WölfeClub of-7.253 fen, zu dem auch die 6.900 Veranstaltungsinitia-5.443 5.048 3.564

Juli 2010

Juli 2011

tiven WölfeClub Juniorteam und Wölfe-

Club 55plus zählen. Das WölfeClub Ju-

niorteam bietet seit Beginn der Saison

2010/2011 zahlreiche altersgerechte

Angebote für die Fans zwischen 14 und

17 Jahren wie betreute Heimspielbesu-

che im rauchfreien Stehplatzbereich in

der Nordkurve, organisierte Auswärts-

fahrten zu vielen Bundesligaspielen, die

Unterstützung des WölfeClub-Teams

an Heimspieltagen und Schülerpraktika beim VfL Wolfsburg in den Schulferi-

en. Der WölfeClub 55plus hingegen hält

spezielle Angebote für die älteren VfL-

Anhänger bereit. Mit jedem neuen Halb-

jahr gibt es für sie ein neues vielseitiges

Programm mit kulturellen, gesellschaft-

Kinder mit weiteren 2000 Besuchern beim VfL-Kids-Day

Fahnenkinder pro Saison

200 Kinder bei vier Auswärtsfahrten pro Saison

Weihnachtsfeier 300 Kindern

Auflaufkinder bei Bundesligaheimspielen

Kinder in der Spieltagsbetreuung in Wölfis Höhle pro Saison

Maskottchen Wölfi pro Jahr

500 Kinder beim Ferienprogramm

Kindergeburtstage mit insgesamt 2.000 Gästen in der Volkswagen Arena pro Jahr

VfL-Kinderfasching mit 150 Teilnehmern

Kinder im betreuten Heimspielerlebnis pro Saison

Teilnehmer in der VfL-Fußballschule pro Jahr









IMMER EIN OFFENES OHR FÜR DIE VFL-ANHÄNGER

DAS FANPROJEKT UND DIE SUPPORTERS WOLFSBURG

Insbesondere um die Belange der jungen VfL-Fans zwischen 12 und 21 kümmert sich das Fanprojekt Wolfsburg. Die Einrichtung der Stadt Wolfsburg wurde 1997 gegründet und engagiert sich seitdem für eine positive Fankultur, Gewaltprävention sowie die Verbesserung der Kommunikation zwischen den am Fußball beteiligten Parteien wie Verein, Fans, Polizei, Sicherheitsdienst und Ordnungsamt. Au-Berdem stehen die fünf Mitarbeiter des Fanprojekts den jugendlichen Fußballanhängern als Ansprechpartner bei Problemen in allen Bereichen des Lebens wie zum Beispiel Schule oder Sucht zur Verfügung.

Räumlich angesiedelt ist das Fanprojekt in der Nordseite der Volkswagen Arena. Zentrale Anlaufstelle für die jugendlichen Fans ist der Nordkurvensaal, in dem ver-

schiedene Veranstaltungen und Aktivitäten angeboten werden. So gibt es hier an den Heimspieltagen bereits drei Stunden vor Spielbeginn ein Rahmenprogramm mit Musik und sportlichen Aktivitäten. Für seine Arbeit wurde das Fanprojekt Wolfsburg mit dem Qualitätssiegel "Fanprojekt nach dem Nationalen Konzept Sport und Sicherheit" der Koordinationsstelle Fanprojekte (KOS) ausgezeichnet.

"WIR SCHAUEN HIN"

Im Kampf gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus, Gewalt, Alkohol- und Ni-kotinmissbrauch hat das Fanprojekt gemeinsam mit dem VfL Wolfsburg, dem Stadtjugendring und der offenen Kinderund Jugendarbeit des Geschäftsbereichs Jugend der Stadt Wolfsburg ein Maßnahmenpaket unter dem Motto "Wir schauen

hin" geschnürt. Das Projekt soll alle am Wolfsburger Fußballgeschehen beteiligten Menschen dabei unterstützen, eine gefestigte Persönlichkeitsstruktur aufzubauen und nicht wegzusehen, wenn sie bedenkliche Tendenzen in ihrem Umfeld bemerken.

DACHVERBAND FÜR FANS

Um ihre überregionale Zusammenarbeit zu intensivieren, schlossen sich Anfang 2011 die Fanbetreuungen der fünf norddeutschen Klubs aus der Bundesliga und die jeweiligen Fanprojekte unter dem Namen Nordbeirat zusammen. Dieses Gremium tagt einmal im Quartal. Als Dachverband und Interessenvertretung für Fans jeden Alters hat sich Mitte 2006 der Supporters Wolfsburg e.V. gegründet. Die Supporters möchten den VfL-Anhängern eine Kommunikationsplattform bieten und zu einer lebendigen, aktiven und friedvollen Fanszene beitragen. Dabei verurteilen sie grundsätzlich jegliche Form von Gewalt, Rassismus sowie Diskriminierung und setzen sich gegen jede dieser Tendenzen ein. Die Aktivitäten der Supporters leben vom Engagement der Mitstreiter und sind entsprechend vielfältig.

Die Unterstützung bei der Organisation von Auswärtsfahrten, die Verbesserung der Atmosphäre in der Volkswagen Arena durch verschiedene Aktionen im Stadion, aber auch Wohltätigkeitsaktionen zählen dazu. Geografisch verteilen sich die Mitglieder auf das gesamte Bundesgebiet. Die sogenannten Exil-Supporters, die außerhalb Wolfsburgs wohnen, treffen sich bei Auswärtsspielen regelmäßig, um sich kennenzulernen und miteinander auszutauschen.



Gute Stimmung in der Heimat der "Wölfe": 30.000 Zuschauer finden in der Volkswagen Arena Platz. Um die Belange der Wolfsburger Fans kümmern sich neben den Fanbeauftragten des VfL Wolfsburg das städtische Fanprojekt und die Supporters Wolfsburg.



ZIELE FÜR DIE ZUKUNFT

NACHHALTIGKEIT ALS GRUNDPFEILER DES SELBSTVERSTÄNDNISSES

- Der VfL Wolfsburg möchte sich nicht auf dem Erreichten ausruhen, sondern strebt in allen Bereichen Fortschritte an.
- Auch in Zukunft möchte man Vorreiter in der Bundesliga sein und neue Maßstäbe setzen.
- Die nachfolgenden Ziele werden offen und ambitioniert kommuniziert.
- Mit diesen Zielen unterstreicht der Verein sein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und verdeutlicht, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger "Grundpfeiler" des Selbstverständnisses ist.
- Im nächsten Bericht wird selbstkritisch über den Grad der Zielerreichung berichtet, um sich zum einen an den eigenen Maßstäben zu messen und zum anderen, um größtmögliche Transparenz der Nachhaltigkeitsbestrebungen auch nach außen zu kommunizieren.

STRAT	TEGIE UND MANAGEN	IENT
ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Ausbau und Etablierung der Qualitätssicherung im Bereich Merchandising	fortlaufend	Der Verein trägt so seiner Verantwortung für die Lieferkette Rechnung.
(Langfristige) Umstellung von 10 % der Merchandising-Produkte auf Fair-Trade-Produkte	fortlaufend	Wichtiger Meilenstein: Das Heimtrikot stammt in der Saison 2014/2015 aus der "Better Place"-Kollektion.
Einführung eines Datenmanagements für Non-Financials (Papier, Emissionen, Wasser etc.)	Anfang Saison 2014/2015	Des Weiteren sollen alle Betriebsbereiche (Geschäftsstelle, Volkswagen Arena, Stadion Elsterweg) zusammengeführt werden.
Popularitätswert des Vereins steigern	fortlaufend	Das Engagement des Vereins soll anerkannt werden und er soll als nachhaltige Marke wahrgenommen werden.

	ÖKOLOGIE	
ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Reduktion der derzeitigen CO ₂ -Emissionen	Ende	
des Vereins um 25 %	Saison 2017/2018	
Erweiterung der Abfalltrennung	Ende Saison 2013/2014	Bei dieser Maßnahme werden auch die
in der Volkswagen Arena		Caterer mit eingeschlossen.
Schonung natürlicher Ressourcen	fortlaufend	
Förderung und Berücksichtigung von	fortlaufend	Der Bau des Ministadions und des VfL-Centers
neuesten Energieeffizienzstandards – vor allem bei Neubauten		(Baubeginn 2013) erfolgt unter Berücksichtigung der neuesten Energieeffizienz-Standards.

	MITARBEITER	
ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Einbeziehung von Nachhaltigkeitszielen in Zielvereinbarungen für Geschäftsführung und Mitarbeiter	Anfang Saison 2014/2015	Die Mitarbeiter werden so noch weiter für Nachhaltigkeitsaspekte sensibilisiert.
Ausbau der Berufsausbildung für Spieler	fortlaufend	Zu einer guten Ausbildung von Spielern zählt für den Verein nicht nur die sportliche Weiterentwicklung, sondern auch das Sicherstellen von weiteren beruflichen Perspektiven.
Förderung von sportlichen und gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter	fortlaufend	Ziel ist die Unterstützung der Mitarbeiter hinsichtlich eines gesunden Lebensstils. Erste Maßnahmen werden bereits zur Saison 2013/2014 umgesetzt.
Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter ausweiten	Anfang Saison 2013/2014	Insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit sollen Weiterbildungsmaßnahmen angeboten werden.
Einführung eines Corporate-Volunteering- Programms	Anfang Saison 2013/2014	Der Verein fördert das gesellschaftliche Engagement seiner Mitarbeiter und möchte sie hier weiter unterstützen.

	GESELLSCHAFT	
ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Weiterentwicklung des VfL-Wiki	Beginn der Schuljahre 2013/2014 und 2014/2015	Weitere Schulen sollen eingebunden und die schulübergreifende Zusammenarbeit intensiviert werden.
Weiterentwicklung von Muuvit	Anfang Saison 2013/2014	Geplant ist eine Erweiterung des Muuvit-Abenteuers um eine Umweltroute.
Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks	fortlaufend	Der Verein verfolgt das Ziel, sein gesellschaftliches Engagement beständig zu intensivieren. Die Kooperation mit Experten betrachtet er hierbei als Grundvoraussetzung.
Schaffung von Barrierefreiheit in allen Bereichen	fortlaufend	Der VfL Wolfsburg strebt Inklusion für alle Angebote rund um den Verein an.

FANS UND MITGLIEDER		
ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Regelmäßiger institutionalisierter Austausch von Fanvertretern und Geschäftsführung	Anfang Saison 2012/203	Der Verein möchte die sehr guten Beziehungen mit seinen Anhängern weiter ausbauen. Ein regelmäßiger institutionalisierter Austausch soll den Fans die Möglichkeit geben, ihre Anliegen direkt und unkompliziert an die Entscheidungsträger zu richten.

GRI CONTENT INDEX

	RN-)INDIKATOREN NACH G3.1 RICHTLINIEN	BERICHTET	VERWEIS/DIREKTE ANTWORT
	GIE UND ANALYSE		
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	Komplett	S. 5
1.2	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	Nicht prioritär	
	SATIONSPROFIL		
2.1	Name der Organisation	Komplett	S. 71 – Impressum und Kontakt)
2.2	Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	Komplett	S. 6 - 8
2.3	Organisationsstruktur	Komplett	S. 13
2.4	Hauptsitz der Organisation	Komplett	S. 71
2.5	Länder Geschäftstätigkeit	Komplett	S. 6ff., 14ff., 48
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	Komplett	S. 6
2.7	Märkte	Komplett	S. 6ff., 14ff., 48
2.8	Größe der Organisation	Teilweise	S. 10ff., 30ff. – Finanzielle Daten werden nicht berichtet
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	Komplett	S. 6
2.10	Preise	Komplett	S. 19
BERICH	TSPARAMETER		
3.1	Berichtszeitraum	Komplett	S. 2
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	Komplett	S. 2
3.3	Berichtszyklus	Komplett	S. 2
3.4	Ansprechpartner	Komplett	S. 71
3.5	Die Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	Komplett	S. 2
3.6	Berichtsgrenze	Komplett	S. 2
3.7	Beschränkungen des Berichtsumfangs	Komplett	Es wird über alle wesentlichen Punkte eines professionellen Fußballvereins berichtet. Hierzu gehört auch der Umgang mit Fans und insbesondere das Eintreten gegen Gewalt und Rassismus.
3.8	Joint Ventures, Tochterunternehmen und gepachtete Anlagen	Komplett	Als wesentlicher Bestandteil der Tätigkeiten des Vereins wird die VW-Arena mit in die Berichterstattung integriert.
3.9	Datenerfassung	Komplett	Soweit spezifische Messverfahren angewendet wurden oder Erläuterungen der Berechnung der Indikatoren notwendig sind, werden sie bei den jeweiligen Abbildungen und Grafiken erklärt. Der VfL orientiert sich in ihrer Berichterstattung an den GRI-Indikator-Protokollen, behält sich Abweichungen von diesen allerdings vor. Die Richtigkeit der Daten und Inhalte wird nach dem im Controlling üblichen Vier-Augen-Prinzip überprüft.
3.10	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Komplett	Keine wesentlichen Veränderungen, da Erstbericht.
3.11	Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	Komplett	Keine wesentlichen Veränderungen, da Erstbericht.
3.12	GRI Content Index	Komplett	S. 68
3.13	Bestätigung durch externe Dritte	Komplett	Eine Bestätigung des Berichts durch externe Dritte ist derzeit nicht relevant.
GOVERN	ANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT		
4.1	Führungsstruktur der Organisation	Komplett	S. 13
4.2	Angabe, ob der Vorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist	Komplett	S. 13
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	Komplett	Dieser Indikator ist nicht anwendbar, da es einen Aufsichtsrat gibt.
4.4	Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an die Geschäftsführung	Komplett	Der Eigentümer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH, die Volkswagen AG, stellt einige Mit- glieder des Aufsichtsrats und hat so die Möglichkeit mit der Geschäftsführung zu kom- munizieren. Die Mitarbeiter sind in einem Betriebsrat organisiert. Dieser kann direkt Empfehlungen aussprechen.
4.5	Kopplung der Vergütung der Geschäftsführung an die Unternehmensleistung	Komplett	S. 67 – Es bestehen individuelle Zielvereinbarung für alle Mitarbeiter und die Geschäftsführung. Bei außertariflichen Verträgen beeinflusst der Grad der Zielerreichung die Höhe der Bonuszahlungen der betreffenden Personen. Das Grundgehalt ist hiervon nicht beeinflusst.
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten in der Ge- schäftsführung	Komplett	S. 16ff. – Zudem gilt der Code of Conduct der Volkswagen AG.
4.7	Qualifikation der Geschäftsführung - auch in Bezug auf Nachhaltig- keitsthemen	Komplett	Die Leistung des obersten Führungsgremiums wird von dem Aufsichtsrat bewertet, der umwelt- und sozialbezogene Aspekte in seine Einschätzung miteinbezieht.
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	Komplett	S. 12, 16ff., 38
4.9	Verfahren der Geschäftsführung zur Überwachung der Nachhaltig- keitsleistung	Komplett	S. 16ff., 38 – Wichtige Ereignisse in den Bereichen Umwelt und Gesellschaft werden immer zeitnah an die Geschäftsführung berichtet.
4.10	Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	Komplett	S. 67
4.11	Vorsorgeprinzip	Komplett	S. 16ff., 33-35, 38, 50-55, 58ff.
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	Komplett	S. 19, 32f., 38, 43, 48, 53
4.13	Mitgliedschaften	Komplett	S. 19, 38
4.14	Stakeholder-Gruppen	Komplett	S. 12, 32ff., 38ff., 48ff., 58ff.
4.15	Auswahl der Stakeholder	Teilweise	Als Akteur von besonderem medialen Interesse ist der Verein kontinuierlich mit einer Vielzahl von Stakeholdern im Dialog. Prinzipiell wird mit allen Stakeholdern gesprochen. Mit wem konkret in Kontakt getreten wird, ist abhängig vom jeweiligen Thema.
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	Komplett	S. 13, 60f.
4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	Komplett	S. 60f.
ÖKONON	MISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN		
	Managementansatz	Komplett	S. 7f., 14ff.
EC3 EC4	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	Komplett Komplett	S. 30ff. Die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH hat keine bedeutenden finanziellen Zuwendungen der
EC7	Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer	Komplett	öffentlichen Hand erhalten. S. 32f. – Mitarbeiter werden unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder anderen Merk-
			malen eingestellt. Entscheidend ist ausschließlich die Qualifikation. Dies gilt für alle Unternehmensbereiche.
EC8	Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	Komplett	S. 7, 15f., 19, 46ff.

	ISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN		
	Managementansatz	Komplett	S. 16ff., 38ff.
EN1	Eingesetzte Materialien	Komplett	S. 40-44
EN2	Recyclingmaterial	Komplett	S. 43
EN3	Direkter Primärenergieverbrauch	Komplett	S. 40, 44
EN5	Eingesparte Energie durch umweltbewusste Einsatz und Effizienz-	Komplett	S. 38, 40-44
LIND	steigerungen	Komplett	3. 30, 40-44
EN8	Gesamtwasserentnahme	Komplett	S. 42
EN9	Wesentliche Wasserentnahmequellen	Komplett	S. 42
EN16	•		S. 40-42
	Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	Komplett	
EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse	Komplett	S. 40-44
EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	Teilweise	S. 43
	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen		S. 16ff., 38, 40ff.
EN26		Komplett	
EN28	Sanktionen wegen Umweltverstößen	Komplett	Es gab keine Sanktionen wegen Umweltverstößen.
EN29	Umweltauswirkungen durch den Transport von Produkten und Mitarbeitern	Komplett	S. 40-42
EN30		Teilweise	S. 38 – Bei Neubauten wird nach neusten Umweltschutzkriterien verfahren. Neuinvesti-
ENSU	Umweltschutzausgaben und -investitionen	renweise	tionen werden unter finanziellen und ökologischen Gesichtspunkten getätigt. Grundsätz-
			lich wird sich bemüht, beide Ziele in Einklang zu bringen.
GESELL!	SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: ARBEITSPRAKTIKEN & MI	FNSCHENWÜR	
arorr.	Managementansatz	Komplett	S. 32ff.
LA1	Gesamtbelegschaft	Teilweise	S. 32
	-		
LA2	Neuanstellungen und Mitarbeiterfluktuation	Komplett	S. 32
LA3	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten und nicht Mit- arbeitern mit einem befristeten Arbeitsvertrag oder Teilzeitkräften ge-	Komplett	S. 32f.
	währt werden, aufgeschlüsselt nach Hauptbetriebsstätten.		
LA4	Mitarbeiter mit Tarifverträgen	Komplett	S. 32f.
LA6	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschutzausschüs-	Komplett	S. 32f., 35
LAG	sen vertreten wird	Komplett	3. 321., 33
LA7	Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	Komplett	S. 35
LA8		•	S. 35
	Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten	Komplett	
LA10	Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	Teilweise	S. 34f.
LA11	Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	Komplett	S. 34
LA12	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurtei-	Komplett	Unabhängig vom Geschlecht erhalten alle Mitarbeiter eine regelmäßige Leistungsbeur-
1.414	lung und Entwicklungsplanung erhalten nach Geschlecht.		teilung.
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht	Komplett	In der Betriebsvereinbarung ist das Grundgehalt für Mitarbeiter festgelegt. Es wird hier nicht nach Geschlecht unterschieden.
1 415	Art desired	1/	
LA15	Wiedereintrittsrate nach Elternzeit	Komplett	S. 32
GESELL	SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: MENSCHENRECHTE	14	0.10% 00% 50%
	Managementansatz	Komplett	S. 16ff., 32ff., 58ff.
HR4	Anzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	Komplett	Es gab keine Vorfälle von Diskriminierung.
HR5	Verletzungen der Vereinigungsfreiheit oder des Rechts zu Kollektiv-	Komplett	S. 16ff., 66
LIDG	verhandlungen	1/ 1 11	0.10% 00
HR6	Risiko auf Kinderarbeit	Komplett	S. 16ff., 66
HR7	Risiko auf Zwangs- oder Pflichtarbeit	Komplett	S. 16ff., 66
		•	
HR10	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewer-	Teilweise	S. 16ff., 66
	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren.	Teilweise	S. 16ff., 66
HR11	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewer- tungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte	•	
HR11	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren.	Teilweise	S. 16ff., 66
HR11 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewer- tungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte	Teilweise	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff.
HR11	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewer- tungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT	Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung.
HR11 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewer- tungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz	Teilweise Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff.
HR11 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen	Teilweise Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff.
HR11 GESELLS S01 S02	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff.
HR11 GESELLS S01 S02 S03 S05	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte GCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung	Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19
HR11 SO1 SO2 SO3 SO5 SO6	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen	Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen.
HR11 SO1 SO2 SO3 SO5 SO6 SO7	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens	Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte GCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden	Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTL	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff.
S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte GCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer	Teilweise Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff.
S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienst-	Teilweise Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte GCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELL PR1 PR2 PR3	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienst- leistungen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt.
HR11 S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte CHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von
HR11 SO1 SO2 SO3 SO5 SO6 SO7 SO8 SO9 SO10 PR1 PR2 PR3	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTU Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich.
HR11 GESELL SO1 SO2 SO3 SO5 SO6 SO7 SO8 SO9 SO10 GESELL PR1 PR2 PR3 PR4 PR5	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTL Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen Vorfälle in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. S. 16ff.
HR11 GESELLS S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS PR1 PR2 PR3 PR4 PR5 PR6	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTL Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen Vorfälle in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen Kundenzufriedenheit Standards in Bezug auf Werbung	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. S. 16ff. Es werden grundsätzlich alle gesetzlichen Vorschriften eingehalten.
HR11 GESELL S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELL PR1 PR2 PR3 PR4 PR5	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTL Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen Vorfälle in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. S. 16ff.
HR11 GESELLS S01 S02 S03 S05 S06 S07 S08 S09 S010 GESELLS PR1 PR2 PR3 PR4 PR5 PR6	Geschäftstätigkeiten, die Gegenstand einer Menschenrechtesbewertungen und / oder Auswirkungseinschätzungen waren. Anzahl der Beschwerden bezogen auf Menschenrechte SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: GESELLSCHAFT Managementansatz Auswirkungen auf das Gemeinwesen Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden Schulungen in Antikorruptionspolitik und Antikorruptionsverfahren Teilnahme an der politischen Willensbildung Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften Geschäfte mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden Präventions- und Schadensminderungsmaßnahmen SCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN: PRODUKTVERANTWORTL Managementansatz Auswirkungen auf die Gesundheit entlag der Produktlebensdauer Vorfälle in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen Vorfälle in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen Kundenzufriedenheit Standards in Bezug auf Werbung	Teilweise Komplett Komplett Komplett Teilweise Teilweise Komplett	S. 16ff., 66 Es gab keinerlei Beschwerden in Bezug auf Menschenrechtsverletzung. S. 16ff., 48ff. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 16ff. S. 19 Es gab keine Spenden an Parteien, Politiker und damit verbundene Einrichtungen. Es gab keine Klagen in diesem Bereich. S. 60f. S. 12, 14ff., 38ff., 48ff. S. 40ff., 58ff. S. 16ff. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. Die Stadionordnung regelt den Ablauf der Sportveranstaltungen. Die gesetzlich vorgeschriebene Informationspflicht der Merchandisingprodukte wird von den Produzenten sichergestellt. Es gab keine Vorfälle in diesem Bereich. S. 16ff. Es werden grundsätzlich alle gesetzlichen Vorschriften eingehalten.

GRI-BESTÄTIGUNGSVERMERK

DER CSR BERICHT DES VFL WOLFSBURG WURDE VON DER GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) GEPRÜFT. ES WURDE BESTÄTIGT, DASS DIE ANFORDERUNGEN DER ANWENDUNGSEBENE B EINGEHALTEN WURDEN.



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass VfL Wolfsburg-Fußball GmbH ihren Bericht "GEMEINSAM BEWEGEN – DER NACHHALTIGKEITSBERICHT DES VFL WOLFSBURG" (2011) den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3.1 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3.1 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 11. September 2012

Nelmara Arbex Deputy Chief Executive Global Reporting Initiative GRI REPORT

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Wieg für die Entwicklung des weitweit meist verwendeten Standards zur Rochfledispleitsberichterstattung bereiter hat und sich zu seiner kontinulerlichen Verbesserung und weitweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfoden legen die Prinspiele und indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung finer Okonomischen, öbiologischen und sozialen Leistungen senwenden können, weise globalnsporting ung

Discialmer: Wo die entsprechende Nochholtigkeitsberichtentattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Moterials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Moterial zum Zeitpunkt der Prüfung am 3. September 2012. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Anderungen dieses Moterials aus.

IMPRESSUM

Herausgeber:

VfL Wolfsburg-Fußball GmbH Postfach 10 10 09 38410 Wolfsburg

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

Weitere Informationen zum CSR-Engagement des VfL Wolfsburg erhalten Sie unter: https://www.vfl-wolfsburg.de/info/soziales.html

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

Layoutkonzept / Gestaltung / Umsetzung:

Karma Kommunikationsdesign, Wolfsburg www.karma-web.de

Druck:

Sigert GmbH Druck- und Medienhaus, Braunschweig www.sigert.de

Bildnachweise:

VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
Karma Kommunikationsdesign (Titel)
Nina Stiller (5, 13, 29, 34, 49, 52)
Firo Sportphoto (7, 10, 46, 56, 59, 64, 65)
Daniela Nielsen (21,50,51,55)
Stadt Wolfsburg (4, 26)
Fritz Rust (6)
Citypress24 (8)

Citypress24 (8) Imago (13) NABU (28, 45)

Bernd Wierzbowski (32)

LSW (41) DFB (43)

Manfred Scharrnberg (44) Reinhard Popken (54)







WWW.VFL-WOLFSBURG.DE