



VfL WOLFSBURG

GEMEINSAM BEWEGEN



DER NACHHALTIGKEITSBERICHT DES VfL WOLFSBURG

2016



WWW.VFL-WOLFSBURG.DE





**GEMEINSAM
BEWEGEN**

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE

ÜBER DIESEN BERICHT

Der VfL Wolfsburg ist traditionell sehr eng mit der Gesellschaft verbunden und trägt, ähnlich wie klassische Wirtschaftsunternehmen, ihre gegenüber Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR). Dieser Verantwortung für die Auswirkungen seines Handelns auf Mensch und Umwelt ist der Verein sich bewusst und hat CSR deshalb fest in seinem Selbstverständnis verankert. National und international möchte er als verantwortungsvoller Akteur wahrgenommen werden und damit eine führende Position im Profifußball einnehmen. Hierbei dient ihm die Nachhaltigkeits- beziehungsweise CSR-Berichterstattung als zentrales Kommunikationsinstrument. Zu ihren wichtigsten Adressaten gehören Fans, Mitarbeiter, Partner und Sponsoren des VfL sowie die Volkswagen AG. Außerdem richtet sie sich an Nichtregierungsorganisationen und Interessenverbände sowie Vertreter von Politik, Wissenschaft und Forschung.

Alle vier Jahre veröffentlicht der VfL hierzu einen umfangreichen CSR-Bericht. 2014 erschien zuletzt ein aktualisierter Fortschrittsbericht. Mit der vorliegenden Publikation legt der VfL nun zum zweiten Mal nach 2012 in umfassender Weise offen, wie er wesentliche, von ihm zu verantwortende Themen behandelt. Dabei konzentriert sich der Bericht auf die wichtigsten Aktivitäten, aber auch Schwachstellen der vergangenen zwei Jahre und nennt die Ziele und Planungen für die kommende Berichtsperiode. Maßgeblich für die Auswahl der Inhalte sind die Ergebnisse eines Stakeholder-Dialogs, in dem die für den VfL Wolfsburg wesentlichen Themen erstmals systematisch ermittelt wurden.

Der Berichtszeitraum erstreckt sich im Kern auf die Saisons 2014/2015 und 2015/2016; in Einzelfällen wurden, soweit vor Redaktionsschluss möglich, auch spätere Entwicklungen berücksichtigt und bereits geplante Maßnahmen angekündigt. Sämtliche Inhalte beziehen sich auf die gesamte VfL Wolfsburg-Fußball GmbH. Der Bericht erscheint in deutscher und englischer Fassung.

Im Aufbau orientiert sich der Bericht an der Erstveröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts aus dem Jahr 2012 und dem CSR-Fortschrittsbericht 2014. Diese Strukturgleichheit soll Transparenz schaffen und es den Lesern erleichtern, die Entwicklungsschritte des Vereins nachzuvollziehen. Nach einleitenden Worten der Geschäftsführung und des Wolfsburger

Oberbürgermeisters wird zunächst der VfL Wolfsburg porträtiert. In den anschließenden Kapiteln orientiert sich der Bericht an den wesentlichen CSR-Handlungsfeldern des Vereins: „Strategie und Management“, „Mitarbeiter“, „Ökologie“ und „Gesellschaft“ sowie „Fans und Mitglieder“.

Innerhalb der einzelnen Kapitel stellt der Bericht vor, wie der VfL wesentliche Themen strategisch angeht, welche Maßnahmen er dazu umsetzt und mit welchen Kennzahlen er diese steuert. Der VfL Wolfsburg erhebt gezielt solche Kennzahlen, die zur Verbesserung seiner Maßnahmen im Fußballgeschäft dienlich sind. Daher sind diese zum Teil anders geartet als die Kennzahlen klassischer Wirtschaftsunternehmen. Pro Kapitel weist außerdem eine Übersicht auf die besonderen Meilensteine im Berichtszeitraum hin; ein Ausblick kündigt geplante Aktivitäten an. Die hierfür nötigen Informationen wurden durch Gespräche mit den jeweils verantwortlichen Mitarbeitern ermittelt.

Jede Kapiteleinleitung enthält eine Übersicht zu den 2014 veröffentlichten Zielen und dem aktuellen Stand ihrer Umsetzung. In einem aktualisierten CSR-Programm werden im Anschluss an das Kapitel „Strategie und Management“ die Ziele für die kommende Berichtsperiode und die zu ihrer Umsetzung erwogenen Maßnahmen genannt. Der Bericht wurde „in Übereinstimmung“ mit dem G4-Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt und entspricht damit der sogenannten Kern-Option. Auf den letzten Seiten findet sich eine Übersicht mit Auskünften zu den entsprechenden Indikatoren des GRI-G4-Standards und Verweisen zu den hierfür relevanten Textstellen.

Der GRI-G4-Standard verlangt eine systematische Ermittlung der Berichtsthemen unter dem Kriterium der Wesentlichkeit und die Einbeziehung von Stakeholdern. Mit dem Materiality Disclosure Service wurde die korrekte Platzierung der Angaben zum Wesentlichkeitsprozess im Text sowie im GRI Content Index durch GRI überprüft und bestätigt.

Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wurde auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet. Weiterführende Informationen und Neuigkeiten sind auf der Website des VfL Wolfsburg unter der Adresse www.vfl-wolfsburg.de zu finden; Inhalte speziell zum Thema Nachhaltigkeit können auf www.vfl-wolfsburg.de/soziales nachgelesen werden.



INHALT

Grußwort von Klaus Mohrs,
Oberbürgermeister der Stadt Wolfsburg 06

Vorwort von Thomas Röttgermann,
Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH 07

PORTRÄT UND HIGHLIGHTS 08

STRATEGIE UND MANAGEMENT
FUSSBALL IST MEHR
ALS EIN MATCHPLAN 12

MITARBEITER
FUSSBALL IST MEHR
ALS 11 GEGEN 11 30

ÖKOLOGIE
FUSSBALL IST MEHR ALS
EFFIZIENTE CHANCENVERWERTUNG
AUF DEM PLATZ 42

GESELLSCHAFT
FUSSBALL IST MEHR
ALS 90 MINUTEN 54

FANS UND MITGLIEDER
FUSSBALL IST MEHR
ALS JUBELN IM STADION 64

GRI CONTENT INDEX 76

IMPRESSUM 79

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

WOLFSBURGS OBERBÜRGERMEISTER KLAUS MOHRS ÜBER DIE WIRKUNG DES FUSSBALLS UND DIE ZUSAMMENARBEIT DES VEREINS MIT DER STADT

Liebe Leserinnen und Leser,

die Europameisterschaft 2016 hat einmal mehr gezeigt, welche Begeisterung Fußball hervorruft, wie viele Menschen er bewegt: Die besondere Strahlkraft des Fußballs hat sich in Frankreich in verschiedenen Facetten gezeigt. Vor allem die Fans vermeintlich kleinerer Fußballnationen stellten unter Beweis, wie stark Fußball Menschen verbinden kann. Die Sportlerinnen und Sportler gehen regelmäßig an ihre Leistungsgrenzen, Publikum und Fans fiebern bei Siegen wie bei Niederlagen mit.

Auch Wolfsburg ist fußballverrückt. In den vergangenen zwei Jahren durften wir Erfolge – insbesondere den gemeinsamen DFB-Pokal-Sieg 2015 – mit den Fußballerinnen und Fußballern des VfL Wolfsburg feiern, mussten uns aber auch hin und wieder über nicht genutzte Chancen ärgern. Ich bin sicher, der VfL verliert seine Ziele nicht aus dem Blick und wird uns auch weiterhin international Aufmerksamkeit bescheren.

Ehrgeizige Ziele setzt sich der Verein auch abseits des Platzes. Ich freue mich, dass der VfL in vielen Bereichen gesellschaftliche Verantwortung übernimmt.

So engagiert er sich mit zahlreichen innovativen Projekten für die Gesellschaft und die Umwelt. Unter dem Motto „Gemeinsam bewegen“ ist er zusammen mit Partnern in den Bereichen Bildung, Integration und Gesundheit aktiv, zum Beispiel mit den VfL-Vielfaltswochen. Darüber hinaus möchte der VfL bis Ende der Saison 2017/2018 seine CO₂-Emissionen um 25 Prozent senken. Im vergangenen Jahr war der VfL ein wichtiger Partner bei der Integration von Flüchtlingen und ich weiß, er wird es auch weiterhin bleiben. Auch hier setzen wir gemeinsam auf das starke verbindende Potenzial des Fußballs.

Der Verein geht mit gutem Beispiel voran. Wir alle können und sollten den Ball aufnehmen und zum bewussten Umgang mit unserer Umwelt genauso wie zum fairen Umgang mit unseren Mitmenschen beitragen. Informieren Sie sich in diesem Bericht, was der VfL für Sie und Ihre Umwelt tut und wie auch Sie sich an einer nachhaltigen Entwicklung beteiligen können!

Im Namen von Rat und Verwaltung der Stadt Wolfsburg sowie aller Wolfsburgerinnen und Wolfsburgern dan-

ke ich dem VfL Wolfsburg herzlich für das gute Zusammenspiel im Einsatz für ein zukunftsgerichtetes, lebendiges Wolfsburg. Ich freue mich auf viele weitere Erfolge im sportlichen, sozialen und ökologischen Bereich und werde den Sportlerinnen und Sportlern sowie dem ganzen Verein auch bei kommenden Herausforderungen kräftig die Daumen drücken.

Ihr Klaus Mohrs,
Oberbürgermeister
der Stadt Wolfsburg



EINEN METER VORAUS UND VIELE AUFEINANDER ZU

THOMAS RÖTTGERMANN, GESCHÄFTSFÜHRER DER VfL WOLFSBURG-FUSSBALL GMBH, ÜBER DEN AUSTAUSCH MIT DER GESELLSCHAFT UND DIE WEITERENTWICKLUNG DES WOLFSBURGER FUSSBALLS

Liebe Leserinnen und Leser,

der VfL Wolfsburg beschreitet seinen eigenen Weg, und dieser Weg bleibt das Ziel: Wir wollen gemeinsam etwas bewegen und dabei entschlossen vorangehen – immer mindestens einen Meter voraus. Dieser eine Meter mehr, ob im Training, in der Nachwuchsförderung oder bei unserer gesellschaftlichen Verantwortung, ist das Geheimnis unseres Erfolgs und unserer Strahlkraft. Hierzu gehört auch, den entscheidenden Euro mehr in nachhaltige Innovationen zu investieren.

Der Erfolg gibt uns Recht – und er macht uns zum Vorbild. Damit steigen auch die Ansprüche an unsere gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen, also die Corporate Social Responsibility (CSR) des VfL. Um diese Erwartungen genau kennenzulernen, treten wir mit unseren Anspruchsgruppen, den sogenannten Stakeholdern, in einen offenen Dialog und diskutieren die Chancen und Grenzen unseres Engagements. Beispiele sind die Fanforen und Arbeitskreise, in denen wir uns einbringen, ebenso wie zuletzt unsere hochinteressante Dialogveranstaltung mit externen Stakeholdern.

Der Dialog prägt auch unsere Partnerschaften, darunter die Initiative „Wolfsburger Sport integriert“. Er hilft uns darüber hinaus, zu erkennen, wo, wie und mit wem wir in Zukunft gemeinsam noch mehr bewegen können und welche unternehmerischen Richtungsentscheidungen hierfür nötig sind. Schließlich wollen wir den Extra-Meter Nachhaltig-

keit nicht alleine gehen, sondern unsere Partner, Lieferanten und Sponsoren ebenso mitnehmen wie unsere Fans in der Region und überall auf der Welt.

Die daraus resultierenden Ziele haben wir im CSR-Programm des VfL Wolfsburg für jedermann einsehbar dokumentiert. Außerdem sind sie Bestandteil unserer internen Zielvereinbarungen. Mit ihnen wollen wir unseren Mitarbeitern Anreize bieten für den Extra-Meter Nachhaltigkeit. Wichtige Betätigungsfelder hierfür sind Bildung, Integration, Umwelt und Gesundheit. Sie bilden nach wie vor das Fundament unserer Initiative „Gemeinsam bewegen“, mit der wir unser gesellschaftliches Umfeld fördern.

Heute verknüpfen wir alle vier Betätigungsfelder stärker miteinander, zum Beispiel durch innovative integrierte Bildungsangebote wie den außerschulischen Lernort in der VfL-FußballWelt. Gleiches gilt für unsere internationalen Engagements. So unterstützen wir unter dem Motto „Wolfsburg United“ gemeinsam mit terre des hommes entsprechende Projekte in Mexiko, Brasilien und China.

Gesellschaftliche Verantwortung ist darüber hinaus auch für unsere Mitarbeiter und Spieler ein Thema. Mit dem Corporate-Volunteering-Tag haben wir hierfür unter dem Motto „11 für 11“ gemeinsam ein weiteres Ausrufezeichen gesetzt. Aber wir wollen auch die persönliche Entwicklung unserer

Spieler fördern und bieten ihnen mit dem VfL Campus verschiedene Weiterbildungsmöglichkeiten direkt im Allerpark.

Wer wie der VfL Wolfsburg den Dialog sucht, muss für Transparenz sorgen. Dieser CSR-Bericht soll einen Beitrag dazu leisten. Wir laden Sie herzlich ein, ihn kritisch zu lesen, uns dazu Ihre Meinung mitzuteilen und so mit uns in den Dialog zu treten. Ich freue mich darauf.



Ihr Thomas Röttgermann,
Geschäftsführer der
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH



PORTRÄT UND HIGHLIGHTS

Im Sommer 2016 startet der VfL Wolfsburg in seine **20. Bundesliga-Saison**. Auf dem Weg zu diesem Meilenstein hat sich der Verein immer wieder gewandelt und zugleich **Kontinuität bewiesen** als Partner der Arbeiterstadt Wolfsburg und Tochter der Volkswagen AG. Gerade in den vergangenen Jahren feiert die heutige VfL Wolfsburg-Fußball GmbH immer wieder **Erfolge** im Herren-, Frauen- und Jugendbereich. Auch abseits des Platzes setzt sie stets Maßstäbe, zum Beispiel mit ihrem Engagement für Integration und Bildung. So avancierte der VfL zu einem der **bedeutendsten und erfolgreichsten Fußballclubs** Norddeutschlands. In der Saison 2016/2017 repräsentiert er als einziger Vertreter das Land Niedersachsen in der Bundesliga.

EIN VEREIN SCHREIBT GESCHICHTE

Gegründet am 12. September 1945 – damals noch als Verein für Leibesübungen Wolfsburg e.V. – feierte der VfL bereits 1954 den Aufstieg in die Oberliga Nord, damals höchste Spielklasse Norddeutschlands. 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 Zweite Bundesliga Nord. Nach jahrelangem Pendeln zwischen Zweit- und Drittklassigkeit schaffte die Mannschaft 1992 den erneuten Aufstieg in die nun eingleisige Zweite Liga. Dort etablierte sich der Verein in den Folgejahren überraschend schnell und belegte schon 1997 den zweiten Platz. Er stieg damit in die Elitoklasse des deutschen Fußballs auf und ließ ein Jahr später sogar die erstmalige Teilnahme am Europapokal folgen.



Nach der sensationellen Meisterschaft im Jahr 2009 kam 2015 erstmals der DFB-Pokal nach Wolfsburg.

Der rasante Aufstieg erforderte ein repräsentativeres Stadion. Die 2002 eröffnete Volkswagen Arena erfüllt bis heute diese Anforderungen. Mit einem Fassungsvermögen von 30.000 Zuschauern – davon 22.000 Sitz- und 8.000 variable Stehplätze – sowie ihren Einrichtungen für VIP- und Business-Kunden ist die Arena bis heute Spielstätte der Bundesliga-Mannschaft.

Viertelfinale in der Europa League, Vizemeister und Pokalsieger – in der Saison 2014/2015 gab es viele Gründe zum Feiern.



Seit dem 1. Juli 2003 gehört auch die vom WSV Wendschott eingegliederte Frauen-Bundesliga-Mannschaft zum VfL, die jedoch erst in den 2010er-Jahren ihre bislang größten Erfolge feiern sollte. Die Männer bewegten sich unterdessen einige Jahre im Mittelfeld der Bundesliga. Nur knapp gelang in dem einen oder anderen Jahr der Klassenerhalt. Nach einer fast kompletten Umstrukturierung der Mannschaft erreichten sie jedoch in der Saison 2007/2008 mit dem fünften Platz seit langer Zeit wieder den internationalen Wettbewerb und wurden in der Saison 2008/2009 zum ersten Mal in der Vereinsgeschichte Deutscher Meister. Anschließend waren zunächst die Frauen mit großen Erfolgen an der Reihe. Mit dem Triple aus Meisterschaft, Pokal und UEFA Women's Champions League (UWCL) 2012/2013 und der Verteidigung von Meisterschaft und UWCL in der Saison 2013/2014 etablierte sich das Team endgültig in der europäischen Spitzenklasse.

DER VFL HEUTE

Heute ist die 2001 gegründete VfL Wolfsburg-Fußball GmbH eine 100-prozentige Tochter des Volkswagen Konzerns. 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. Als Eigentümer hat die Volkswagen AG ein langfristiges Interesse am Erfolg des Vereins, das sich 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. Diese Strukturen ordnen den Arbeitsalltag und

„DER VFL WOLFSBURG WILL UND KANN DAUERHAFT ZU DEN BESTEN VIER TEAMS IN DER BUNDESLIGA ZÄHLEN.“

Klaus Allofs, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH

stellen Arbeitnehmerrechte und Chancengleichheit sicher. Zentraler Bestandteil des VfL Wolfsburg ist die Profimannschaft in der Bundesliga, deren Spielen das größte öffentliche Interesse gilt. Gleichzeitig sorgt diese mit Sponsorengeldern, Zuschauereinnahmen aus Heim- und Auswärtsspielen, TV-Erlösen sowie Prämien durch die Teilnahme am DFB-Pokal und internationalen Wettbewerben für den Großteil der Einnahmen des Vereins.

Heimat des VfL Wolfsburg ist der Allerpark, in unmittelbarer Nähe zum Haupt-



2015 und 2016 wurden die Frauen des VfL Wolfsburg Vizemeister in der Bundesliga.



Vor dem Start in die Saison 2015/2016 gewann der VfL Wolfsburg den Supercup – im Finale daheim bezwang das Team den FC Bayern im Elfmeterschießen mit 5:4.

werk des Volkswagen Konzerns und zur Autostadt. Neben der Volkswagen Arena liegt mit dem 2015 neu erbauten AOK Stadion die Spielstätte der U23-Herren und der Frauen-Bundesliga-Mannschaft. Ab der Saison 2016/2017 Saison werden auch die U19-Junioren ihre Heimspiele in dem Stadion mit 1.700 Sitzplätzen und 3.500 Stehplätzen

wie Therapie- und Regenerationsräume und Büros. Neben der Mannschaft und ihrem Trainer- und Betreuerstab befinden sich im VfL-Center nun auch die Büros der VfL-Geschäftsführer sowie weiterer Abteilungen der Wölfe.

Nahe des Schillerteichs südlich der Innenstadt und damit nicht im Allerpark

„DIE ERFOLGE IM FRAUENFUSSBALL WOLLEN WIR VERSTETIGEN UND UNS IMMER WEITER VERBESSERN.“

Thomas Röttgermann, Geschäftsführer der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH

zen austragen. Alle 5.200 Plätze sind komplett überdacht und bieten den Zuschauern ein hautnahes Fußballerlebnis. Im Stadion integriert sind neben der rund 800 Quadratmeter großen interaktiven VfL-FußballWelt auch Räume für den Ordnungsdienst und die Polizei sowie Mannschaftsräume und Sanitäranlagen. In unmittelbarer Nähe zu den Stadien befindet sich das neue VfL-Center. Nach etwas mehr als einem Jahr Bauzeit konnte das Funktionsgebäude im November 2014 bezogen werden. Auf dem knapp 9.000 Quadratmeter großen Grundstück bietet der Komplex Umkleideräume, Reha- und Fitnessbereiche so-

liegt das 2007 eröffnete Nachwuchsleistungszentrum (NLZ). Es ist das Zentrum und Aushängeschild der Jugendarbeit des VfL Wolfsburg und verbindet die fußballerische mit einer schulischen Ausbildung und persönlicher Betreuung. Im Sommer 2016 startete mit der VfL-Fußball.Akademie eine Neukonzeption der Nachwuchsarbeit, um auch perspektivisch weiterhin zur nationalen wie internationalen Elite im Nachwuchsbereich zählen zu können. Damit einher geht die stufenweise strukturelle sowie infrastrukturelle Zusammenlegung von U23 und des NLZ am neuen gemeinsamen Standort Porschestadion.

NATIONAL ERFOLGREICH – INTERNATIONAL PRÄSENT

In den vergangenen zwei Jahren haben die Herren- und die Frauenmannschaft in nationalen und internationalen Wettbewerben für Furore gesorgt und neue Trophäen für die Vereinsvitrine geholt. Die Profimannschaft konnte sich weiter im oberen Teil der Bundesliga etablieren und sorgte in der Saison 2014/2015 mit Siegen über Sporting Lissabon und Inter Mailand für ein erstes Ausrufezeichen in der UEFA Europa League. Zwar kam das Aus im Viertelfinale gegen den SSC Neapel,

Seit Jahren sind die Frauen des VfL auch auf der internationalen Fußballbühne erfolgreich.



in der Bundesliga hingegen konnte das Team seine konstant starke Saison mit der Vizemeisterschaft krönen. Das eigentliche Highlight sollte aber noch folgen: Mit einem 3:1 gegen Borussia Dortmund im Finale von Berlin holte der VfL erstmals in seiner Geschichte den DFB-Pokal. Folgerichtig wurden Dieter Hecking und Kevin De Bruyne zu Deutschlands Trainer beziehungsweise Spieler des Jahres gewählt.

Zu Beginn der Saison 2015/2016 knüpfte der VfL nahtlos an diesen Erfolg an und holte gegen Bayern München nach Elfmeterschießen den Supercup. Es folgte eine mäßige Bundesliga-Saison, die auf dem achten Platz endete. Als Highlights erwiesen sich hingegen die Auftritte in der UEFA Champions League. Nach dem Gruppensieg vor Sankt Petersburg und Manchester United sowie zwei Siegen im Achtelfinale gegen den KAA Gent wartete im Viertelfinale Real Madrid auf die Wölfe. Nach einem überlegenden 2:0-Heimsieg musste sich der

VfL als Gast in Madrid gegen den späteren UEFA Champions League-Sieger geschlagen geben und schied damit aus.

FRAUENPOWER

Die Frauenmannschaft hat sich nach den Erfolgen aus den Vorjahren in der absoluten Spitze Europas etabliert. In den Saisons 2014/2015 und 2015/2016 musste sie sich in der Bundesliga jeweils nur dem FC Bayern München geschlagen geben. Gleichzeitig holte sie 2014/2015 erneut den DFB-Pokal und konnte diesen in der Folgesaison auch verteidigen. In der UWCL scheiterte sie jedoch jeweils an französischen Teams. 2014/2015 war im Halbfinale gegen Paris St. Germain Schluss, ein Jahr darauf verloren die Frauen das Finale gegen Olympique Lyon denkbar knapp im Elfmeterschießen. Dass das Team internationale Klasse besitzt, zeigen auch die Auszeichnungen von Trainer Ralf Kellermann als Welttrainer des Jahres und von Nadine

Keßler als Welt- und Europas Fußballerin des Jahres 2014/2015. In Europa standen mit Martina Müller und Nilla Fischer zwei weitere Wölfinnen neben Nadine Keßler auf dem Treppchen. Außerdem wurde VfL-Stürmerin Alexandra Popp zu Deutschlands Fußballerin des Jahres 2015/2016 gewählt.

DIE JUNGEN TROPHÄENJÄGER KOMMEN

Die U23 zeigt seit Jahren konstante Leistungen und ist eine der besten zweiten Mannschaften der Regionalliga Nord. Beflügelt vom neuen AOK Stadion ließ das Nachwuchsteam auf die Vizemeisterschaft 2014/2015 die Meisterschaft der Regionalliga 2015/2016 folgen und distanzierte die Konkurrenz mit 79 Punkten deutlich. In der folgenden Relegation scheiterte man allerdings am SSV Jahn Regensburg, der den 1:0-Vorsprung der Wölfe aus dem Hinspiel durch ein 2:0 in Regensburg übertraf.

Die Juniorenteams des VfL gehören regelmäßig zu den besten Mannschaften ihrer Ligen. Alle Teams erreichten in den Saisons 2014/2015 und 2015/2016 mindestens einen fünften Tabellenplatz. Die U19 konnte neben der Bundesliga auch in der UEFA Youth League überzeugen, scheiterte aber trotzdem in der Vorrunde. Hervorzuheben ist die Leistung der U17, die 2015/2016 nach einem ersten Platz in der Bundesliga Nord/Nordost erst im Halbfinale um die deutsche Meisterschaft gegen Bayer Leverkusen unterlag. Zudem konnte sie den Sieg des niedersächsischen Pokals feiern. Noch besser machten es die C-Junioren und gewannen mit Regionalliga und Pokal 2015/2016 das Double.



Das Jahr 2016 krönten die VfLerinnen mit einem erneuten Gewinn des DFB-Pokals.



FUSSBALL IST MEHR ALS EIN MATCHPLAN

Der VfL Wolfsburg setzt neben **Toren und Titeln** stets auch auf **nachhaltigen Erfolg** als Unternehmen und handelt dabei leidenschaftlich **teamorientiert**. Diese Philosophie befähigt den VfL, gleichermaßen **flexibel wie zuverlässig** zu agieren, und bezieht alle Akteure in seinem **gesellschaftlichen Umfeld** mit ein.



STRATEGIE UND MANAGEMENT

Erfolgreicher Fußball braucht Nachhaltigkeit und Innovation. Nur wer den Fußball ganzheitlich begreift und seine Rahmenbedingungen vorausschauend sichert, kann **nachhaltig erfolgreich** sein. Für das Ziel, sich langfristig in der internationalen Spitze zu etablieren, ist dies ein wichtiger Grundsatz. Als regionaler Arbeitgeber mit **enormer Ausstrahlungs- und Wirtschaftskraft** pflegt der VfL enge Beziehungen zu zahlreichen Partnern in der Region und darüber hinaus. Er handelt nach den Prinzipien einer **verantwortungsvollen Führung** und nutzt seine Kraft und sein Know-how zum Wohle der Gesellschaft.

Nachhaltiges Denken prägt das Selbstverständnis des VfL Wolfsburg. Die Grundsätze seines Handelns lauten „ganzheitlich innovativ“, „leidenschaftlich teamorientiert“ und „nachhaltig erfolgreich“. Im „Handbuch Marke“ bekennt sich der VfL seit 2014 ausdrücklich zum nachhaltigen Wirtschaften: „Wir sind nicht auf kurzfristige Erfolge und Partnerschaften ausgerichtet. Sie sollen vielmehr aus gesundem Wachstum entstehen.“ Um diesem Bekenntnis gerecht zu werden, setzt der VfL auf ein solides Finanzmanagement und eine starke regionale Vernetzung. Partnerunternehmen bindet der VfL in seine gesellschaftliche Verantwortung aktiv mit ein.

REGIONALE VERBUNDENHEIT UND INTERNATIONALE AUSRICHTUNG

Als Bundesliga-Club und wichtiger Akteur in der Stadt Wolfsburg übernimmt der VfL Wolfsburg eine besondere Verantwortung. Dies gilt traditionell für die Region, aber zunehmend auch für globale Entwicklungen im Sport wie im sozialen und ökologischen Bereich. In Zukunft müssen daher regionale und internationale Bestrebungen stärker miteinander verknüpft werden. Die über Jahrzehnte gewachsene Verbindung zwischen Stadt, Verein und weiteren Unternehmen stellt hierfür eine sichere Grundlage dar. Der Bundesligist fungiert als Prestigeträger und Impulsgeber für die Entwicklung

des Standorts und sorgt für eine höhere Arbeitgeberattraktivität und mehr Lebensqualität, auch im internationalen Vergleich. Er möchte in Sachen gesellschaftliche Verantwortung als Vorbild wirken, zum Nachdenken anregen und vor allem zum Mitmachen ermuntern – lokal, regional wie global.

Die Anteilnahme am Fußball aus Wolfsburg geht mittlerweile stark über die Region und das Land Niedersachsen hinaus. Neben Deutschland werden zunehmend auch die USA, China, Mexiko und Brasilien wichtige Märkte für den VfL. Schon im Juni 2016 kamen etwa 75 Prozent seiner Facebook-Fans und Twitter-Follower nicht aus Deutschland. Dieser Entwicklung trägt der VfL Wolfsburg Rechnung, indem er sich stärker international ausrichtet.

FUSSBALL MADE IN WOLFSBURG

Mit seiner globalen Strategie möchte der VfL weltweit Freunde für den deutschen Fußball gewinnen, Fans begeistern und sich als erfolgreicher, sympathischer und sozial engagierter Fußballverein etablieren. Ein wichtiges Vehikel hierfür ist die Marke VfL Wolfsburg. Um sie bekannter zu machen, begab sich die Profimannschaft im Mai 2016 auf eine sechstägige Freundschaftsspiel-Reise nach China. Ein wichtiges Standbein der globalen Strategie ist außerdem das internationale

Die VfL-Fußballschule
sorgt für strahlende
Kinderaugen in Peking



Programm Wolfsburg United. Mit ihm unterstützt der VfL Projekte für benachteiligte Kinder in Brasilien und Mexiko, Partner ist seit Juli 2015 das Kinderhilfswerk terre des hommes. Dabei greift der VfL immer wieder auf bestehende strategische Partnerschaften, beispielsweise mit dem VW Konzern, zurück. Im Berichtszeitraum veranstaltete die VfL-Fußballschule zudem mehrere Trainingscamps in Mexiko und China sowie ein Schulungsprogramm für chinesische Fußballtrainer.

Strategisch und organisatorisch gehört der VfL Wolfsburg damit laut einer Studie der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin zu den Top-Performern der Bundesliga. In der Studie wurden alle 20 Bundesliga-Clubs der Saisons 2015/2016 und



Das Programm Wolfsburg United ist ein wichtiger Baustein in der internationalen Strategie des VfL Wolfsburg – unter anderem unternahm man eine Reise nach Mexiko, um vor Ort das Projekt „Juconi“ zu besuchen.

2016/2017 anhand ihrer unternehmerischen Performance bewertet. Dem VfL werden darin sowohl eine klare strategische Zielsetzung als auch eine hohe unternehmerische Professionalität bescheinigt.

STRATEGIE UND MANAGEMENT

ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Ausbau und Etablierung der Qualitätssicherung im Bereich Merchandising		+ Im Rahmen der Kooperation mit der VW AG können Lieferanten über einen externen Dienstleister auditiert werden + Beteiligung am Praxistag „Lieferketten verantwortlich gestalten – Über Nachhaltigkeit berichten“ - Qualitätsmanagement in Bezug auf Nachhaltigkeit in der Lieferkette nicht vollständig etabliert
(Langfristige) Umstellung von 10 % der Merchandising-Produkte auf Fair-Trade-Produkte		+ Einführung von Oeko-Tex-zertifizierter Bettwäsche im Fanshop + Einführung von Textilien aus GOTS-zertifizierter Baumwolle für Herbst 2016 geplant - Bisher keine weitere Nachhaltigkeitszertifizierung von Merchandising-Produkten
Einführung eines Datenmanagements für Non-Financials (Papier, Emissionen, Wasser etc.)		+ Einführung einer CSR-Software zum Datenmanagement für Non-Financials - Keine zukünftige Nutzung der CSR-Software
Popularitätswert des Vereins steigern		+ Gesteigerte Popularität entlang der Markenwerte, auch im Bereich Nachhaltigkeit + Erhöhte mediale Aufmerksamkeit gegenüber den Nachhaltigkeitsmaßnahmen des VfL Wolfsburg + Auszeichnung als nachhaltigster Bundesliga-Club in einer Studie der imug Beratungsgesellschaft
Intensivierung des Austauschs mit Partnern zu CSR-Themen		+ Ausrichtung eines Nachhaltigkeitstags mit Partnern: B.A.U.M.-vor-Ort-Treffen zum Thema Nachhaltigkeit am 27. November 2014 in Wolfsburg + Erste Dialogveranstaltung mit externen Stakeholdern zur gesellschaftlichen Verantwortung des VfL Wolfsburg im April 2016



KLAUS ALLOFS

„Vorausschauendes Planen ist für dauerhaften sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg im Fußball von hoher Bedeutung. Wir haben Nachhaltigkeit als zentralen Wert, den wir konsequent kommunizieren, in unserer Vereinskultur verankert, um auch unsere Fans und Partner dabei mitzunehmen.“

Unter dem Motto „Fußball ist alles“ engagiert sich der VfL Wolfsburg als erster Fußball-Bundesligist seit Mai 2015 auch im Bereich des elektronischen Sports. Mit Benedikt „SalzOr“ Saltzer unterstützen die Wölfe seit knapp einem Jahr einen E-Sportler im Bereich der Fußballsimulation FIFA. Seit Januar 2016 gehört mit David „DaveBtw“ Bytheway ein weiterer Gamer dem Team an. Beide Spieler nahmen an der TAG Heuer Virtuellen Bundesliga (VBA) teil.



Bundesliga virtuell: Seit 2015 engagiert sich der VfL im elektronischen Sport und unterstützt die beiden E-Sportler „SalzOr“ und „DaveBtw“.

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG FEST VERANKERT

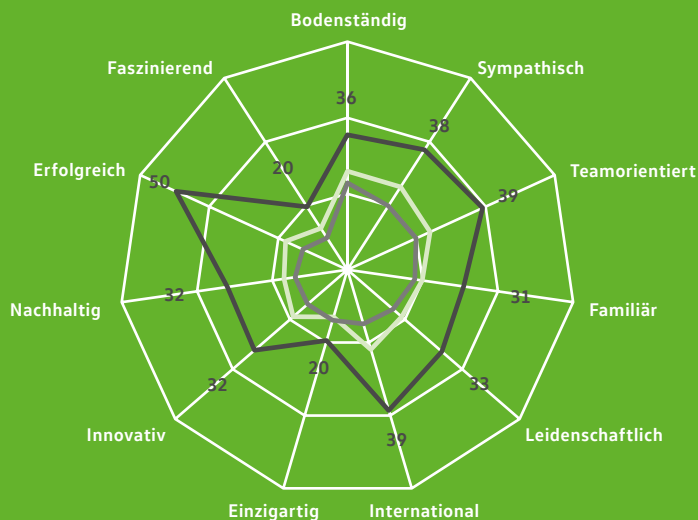
Gesellschaftliche Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) für Mensch und Umwelt ist im Selbstverständnis des VfL Wolfsburg fest verankert. Dieses beinhaltet die Überzeugung, dass Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung und wirtschaftliche Prosperität miteinander Hand in Hand gehen. Der VfL geht diesen Weg mit der Ambition, als verantwortungsvoller Akteur national und international eine führende Rolle im Profifußball einzunehmen.

Damit diese Ambition Wirklichkeit wird, hat die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH auf allen Ebenen eine leistungsfähige, moderne Organisationsstruktur aufgebaut. CSR ist dort auf oberster Führungsebene verankert und als Abteilung mit großen Kompetenzen ausgestattet. Mit dieser Aufstellung verfolgt der VfL seinen eigenen strategischen Ansatz unter dem Dach der Initiative „Gemeinsam bewegen“.

WAHRNEHMUNG WEITER VERBESSERT

Der VfL Wolfsburg ist davon überzeugt, dass sein globales und regionales Engagement zu einer positiven Wahrnehmung in der Öffentlichkeit maßgeblich beiträgt. Die inzwischen dritte Umfrage zur Markenwirkung des VfL aus dem August 2015 bestätigt diese Annahme:

In allen elf untersuchten Dimensionen – darunter die Markenwerte des VfL – stieg die Zustimmung teils ganz erheblich. Im Mittel lag der Zuwachs bei 13 Prozentpunkten. Die Befragten sehen den Verein zunehmend als „erfolgreich“, „teamorientiert“ und „international“. Auch das Ansehen in den Bereichen



Basis: Fußballinteressierte zwischen 14 und 59 Jahren, die den jeweiligen Verein kennen



In der öffentlichen Wahrnehmung ist der VfL Wolfsburg längst ein „grüner“ Verein – regelmäßig gibt es Medienanfragen zu den Bereichen Nachhaltigkeit und CSR. So wurde unter anderem über das Projekt Wölfe RE//designed“ im Kika-TV-Magazin „Erde an Zukunft“ berichtet.

GEREGELTE STABÜBERGABE SICHERT KONTINUITÄT

Seit dem 23. März 2016 gehört neben Klaus Allofs, Wolfgang Hotze und Thomas Röttgermann auch Dr. Tim Schumacher der Geschäftsführung der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH an. Der 42 Jahre alte Jurist ist seit 2013 als Justiziar und Prokurist für den VfL tätig. Ab Sommer 2016 wird er zusätzlich zu seinem bisherigen Aufgabenbereich, Recht und Compliance, weitere Geschäftsfelder von Wolfgang Hotze, dem bisherigen VfL-Geschäftsführer für die Bereiche Beschaffung, Controlling, Finanzen und Personal, übernehmen. Dieser wird auf eigenen Wunsch seine Tätigkeit für den VfL Wolfsburg einschränken.

Begleitet wird die Stabübergabe von Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport und Kommunikation, sowie Thomas Röttgermann, Geschäftsführer Unternehmensentwicklung, Sponsoring und Events, Infrastruktur und Organisation, Service und Frauenfußball. In diesem Zuge übernimmt Klaus Allofs ab 1. Juli 2016 die Rolle des Sprechers der Geschäftsführung von Wolfgang Hotze. Den Geschäftsfeldern sind verschiedene Bereiche zugeordnet, die bis 2014 existierenden Stabstellen wurden aufgelöst und in Abteilungen innerhalb der Bereiche überführt.

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. Hans-Gerd Bode, Leiter Konzernkommunikation, Investor Relations und Außenbeziehungen der Volkswagen AG, wurde im Januar 2016 als neues Mitglied in den Aufsichtsrat berufen.

CSR IN ORGANISATION UND STRATEGIE

Die CSR-Abteilung ist dem Mitgeschäftsführer des VfL Wolfsburg Thomas Röttgermann zugeteilt. Sie wurde im Berichtszeitraum um eine auf jetzt viereinhalb Vollzeitstellen verstärkt, wobei eine halbe Stelle zum Bereich Kommunikation gerechnet wird. Die personelle Ausstattung der Abteilung belegt den hohen Stellenwert, den das Thema CSR beim VfL einnimmt. Die Mitglieder des interdisziplinären CSR-Teams sind jeweils für eigene Schwerpunktthemen verantwortlich und stehen als interne Berater für Nachhaltigkeitsthemen im vielfältigen Austausch mit anderen Abteilungen.

Der VfL Wolfsburg gestaltet seine Aktivitäten im Bereich CSR nach den Prinzipien Wirksamkeit, Nachhaltigkeit und Ehrlichkeit. Inhaltlich stehen die Handlungsfelder Bildung, Integration, Gesundheit und Umwelt im Vordergrund, da der VfL hier die nachhaltigste Wirkung erzielen kann. Sie bilden die vier Säulen der Initiative „Gemeinsam bewegen“, unter deren Dach der VfL sein umfangreiches gesellschaftliches Engagement gebündelt

„nachhaltig“ und „innovativ“ nahm überdurchschnittlich zu. Die Ergebnisse passen auch zu dem subjektiven Eindruck, dass der VfL in der Medienlandschaft zunehmend positiv wahrgenommen wird. Beispielsweise werden sich Journalisten bei Recherchen zu CSR im Fußball vermehrt direkt an den VfL Wolfsburg als „nachhaltigsten Fußballclub der Bundesliga“. So entstand unter anderem der Beitrag des KiKa-TV-Magazins „Erde an Zukunft“ vom 4. Juni 2016.



Die VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann, Wolfgang Hotze und Klaus Allofs mit der Auszeichnung „sustainclub“.

VFL WOLFSBURG IN DER BUNDESLIGA KLAR VORN IN SACHEN NACHHALTIGKEIT

Die Fußballbundesliga hat einen klaren Sieger, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Zu diesem Ergebnis kommt eine neue Studie der imug Beratungsgesellschaft.

hat. Motor der Initiative ist die Partizipation: Der VfL, seine Fans, Sponsoren und Partner ziehen gemeinsam an einem Strang und tun dabei drei Dinge zugleich: sich bewegen, etwas bewegen und Menschen bewegen.

Der VfL Wolfsburg strebt in allen CSR-Handlungsfeldern kontinuierliche Fortschritte an. Deshalb hat er 2012 ein ambitioniertes CSR-Programm eingerichtet. Es enthält die wesentlichen CSR-Ziele und Maßnahmen und wird im Zuge der CSR-Berichterstattung alle zwei Jahre erneuert. Mit seiner offenen Kommunikation unterstreicht der Verein sein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und seine Bereitschaft, sich an den Erfolgen messen zu lassen. Zugleich setzt das Programm Anreize für die interne Steuerung: Die Umsetzung seiner Ziele ist Teil der Zielvereinbarungen für Geschäftsführung und Mitarbeiter.

AUSZEICHNUNGEN: ANERKENNUNG UND ANSPORN

Zahlreiche Auszeichnungen würdigen das Engagement des VfL Wolfsburg, darunter der German Award for Excellence 2015 in der Kategorie „Soziales Engagement national“. Mit dem Award zeichnet die Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS) jedes Jahr konkrete Aktivitäten von Unternehmen aus. Als erster Sportverein überhaupt hat der VfL im Februar 2016 außerdem das sustainclub-Label in Gold erhalten. Der Kriterienkatalog des Labels wurde von der Organisation sustainable///sports gemeinsam mit Experten der DEKRA entwickelt.

„Der VfL Wolfsburg dominiert die Bundesliga“, konstatiert die Hannoveraner Beratungsgesellschaft imug für sozial-ökologische Innovationen mbH in ihrer aktuellen Studie „Nachhaltigkeit im Profifußball“. Darin untersuchte das Beratungsunter-

nehmen, inwiefern Bundesliga-Clubs ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und sich mit Nachhaltigkeitsthemen befassen. In fast allen Kategorien belegte der VfL die Spitzenposition und sicherte sich mit 93,5 von möglichen 100 Punkten mit deutlichem Abstand den ersten Tabellenplatz.

GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG (CORPORATE GOVERNANCE)

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung braucht gemeinsame Werte und Regeln als Wegweiser für den Geschäftsalltag. Dazu gehören rechtliche Rahmenbedingungen und in-

1

PLATZ	KLUB	INDEXWERT
1	VfL Wolfsburg	93,50
2	Werder Bremen	66,75
3	Borussia M'gladbach	59,00
4	SC Freiburg	58,50
5	Mainz 05	52,00
6	1. FC Köln	45,00
7	FC Bayern München	42,50
8	Hertha BSC	42,50
9	FC Augsburg	37,00
10	Bayer Leverkusen	35,75
11	FC Ingolstadt	34,25
12	Eintracht Frankfurt	33,50
13	1899 Hoffenheim	30,75
14	FC Schalke 04	29,75
15	Hamburger SV	27,00
16	Borussia Dortmund	23,25
17	SV Darmstadt	20,00
18	RB Leipzig	10,00

THOMAS RÖTTGERMANN

„Innovationsführerschaft zu erreichen ist nur möglich, wenn man Neuland betritt und gelegentlich Staub aufwirbelt. Unser Ideenmanagement ist deshalb ein Kanal, aber auch ein Aufruf an und eine Chance für alle Mitarbeiter, sich über den eigenen Aufgabenbereich hinaus einzubringen. Ein Sinn für Nachhaltigkeit ist hierbei ebenso gefragt wie Kreativität.“



terne Richtlinien ebenso wie fixierte Unternehmenswerte. Mit ihnen sorgt der VfL für rechtskonformes Handeln und einen fairen, vertrauensvollen Umgang sowohl untereinander als auch mit Geschäftspartnern. Für einen Fußballclub heißen die Aufgaben zum Beispiel „Verhindern von Spielmanipulationen“ oder „Antidoping“. Auch für diese speziellen Arbeitsfelder hat der VfL klare Vorgaben geschaffen.

Verschiedene Managementsysteme helfen dem VfL Wolfsburg als Prozessstandards, gesellschaftlichen Anforderungen gerecht zu werden und innerhalb wie außerhalb der eigenen Organisation für Transparenz zu sorgen. In Compliance-Fragen sowie im Risiko- und Qualitätsmanagement arbeitet der VfL Wolfsburg eng mit der Volkswagen AG zusammen und nutzt deren große Erfahrung. So verwendet er beispielsweise

FINANCIAL FAIRPLAY

Die Verantwortlichen beim VfL Wolfsburg sind sich einig, dass das Bestehen der Vereine langfristig nur auf der Basis einer soliden Finanzierung gesichert werden kann. Aus diesem Grund wird das Financial Fair Play grundsätzlich begrüßt, auch im Sinne eines fairen Wettbewerbs. Im Verhältnis zwischen der Volkswagen AG und dem VfL Wolfsburg sind in diesem Zusammenhang zudem einige Besonderheiten zu berücksichtigen.

Der VfL Wolfsburg ist für den Eigentümer Volkswagen AG mehr als ein klassisches Sponsoring-Tool. Der Verein ist ein bedeutender strategischer Partner des VW Konzerns. Neben klassischen Formen von Marketing,

Sponsoring, Werbung und Kommunikation stellt der VfL Wolfsburg den Ausgangspunkt für die internationale Strategie des VW Konzerns im Fußballsport dar. Außerdem wird die Partnerschaft umfassend zur Förderung vielfältiger unternehmerischer Ziele genutzt. Die Volkswagen AG ist in der Stadt verwurzelt und sieht den Verein nicht als reines Investitionsobjekt an. Die langfristigen Ziele, die die Partner in diesem Rahmen verfolgen, sind der gesamten Region dauerhaft von Nutzen. Dem VW Konzern und der Stadt dient der Verein als weltweites Aushängeschild des Standorts Wolfsburg, dessen Attraktivität dank der starken regionalen Verbundenheit des Vereins gesteigert wird. Der

VfL Wolfsburg vertritt daher die Auffassung, dass die Sinnhaftigkeit eines Sponsorings nicht nach Benchmarks bemessen werden darf, sondern der individuelle Nutzen für den Sponsor entscheidend ist. Dabei spielt vor allem die langfristige Wirkung eine Rolle, die ein Sponsoring 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 VfL bundesligaweit am höchsten ist. Die Verbindung zwischen Stadt, Verein und Unternehmen ist über Jahrzehnte gewachsen und bildet eine weltweit einmalige Symbiose.



Im Sommer 2016 führte der VfL das Ideenmanagement ein, mit dem die Mitarbeiter zu betrieblichen Verbesserungen beitragen können.

auch die Arbeit in dem 2016 neu geschaffenen Service Center für Privatkunden (siehe Seite 70). Zusätzlich hat der VfL im Berichtszeitraum ein Datenmanagementsystem für nicht-finanzielle Daten getestet. Es hat sich allerdings gezeigt, dass Aufwand und Nutzen der Datenerfassung in keinem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Der VfL sucht daher nun nach einer schlankeren Lösung.

EINLADUNG ZUR PARTIZIPATION AN DER INNOVATIONSKULTUR

Aufmerksame Mitarbeiter können maßgeblich dazu beitragen, die Prozesse, Arbeitsabläufe und das Arbeitsumfeld in einem Unternehmen zu verbessern und dessen Ziele zu erreichen. Mit dem im Sommer 2016 eingeführten Ideenmanagement lädt der VfL seine Beschäftigten nun gezielt dazu ein. Als erster Bundesligist setzt der VfL damit systematisch auf die eigene Innovationskultur. Gezielt fragt er seine Mitarbeiter dabei auch nach Verbesserungen im Hinblick auf konkrete Nachhaltigkeitsaspekte.

INTEGRITÄT DURCH POSITIVE LEITBILDER UND KLARE REGELN

Für den VfL Wolfsburg ist es besonders wichtig, unternehmerisch integer und transparent zu handeln, weil der Verstoß gegen Gesetze schwere Folgen nicht nur für ihn als Unterneh-

ein internes Kontrollsystem, das auf dem Risikomanagementsystem des Konzerns aufbaut.

Auch hinsichtlich sozialer und ökologischer Themen nutzt der VfL Prozessstandards. So nahm er 2011 am Ökoprotect-Programm teil und verbessert seitdem gezielt das Management seiner ökologischen Auswirkungen (siehe Seite 44). Ein 2016 zertifiziertes ganzheitliches Sicherheitskonzept garantiert an Spieltagen und darüber hinaus die Sicherheit auf den VfL-Anlagen (siehe Seite 66). Klar strukturierte Prozesse und Lösungsansätze kennzeichnen

Integrität und Compliance spielen auch beim VfL Wolfsburg eine wichtige Rolle – der Volkswagen Konzern gibt hier die wesentlichen Richtlinien vor.





DR. TIM SCHUMACHER

„Es ist absolut erforderlich und unerlässlich, sich an die geltenden Spielregeln zu halten, um Schäden langfristig zu vermeiden. Das gilt für Unternehmen wie für Privatpersonen. Den Mitarbeitern des VfL machen wir darum von Anfang an klar, welche Verantwortung sie tragen. Zudem bieten wir ihnen bei Unsicherheiten jederzeit Hilfe an.“

men, sondern auch für seine Mitarbeiter und Partner haben kann. Um gesetzestreu und integres Verhalten sicherzustellen, arbeitet der VfL mit dem Code of Conduct und weiteren Compliance-Richtlinien und Leitfäden des Volkswagen Konzerns. Der Code of Conduct formuliert beispielsweise wesentliche Verhaltensgrundsätze für alle Mitarbeiter und Partner und bietet Orientierung bei rechtlichen und ethischen Fragen in der täglichen Arbeit. Bestandteil des Code of Conduct ist auch ein klares Bekenntnis zu Menschenrechten und gegen Diskriminierung jeglicher Art.

Interessenkonflikte können überall auftreten. Damit die Mitarbeiter unerlaubte Beeinflussungsversuche erkennen und in solchen Fällen richtig entscheiden können, brauchen sie eindeutige Vorgaben. Deshalb hat der VfL im Dezember 2014 eine Organisationsanweisung herausgegeben, die die Annahme und Vergabe von Geschenken, Einladungen und Spenden klar regelt. Bereits zuvor hatte der VfL festgelegt, dass die Abteilung Controlling alle Verträge prüfen und freigeben muss, bevor sie von der Geschäftsführung genehmigt werden können. Der Antikorruptionsbeauftragte des Volkswagen Konzerns steht Mitarbeitern, der Geschäftsführung und Dritten bei Fragen jederzeit zur Verfügung. Darüber hinaus können vertrauliche Hinweise auf Verstöße beziehungsweise Verdachtsfälle

hinsichtlich Korruption, Wirtschaftsstraftaten oder sonstige Unregelmäßigkeiten wie die Verletzung von Menschenrechten und ethisches Fehlverhalten – auf Wunsch unter Wahrung der Vertraulichkeit für die Hinweisgeber – an zwei Ombudsmänner (externe Rechtsanwälte) gemeldet werden. Sämtlichen Hinweisen wird nachgegangen und für alle Gesetzesverstöße und Zuwiderhandlungen gegen interne Richtlinien werden Sanktionierungsbedarfe überprüft und gegebenenfalls umgesetzt.

Nicht nur im Fußball gilt: Neben klaren Spielregeln braucht es viel Übung. Integrität, Chancengleichheit und gegenseitiger Respekt müssen im Alltag gelebt werden. Mitarbeiter haben Zugang zu allen Compliance-Unterlagen, zu denen neben dem Code of Conduct auch Richtlinien und Leitfäden zur Vermeidung von Interessenkonflikten sowie zum Kartell- und Wettbewerbsrecht zählen. Auch die entsprechenden Organisationsanweisungen finden sich bei den Unterlagen. Die Mitarbeiter werden geschult und die Rechtsabteilung des Vereins bietet regelmäßig Einzelfallberatungen an. Anlässlich des Antikorruptionstags am 9. Dezember 2014 wurde den VfL-Mitarbeitern außerdem ein Compliance-Film vorgeführt. Die Maßnahmen greifen bisher sehr gut. So gab es im Berichtszeitraum keine Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Vorschriften und Gesetzen oder Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten.

KAMPF GEGEN SPIELMANIPULATIONEN

Weitere Herausforderungen für die Integrität des sportlichen Wettkampfs sind illegale Eingriffe in seinen ergebnisoffenen Ablauf durch Doping oder „Match-Fixing“. Dies gilt in besonderem Maße für den Fußball. Heute kann man anonym auf so gut wie jedes überregionale Sportereignis wetten. Mit den Endergebnissen, aber auch mit Ereignissen wie der Tordifferenz, Karten oder Standardsituationen stehen hohe Einsätze auf dem Spiel. Mit kriminellen Mitteln wird versucht, den Verlauf eines Spiels oder die Wettquoten zu beeinflussen. Der Schaden für den Fußball ist groß, lebt dieser doch davon, dass möglichst lange offenbleibt, wer gewinnt, und viele Ereignisse nicht vorherzusagen sind.

Der VfL Wolfsburg trifft umfassende Maßnahmen, um Spielmanipulation vorzubeugen. Alle Mannschaften im Herren-, Frauen- und Nachwuchsbetrieb des Vereins unterschreiben eine „Bestätigung über die Kenntnisnahme und Anerkennung der geltenden Bestimmungen des Deutschen Fußball-Bunds (DFB) zum Wettverbot, Verbot der Spielmanipulation und zu damit in Zusammenhang stehenden Informationspflichten“. Dies geschieht in der Regel im Trainingslager zu Saisonbeginn. Hinzu kommen Aufklärungsveranstaltungen über Spielmanipulation, bei denen die Spieler mit Informationsmaterial versorgt werden. Grundsätzlich wird bereits in den Arbeitsverträgen der Spieler festgeschrieben, dass diese keine Anteile von anderen Vereinen besitzen dürfen.

„ICH GLAUBE AN EINEN SAUBEREN FUSSBALL“

Marcel Schäfer, Sie gehen jetzt in die zehnte Bundesliga-Saison beim VfL. Wie hat sich das Thema Antidoping in dieser Zeit entwickelt?

Der Fußball hat sich insgesamt stark verändert, man könnte in vielen Fällen sagen: professionalisiert. Das gilt, denke ich, auch beim Thema Antidoping. Das Thema ist heute viel präsenter, auch in den Medien, und wird vom Verein ständig bearbeitet.

Ist Antidoping auch innerhalb der Mannschaft im Gespräch?

Ja, sicher. Man bekommt die Diskussionen, wie sie derzeit zu Olympia geführt werden, als Profisportler natürlich mit, auch wenn es dabei glücklicherweise meist um andere Sportarten geht. Wettkämpfe unter Dopingverdacht sind kein Vergnügen – weder für die Athleten noch für die Zuschauer. Selbstverständlich unterhalten wir uns unter Kollegen darüber, genau wie über andere Nachrichten aus dem Sport auch.

Sagen Sie uns Ihre Meinung: Wie gut ist der deutsche Profifußball beim Antidoping aufgestellt?

Die Maßnahmen des VfL und der Verbände haben stark zugenommen. Ich fühle mich heute insgesamt viel besser informiert. Wir machen vor jeder Saison eine Sitzung zum Thema Antidoping. Da werden uns die Antidopingrichtlinien des DFB und der NADA-Code (Nationale Anti-Doping Agentur, Anm. d. Redaktion) vorgelegt und erklärt. Anschließend müssen wir per Unterschrift bestätigen, dass wir die Regeln verstanden haben. Ich

finde es gut, dass jeder Spieler auf diese Weise persönlich in die Verantwortung genommen wird.

Ist man als Spieler wirklich in der Lage, diese Verantwortung zu übernehmen?

Ich glaube schon. Genauso wie der Verein und die Mannschaftsärzte eine Verantwortung haben, musst du auch als Spieler ein Bewusstsein dafür entwickeln. Es gibt schließlich frei verkäufliche Medikamente, die durchaus dopingrelevant sein können. Da muss man schon aufmerksam sein. Bei Verschreibungen vertraue ich darauf, dass unsere Mannschaftsärzte alle NADA-Vorgaben einhalten. Wenn mir aber etwas unklar vorkommt, kann ich mich immer persönlich an sie wenden. Außerdem gibt es eine Liste mit zulässigen Medikamenten. Wenn man als Spieler mitdenkt, ist es also definitiv möglich, dieser Verantwortung gerecht zu werden.

Wie haben sich denn die Kontrollen verändert?

Heute wird mehr und viel konsequenter kontrolliert. Seit ein paar Jahren gibt es ja neben Urin- auch Blutproben. Die Kontrolleure wissen immer ziemlich genau, wo wir uns aufhalten – egal ob im Trainingslager oder beim Auswärtsspiel. Es kommt schon mal vor, dass sie dann plötzlich anklopfen und zur Probe bitten. Ich empfinde die Kontrollen aber nicht wirklich als Belastung. Man kann natürlich nichts ausschließen, aber ich behalte lieber meinen Glauben an einen sauberen Fußball und gebe dafür mehrmals in der Saison eine Probe ab als andersherum.



Marcel Schäfer,
Linksverteidiger des VfL
Wolfsburg, klärt souverän.



WOLFGANG HOTZE

„Für unsere Produkte und alltäglichen Abläufe arbeiten wir mit vielen Dienstleistern und Lieferanten zusammen. Wir wollen Nachhaltigkeit ganzheitlich vorleben und sehen im Bereich der verantwortungsvollen Beschaffung noch viele ungenutzte Möglichkeiten. In Zukunft wollen wir unsere Geschäftspartner daher stärker in unsere Nachhaltigkeitsbemühungen mit einbeziehen.“

DATENSCHUTZVERPFLICHTUNG SEHR ERNST GENOMMEN

Neben der Integrität des Fußballgeschäfts trägt der VfL Wolfsburg Verantwortung für den Schutz der persönlichen Daten von Kunden, Fans, Partnern und Mitgliedern. Jeder Mitarbeiter wird ausdrücklich auf seine Pflicht zur Geheimhaltung personenbezogener Daten nach §5 Bundesdatenschutzgesetz hingewiesen und vom Datenschutzbeauftragten des VfL, Bodo Carl, über seine Aufgaben informiert. Darüber hinaus sensibilisiert der VfL seine Mitarbeiter dafür, vertrauliche Informationen generell diskret zu handhaben.

NACHHALTIGES LIEFERKETTENMANAGEMENT

Im Zuge seines ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatzes fordert der VfL Wolfsburg auch von seinen Zulieferern verantwortungsvolle Geschäftspraktiken. Er entspricht damit den Erwartungen externer Stakeholder, nutzt seine Einflussmöglichkeiten und setzt über die Zusammenarbeit mit der Volkswagen AG die im Konzern etablierten Prozesse zur Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen bei seinen Lieferanten um. Im März 2016 haben Vertreter des VfL und der VW AG über die spezifischen Anforderungen für nachhaltige Lieferketten des VfL gemeinsam beraten. Weiterhin werden die Lieferanten des VfL vor Vertragsabschluss auf die in den Allgemeinen Einkaufsbedingungen festgelegten Nachhaltigkeitsanforderungen des Vereins hingewiesen und können im Rahmen der

Kooperation mit der VW AG über einen externen Dienstleister zum Thema Nachhaltigkeit auditiert werden. Um Zulieferer langfristig zu binden und so Nachhaltigkeitsaspekte besser einbringen zu können, setzt der VfL zudem auf langfristige Zusammenarbeit auf Basis von Rahmenverträgen.

Eine wichtige Stellschraube in der Beschaffung ist eine konsequente bedarfsorientierte Steuerung. Durch enge Kommunikation mit den Fachabteilungen kann der VfL die bestellten Mengen besser am jeweiligen Bedarf ausrichten. Ein weiteres Instrument ist die schrittweise Umstellung auf verantwortungsvolle Quellen. In einer Ausschreibung „Druckerzeugnisse“ aus dem ersten Halbjahr 2016 hat der VfL festgelegt, dass künftige zentrale Publikationen zu 100 Prozent auf recyceltem FSC-Recyclingpapier gedruckt werden müssen.

MERCHANDISING IM FOKUS

Im Bereich Merchandising nehmen Textilien einen hohen Stellenwert ein. Aber auch Pins, Schlüsselanhänger, Tassen und viele weitere Artikel gestalten das Sortiment abwechslungsreich. Aufgrund der Vielfalt der Produkte arbeitet der VfL mit zahlreichen Lieferanten zusammen.

Der VfL befindet sich im Aufbau eines Qualitätsmanagements im Bereich Merchandising. Geplant ist, langfristig neben Qualität und Sicherheit auch Nachhaltigkeitskriterien noch stärker in dieses mit einzubeziehen. Allein die textile Lieferkette umfasst von der Baumwollproduktion über Färbung und Druck bis hin

zum Schnitt zahlreiche Produktions- und Veredelungsstufen. Um auf den unterschiedlichen Fertigungsstufen der eigenen Produkte nachhaltigere Prozesse zu etablieren, tauscht sich der VfL mit VW und anderen Praxispartnern aus. Er beteiligte sich zum Beispiel am Praxistag „Lieferketten verantwortlich gestalten – Über Nachhaltigkeit berichten“ der Unternehmensnetzwerke UPJ und econsense, der am 21. April 2016 stattfand.

So ist der VfL auf der Suche nach Weichmacher(Phthalat)-freier, umweltschonender sowie gesundheitsverträglicher Trikotbedruckung und hat die angebotene Bettwäsche von Oeko-Tex zertifizieren lassen. Ab dem Herbst 2016 möchte der VfL Wolfsburg außerdem eine Merchandising-Kollektion präsentieren, deren Materialien nach dem hohen ökologischen

Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert wurden. Gemeinsam mit Lieferanten strebt der VfL an, zukünftig auch die Produkte selbst zertifizieren zu lassen.

Als interne Beratung begleitet das CSR-Team auch die Zusammenarbeit des VfL mit seinen Partnern und Sponsoren. So hat es die Geschäftsführung vor der Einigung mit dem neuen Ausrüster Nike im Mai 2015 durch eine vergleichende Analyse der Nachhaltigkeitsperformance verschiedener Sportartikelanbieter unterstützt. Zudem verlangt der VfL von seinen Vertriebsmitarbeitern, Nachhaltigkeitsrisiken seitens weiterer Sponsoren zu prüfen. Hierbei stimmen sich die Vertriebler eng mit dem CSR-Team und der Geschäftsführung des VfL Wolfsburg ab.



„KONTROVERS – SPANNEND – AUFSCHLUSSREICH“

[G4-25] [G4-26] [G4-27]

Bereits zwei Wochen nach dem Champions League-Heimspiel gegen Real Madrid reisen am 21. April 2016 erneut hochkarätige Gäste in den Aller-

park. Diesmal handelt es sich um insgesamt 20 Experten aus dem Bereich CSR und Nachhaltigkeit. Sie repräsentieren unter anderem die wichtigsten Stakeholder des VfL. Ihr Ziel ist die Di-

alogveranstaltung „CSR-Engagement des VfL Wolfsburg – Der Verein im Spannungsfeld zwischen internem Anspruch und externen Erwartungen“ im AOK Stadion.

„Bundesliga-Vereine können dank der großen Potenziale des Fußballs einen aktiven Beitrag zur Förderung von gesellschaftlicher Vielfalt leisten.“

Stefanie Schulte,
Deutscher Fußball-Bund e.V.

„Jedes Heimspiel sollte als Großveranstaltung mit vielfältigen Umweltbelastungen betrachtet werden. Daher sollte ein Fußballverein versuchen die vorhandenen Möglichkeiten zur Reduzierung dieser Umweltbelastungen zu nutzen.“

Fabian Putzing, sustainable///sport

„Fußballclubs können ihr Markenimage und ihre Marktposition durch nachhaltige Lieferketten und Produkte langfristig verbessern.“

Dr. Meike Gebhard, Utopia GmbH



„Glaubwürdigkeit ist für Fußballvereine wie für den gesamten Sport essenziell. Transparenz, gute Unternehmensführung und Compliance sind in einem Fußballverein die Grundlagen für diese Glaubwürdigkeit.“

Sylvia Schenk, Transparency International Deutschland e.V.

Die Gruppe der Teilnehmer ist bunt zusammengesetzt: Neben Vertretern von NGOs, Sponsoren, Behörden, Fans, (Fußball-)Verbänden und Medien sind auch Wissenschaftler mit von der Partie. Gemeinsam wollen sie klären, welche gesellschaftlichen Themen für den VfL besonders wichtig sind und wie weit die Verantwortung eines Fußballvereins reicht. Nach einer kurzen Einleitung durch VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann folgen themenspezifische Impulsvorträge einzelner Teilnehmer. In angeregten Diskussionen werden die teilweise kontroversen Themen danach von allen Seiten beleuchtet. „Der Tag war sehr aufschlussreich“, resümiert Nico Briskorn, Leiter CSR beim VfL, „die intensiven Diskussionen können dazu beitragen, dass jeder Fußballverein für sich den richtigen Weg findet.“

TRANSPARENTER STAKEHOLDER-DIALOG

[G4-24] Der Erfolg des VfL Wolfsburg hängt von vielen unterschiedlichen Personengruppen ab, allen voran seinen Zuschauern, Fans und Mitarbeitern. Auch seine Geschäftspartner und die Gesellschaft in der Region, darunter viele Kinder und Jugendliche, stellen hohe Erwartungen an den Bundesligisten. Darüber hinaus gibt es viele weitere Gruppen, die an der Entwicklung des VfL Anteil nehmen. Sie lassen sich zusammenfassen unter dem Begriff „Stakeholder“ oder Anspruchsgruppen.

[G4-24] Um auf ihre Anliegen eingehen zu können, muss der VfL seine Anspruchsgruppen gut kennen. Deshalb führt er ähnlich wie die CSR-Leader in der Wirtschaft regelmäßig offene, transparente Stakeholder-Dialoge. Beispiele hierfür sind das Fanforum (siehe auch Seite 69) oder die Treffen der 2016 neu gegründeten CSR Task Force der European Club Association (ECA). Im April 2016 führte der VfL außerdem eine eigene Dialogveranstaltung zu den gesellschaftlichen Erwartungen an den VfL Wolfsburg durch.

AUSTAUSCH ÜBER MITGLIEDSCHAFTEN UND KOOPERATIONEN

[G4-26] Eine weitere Form des Austauschs mit Stakeholdern sind Mitgliedschaften und Kooperationen. Dadurch erhält der VfL zudem die Möglichkeit, auf die Sachkenntnis vieler Experten zurückzugreifen. Gelegenheit hierfür bot unter anderem der Nachhaltigkeitstag am 27. November 2014 in Wolfsburg. Veranstaltet wurde dieser vom VfL gemeinsam mit dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.), dessen Mitglied er ist. Der VfL wirkt außerdem im Verein „Unternehmen für die Region e.V.“ mit und beteiligt sich an der Plattform Ernährung und Bewegung e.V. (peb). Weiterhin unterhält er Kooperationen mit dem Natur-



schutzbund Deutschland e.V. (NABU), der Stadt Wolfsburg und dem Kultusministerium Niedersachsen.

Auf Projektebene kooperiert der VfL mit weiteren Partnern, darunter verschiedene Universitäten. Im Rahmen des Projekts „Anstoß VfL – 100 Schulen & 100 Vereine“ arbeitet er zudem mit zahlreichen Schulen, Vereinen und Kitas zusammen und unterstützt diese mit vielfältigen Angeboten wie dem Projekt Mu-vit oder dem VfL-Wiki. Um gezielt den Austausch zwischen Fußballvereinen zu fördern, engagiert sich der VfL als Gründungsmitglied im European Football for Development Network (EFDN). Die fünfte Konferenz des EFDN fand im Oktober 2015 beim VfL in Wolfsburg statt. Das Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, Fachwissen auszutauschen und gemeinsam CSR-Projekte umzusetzen.

Zu den wichtigen Verbandsaktivitäten im Fußball gehört die Mitgründung der ECA CSR Task Force im Januar 2016. Regelmäßig nimmt CSR-Leiter Nico Briskorn an deren Treffen teil. Seit November 2013 vertritt er außerdem die Clubs der Ersten und Zweiten Bundesliga im Arbeitskreis „Gesellschaftliches Engagement“ der Deutschen Fußball Liga (DFL) und wurde im Oktober 2015 für zwei Jahre wiedergewählt. Der Arbeitskreis entwickelt zusammen mit der Bundesliga-Stiftung gemeinsame CSR-Maßnahmen und -Aktionen und möchte die Professio-

nalisierung des Themas CSR im Fußball weiter vorantreiben. So fanden zum Beispiel Absprachen zum Zertifikatslehrgang CSR an der IHK Nürnberg statt (siehe Seite 35).

SYSTEMATISCHE THEMENAUSWAHL

Der VfL Wolfsburg legt großen Wert darauf, seine Stakeholder umfassend und prägnant über relevante Themen zu informieren und deren konkrete Anforderungen zu verstehen. Bei der Auswahl der Inhalte des vorliegenden Berichts ist er deshalb streng systematisch vorgegangen. Neben seinem CSR-Programm wurden auch die Ergebnisse eines mehrstufigen Wesentlichkeitsprozesses zugrunde gelegt.

[G4-18] [G4-27] Zunächst wurden in einer Umfeldanalyse die Anspruchsgruppen des VfL identifiziert und auf ihre Einflussmöglichkeiten geprüft. Externe Berater betrachteten dazu die Aspekte sportliche Leistung, finanzielle Stabilität, Umsatz, Reputation und Gesetzgebung beziehungsweise Verbandsrecht. Anschließend ermittelten sie, welche bedeutenden Auswirkungen der VfL Wolfsburg auf Umwelt, Gesellschaft und seine Stakeholder hat, und trafen per Medienanalyse eine Vorauswahl der 25 wichtigsten Themen. Um die ausgewählten Themen im Hinblick auf den VfL zu gewichten, ließ der Verein Angehörige der zuvor ermittelten Anspruchsgruppen und



Im Januar 2016 trafen sich im Schweizer Nyon Vertreter von neun europäischen Fußballvereinen im Rahmen des ersten CSR Task Force-Meetings der European Club Association (ECA). Geplant wurde unter anderem eine internationale CSR-Konferenz, die im Mai 2016 unter Einbindung der Task Force-Mitglieder stattfand (siehe oben).



interne Fachkräfte befragen. Bei der Dialogveranstaltung im April 2016 folgte eine finale Diskussion der Themen und Befragungsergebnisse. Detaillierte Resultate finden sich in der abgebildeten Wesentlichkeitsmatrix, siehe Grafik Seite 26.

[G4-19] [G4-20] [G4-21] [G4-23] Insgesamt 17 der 25 Themen wurden entweder aus interner oder externer Stakeholder-Sicht als sehr relevant eingestuft. Sie sind damit für den VfL Wolfsburg wesentlich. Alle diese Themen sind Bestandteil des vorliegenden Berichts und in ausgewogener Weise über sämtliche fünf Handlungsfelder beziehungsweise Berichtskapitel verteilt. Die Wesentlichkeitsmatrix zeigt zudem ihre Gewichtung aus interner und externer Warte. Höchste Relevanz aus beiden Blickwinkeln haben „Bildung und Nachwuchsförderung für Spieler“ sowie das „Engagement im Bereich Antidiskriminierung und Rassismus“. Bei vier Themen sind die Ergebnisse gemischt: So stuften die internen Stakeholder die „Regionale Einbettung des Vereins“ vergleichsweise höher ein als die externen, während jene „Unternehmensführung“ („Corporate Governance“), „Nachhaltiges Lieferkettenmanagement“ und „Klimafreundliche Mobilität“ als sehr relevant erachteten. Bei den übrigen elf wesentlichen Themen wie zum Beispiel „Spielerverhalten“, „Faire Arbeitsbedingungen“ oder „Fandialog“ stimmen interne und externe Bewertung größtenteils überein.

MEILENSTEINE



Auszeichnung mit dem sustainclub-Label in Gold als erster Verein überhaupt (26. Februar 2016)



Durchführung einer eigenen Dialogveranstaltung zu den gesellschaftlichen Erwartungen an den VfL Wolfsburg (21. April 2016)



Veranstaltung eines Nachhaltigkeitstags gemeinsam mit dem B.A.U.M. e.V. (27. November 2014)



Einführung eines Ideenmanagements zu betrieblichen Verbesserungen, auch im Hinblick auf konkrete Nachhaltigkeitsaspekte (26. Juli 2016)



Herausgabe einer Organisationsanweisung zur Annahme und Vergabe von Geschenken, Einladungen und Spenden (9. Dezember 2014)



Mitgründung der ECA CSR Task Force (25. Januar 2016)

AUSBLICK:

Ab dem Herbst 2016 möchte der VfL Wolfsburg eine Merchandising-Kollektion präsentieren, deren Materialien nach dem hohen ökologischen Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert wurden.

ANSPRUCHSVOLL UND KONKRET

ZIELE DES VfL WOLFSBURG ZUR NACHHALTIGKEIT

Der VfL Wolfsburg möchte seine Nachhaltigkeitsbemühungen stets weiterentwickeln und strebt in allen Bereichen Fortschritte an. Mit den Zielen im CSR-Programm unterstreicht der Verein sein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und verdeutlicht, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger „Grundpfeiler“ des Selbstverständnisses ist. Das umfangreiche Ziel-

spektrum bietet eine Übersicht über das vielseitige Engagement des Vereins. Fortlaufende oder bisher nicht erreichte Ziele will der VfL weiterhin ambitioniert angehen. Sie wurden deshalb im aktuellen CSR-Programm neben neuen Zielen erneut mit aufgenommen. Die künftigen Fortschritte, die der VfL bei der Erreichung der Ziele dieses neuen CSR-

Programms macht, wird er offen kommunizieren, um weiterhin Maßstäbe zu setzen. 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.

STRATEGIE UND MANAGEMENT

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Etablierung eines Risikomanagements	Ende 2017	Einstellung einer Vorlage zum Risikomanagement unter den Organisationsanweisungen (OA) und Unterrichtung der Mitarbeiter durch ihre Vorgesetzten
Ausbau und Etablierung der Qualitätssicherung im Bereich Merchandising	fortlaufend	Langfristig stärkere Einbeziehung von Nachhaltigkeitskriterien innerhalb der Qualitätssicherung
(Langfristige) Umstellung von 10 % der Merchandising-Produkte auf nachhaltig zertifizierte Produkte	fortlaufend	Einführung einer nach Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifizierten Bio-Kollektion 2016 Dialog mit dem neuen Ausrüster Nike zu gemeinsamen Potenzialen
Popularitätswert des Vereins steigern	fortlaufend	Identifikation des VfL Wolfsburg als nachhaltigster Fußballclub der Liga in den deutschen Leitmedien bis Ende 2017 Ausweitung der Social-Media-Kommunikation auf fünf Sprachen
Aufbau und Etablierung eines regelmäßigen Stakeholder-Dialogs auf verschiedenen Ebenen	Ende der Saison 2019/2020	Einführung und Etablierung eines Fandialogs zu Nachhaltigkeitsthemen Verstetigung des Austauschs mit Stakeholdern im Rahmen von weiteren Dialogveranstaltungen

ÖKOLOGIE

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Weiterführung der Umstellung auf Green IT	Ende der Saison 2017/2018	Energiebezogener Umbau der Serverräume und effizientere Kühlung Einführung eines papierlosen Dokumentenmanagementsystems
Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2) des Vereins um 25 % gegenüber dem Kalenderjahr 2011	Ende der Saison 2017/2018	Weitere Einsparmaßnahmen, die trotz Neubau von AOK Stadion und VfL-Center eine Zielerreichung ermöglichen
Förderung nachhaltiger Mobilität	fortlaufend	Förderung der E-Mobilität von Fans und Belegschaft
Schonung natürlicher Ressourcen	fortlaufend	Umsetzung weiterer Effizienzmaßnahmen in der Regelungstechnik sowie beim Flut- und Rasenlicht Ausbau der LED-Beleuchtung in den Gebäuden und Sportanlagen des VfL
Berücksichtigung von neuesten Energieeffizienzstandards und Biodiversität bei Neubauten	fortlaufend	Neubau der VfL-Nachwuchsakademie unter Berücksichtigung von Energieeffizienzmaßnahmen und weiteren ökologischen Kriterien Beteiligung an den Planungen der Stadt zur Renaturierung der Aller zwischen Vorsfelde und Allersee, in deren Umfeld zahlreiche Anlagen des VfL liegen

MITARBEITER

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Entwicklung und Umsetzung einer regelmäßigen Schulung im Umgang mit (sozialen) Medien für alle Spieler	Ende 2016	Finalisierung der begonnenen Medienschulungsreihe für alle Leistungsmannschaften (Profis, U23, Frauen, U19, U17, VfL II Frauen, B-Juniorinnen) sowie der Social-Media-Workshops
Einführung einer einheitlichen, VfL-eigenen Arbeitssoftware für Sportpersonal	Ende 2017	Einführung in allen Mannschaften der Profis bis Ende 2016 sowie in allen Mannschaften der VfL-Fußball.Akademie und Frauen bis Ende 2017
Förderung von sportlichen und gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter	fortlaufend	Etablierung des VW Gesundheits-Check-up als Instrument zur Gesundheitsvorsorge und Erhöhung der Teilnehmerzahlen im Vergleich zur Saison 2015/2016 Platzierung des Themas Gesunde Ernährung über Informationsmaßnahmen bei Mitarbeitern
Ausbau der Berufsausbildung für Spieler	fortlaufend	Etablierung einer jährlichen Infoveranstaltung für Lizenz-, U23- und U19-Spieler sowie für die Spielerinnen der Frauen zu den Angeboten des VfL Campus Aufbau der VfL-Fußball.Akademie und Umsetzung ihres ganzheitlichen Betreuungsansatzes
Ausweitung von Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter – insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit	Ende der Saison 2017/2018	Erarbeitung eines Personalentwicklungskonzepts Teilnahme mindestens eines weiteren Mitarbeiters am IHK-Lehrgang „CSR Manager“

GESELLSCHAFT

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Durchführung weiterer Maßnahmen im Bereich Integration, Vielfalt und Antidiskriminierung	Ende der Saison 2016/2017	Ausbau der VfL-Vielfaltswochen 2017 in Kooperation mit Fanwesen und Fanprojekt und Erhöhung der Partizipation der Fans Durchführung eines integrativen Fußballturniers innerhalb der Initiative „Wolfsburger Sport integriert“ im September 2016 Durchführung einer Homophobie-Schulung in Kooperation mit der DFL in der Saison 2016/2017
Weiterentwicklung des VfL-Wikis	Ende der Saison 2017/2018	Durchführung weiterer Schulschreibwettbewerbe in Kooperation mit dem Dudenverlag und Verdopplung der Teilnehmerzahl im Vergleich zu 2016
Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks	fortlaufend	Stärkung des Netzwerks „Wolfsburger Sport integriert“ zur besseren Integration von Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen durch den Sport Ausweitung des Bildungsnetzwerks mit dem Verein Lernort Stadion e.V. zur Weiterentwicklung des Bildungsangebots im außerschulischen Lernort
Weiterentwicklung des außerschulischen Lernorts	Ende 2017	Etablierung des VfL Wolfsburg als Bildungsträger Einführung neuer Workshops und weiterer Lerninhalte
Entwicklung weiterer Maßnahmen zur Schaffung von Barrierefreiheit in allen Bereichen	fortlaufend	Durchführung einer Gesprächsrunde mit Rollstuhlfahrern im Nachgang an die Umfrage zu den Bedürfnissen der Rollstuhlfahrer während des Stadionbesuchs

FANS UND MITGLIEDER

ZIEL	TERMIN	KOMMENTAR
Aufbau eines Service Centers und Umsetzung eines Servicekonzepts	Ende 2016	Aufbau eines Informationsmanagementsystems für die Kundenbetreuung Schulung der Mitarbeiter mit Kundenkontakt und Etablierung eines fanorientierten, integrierten Servicekonzepts
Etablierung eines Sportangebots für ältere Mitglieder	Ende 2017	Etablierung von Walking Football als zentrales Angebot für ältere Mitglieder
Ausweitung der Sicherheitsmaßnahmen auf dem VfL-Gelände (abseits der Spieltage)	Ende 2016	Ausbau der Videoüberwachung für das (gesamte) Arena-Gelände
Ausweitung der Aktivitäten der VfL-Fußballschule	Ende 2017	International: Durchführung weiterer „Train the Trainer“-Schulungen und Trainingscamps der Fußballschule im außereuropäischen Ausland sowie Know-how-Transfer Regional: Entwicklung eines Konzepts für eine VfL-Fußballschule für Mädchen
Institutionalisierung der Fankommunikation	Ende der Saison 2016/2017	Entwicklung eines Konzepts zur Kommunikation mit Fans im Rahmen der „Kooperationsvereinbarung zum gemeinsamen Umgang mit Fangruppierungen in der Stadt Wolfsburg“ Erarbeitung eines Konfliktmanagements und Gründung eines Fanrats



FUSSBALL IST MEHR

ALS

11 GEGEN 11



Hinter einer **erfolgreichen Elf** stehen immer viele **engagierte Menschen**. Nur gemeinsam mit ihnen können die Spieler auf dem Platz etwas ausrichten. Deshalb setzt der VfL auf die hohe persönliche **Leistungsbereitschaft** und **Qualifikation** seiner sportlichen und kaufmännischen **Teams** sowie jedes einzelnen Mitarbeiters.

MITARBEITER

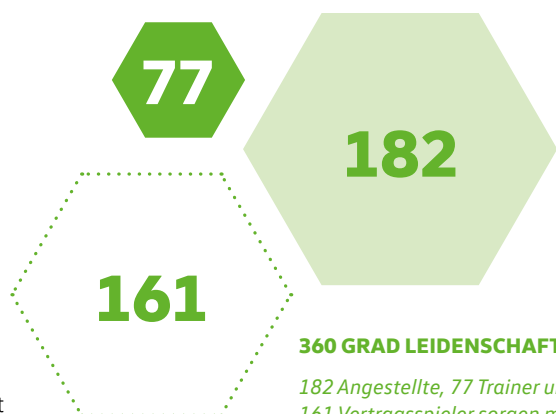
Der **VfL Wolfsburg** ist eine Kraft, die vieles bewegt – im Fußball wie in der Gesellschaft. Zu verdanken ist dies vor allem seinen **Mitarbeitern**. Insgesamt beschäftigt der VfL 182 Angestellte in seiner Geschäftsstelle. Hinzu kommen 77 Trainer und andere sportliche Fachkräfte sowie 161 Vertragsspieler (Stand 30. Juni 2016). Ihre Aufgabe ist es, durch **leidenschaftliche Teamarbeit** Fans und junge Talente zu begeistern und den Partnern des VfL Vertrauen in den Fußball aus Wolfsburg zu vermitteln. Der VfL fördert deshalb Mitarbeiter und Spieler sowie Nachwuchstalente aus der Region durch **attraktive Aus- und Weiterbildungsangebote** und bietet allen Beschäftigten faire Arbeitsbedingungen. Hierzu gehören **Gesundheitsleistungen** und gerechte Chancen ebenso wie die Achtung jedes Einzelnen.

LEIDENSCHAFTLICHER FUSSBALL UND GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN

Der Erfolg des VfL Wolfsburg beruht maßgeblich auf der körperlichen und mentalen Leistungsfähigkeit aller seiner Spieler. Ihre Gesundheit und Fitness fördert der VfL deshalb systematisch nach dem Prinzip der 360-Grad-Betreuung. Bei der übrigen Personalarbeit wird der VfL Wolfsburg von Volkswagen unterstützt. In vielen Belangen wie dem Gesundheitswesen und der Arbeitnehmervertretung profitieren VfL-Mitarbeiter von den Leistungen und gewachsenen Strukturen des Autobauers. Wie dieser fördert der VfL

das freiwillige Engagement der Mitarbeiter und Spieler. So veranstaltet er alle zwei Jahre einen Corporate-Volunteering-Tag. Außerdem ermuntert er Geschäftsführung und Mitarbeiter in den individuellen Zielvereinbarungen, sich für einen nachhaltigeren Fußball einzusetzen.

Als Fußballclub ist der VfL mitverantwortlich dafür, dass Profis und Nachwuchsspieler neben dem Sport auch beruflich Fuß fassen können. Schließlich



360 GRAD LEIDENSCHAFT

182 Angestellte, 77 Trainer und 161 Vertragsspieler sorgen mit ihrer Teamarbeit für den Erfolg des VfL Wolfsburg und werden auch selbst gut umsorgt.

schaft nicht jedes junge Talent den Weg zum Profi, geschweige denn eine Profilaufbahn über viele Jahre hinweg. Auch seinen übrigen Mitarbeitern möchte der VfL als moderner Arbeitgeber attraktive und dauerhafte berufliche Perspektiven bieten. Mitarbeitern wie Spielern ermöglicht er darum Aus- und Weiterbildungen im eigenen Hause sowie bei Bildungsanbietern und Partnerunternehmen.

HOCHSCHULE RUND UM DAS FUSSBALLGESCHÄFT

Zentrales Element im Bildungsangebot des VfL Wolfsburg ist seit dem Wintersemester 2015/2016 der VfL Campus. Erstmals ergänzt damit ein Bundesliga-Club sein Bildungsangebot durch eine universitäre Weiterbildung. Das Angebot startete mit einem sechs Semester umfassenden Studium zum Bachelor of Arts Business Administration (B.A.)

für maximal 25 Studierende. Sie können dort einen staatlich anerkannten Abschluss der Steinbeis-Hochschule Berlin erwerben. Ergänzt wurde das Angebot zunächst durch Weiterbildungen im Fußball Management und Sportbusiness Management mit jeweils 37 Credit Points (ECTS). Diese stehen auch Teilnehmern ohne Hochschulreife offen. Nach einem Jahr und bestandener Prüfung erhalten die Teilnehmer ebenfalls ein staatlich an-

erkanntes Hochschulzertifikat. Im ersten Semester startete der VfL Campus mit zwölf B.A.-Studierenden und 55 Weiterbildungsteilnehmern. Im Februar 2016 wurde das Angebot um einen Masterstudiengang in General Management mit zunächst zehn Teilnehmern sowie eine zusätzliche Weiterbildung mit 20 Teilnehmern erweitert. Die Gesamtzahl an Studierenden und Weiterbildungsteilnehmern am VfL Campus betrug damit im Jahr 2016 circa 100.

„MIT DER VFL-FUSSBALL.AKADEMIE WIRD DER VFL WOLFSBURG NOCH INTERESSANTER FÜR JUNGE TALENTE.“

Fabian Wohlgemuth, Leiter Nachwuchs VfL-Fußball.Akademie

MITARBEITER

ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Förderung von sportlichen und gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter		+ Ausrichtung des zweiten VfL-Gesundheitstags für Mitarbeiter + Teilnahme sämtlicher Bereichs- und Abteilungsleiter an einem Workshop zum Thema „Psychische Gesundheit am Arbeitsplatz“ + Angebot zur Teilnahme am gesundheitsorientierten Volkswagen Check-up für alle Mitarbeiter während der Arbeitszeit
Ausbau der Berufsausbildung für Spieler		+ Eröffnung des VfL Campus als Angebot zur akademischen Weiterbildung + Erhöhung der Quote an Ausbildungsabschlüssen im Vergleich zu Ausbildungsstarts bei Jugendspielern - Rückgang auf fünf Ausbildungsstarts bei AutoVision und der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH im Vergleich zu den Saisons 2013/2014 und 2014/2015 (acht)
Ausweitung von Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter – insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit		+ Abschluss einer CSR-Zusatzqualifikation einer Mitarbeiterin des CSR-Teams + Teilnahme von sieben Mitarbeitern an der Führungskräftebasisqualifizierung der VW AG + Fortsetzung der Partnerschaft mit der VW AG bei der Weiterbildung von Mitarbeitern + 30 % der Mitarbeiter haben über Volkswagen eine Weiterbildung besucht, 17 % nahmen an einem Englischkurs teil
Einführung eines Corporate-Volunteering-Programms		+ Versteigerung der Durchführung eines Corporate-Volunteering-Tags alle 2 Jahre („11 für 11“ am 16. März 2016) - Ein Corporate-Volunteering-Programm wurde nicht eingeführt

100



TEILNEHMER AM VfL CAMPUS

Der Studiengang zum Bachelor of Arts Business Administration, der Masterstudiengang in General Management und die Weiterbildungsangebote am VfL Campus verzeichneten bisher 100 Teilnehmer.

Unter den Studierenden sind bekannte Gesichter aus dem Fußball, wie Marcel Schäfer und Christian Träsch. Mit im Hörsaal sitzt auch Malcolm Badu. Der Jugendspieler erhält dazu ein eigens für den Nachwuchs geschaffenes Stipendium. Inhaltlich stehen die Angebote des Campus in enger Verbindung zum Alltag des VfL Wolfsburg, auch Abschlussarbeiten werden zu VfL-relevanten Themen geschrieben. Die Teilnehmer erhalten so neben betriebswirtschaftlichen Kenntnissen auch direkte Einblicke in das Geschäft mit dem Profifußball. Für den September 2016 ist jeweils der Start eines zusätzlichen Bachelor- und Masterstudiengangs geplant.

GANZHEITLICHER KOMPETENZAUFBAU

Der VfL unterstützt seine Spieler in vielfältiger Weise beim Aufbau eines zweiten Standbeins. Jährlich erhalten bis zu fünf Nachwuchsspieler die Möglichkeit, neben der sportlichen Tätigkeit eine Ausbildung oder ein duales Studium bei der AutoVision, einer Tochter des Volkswagen Konzerns, zu absolvieren. Das eigens auf die Bedürfnisse der Fußballer abgestimmte Ausbildungsangebot wurde im Berichtszeitraum von drei Spielern wahrgenommen. Spielern, die ihre aktive Laufbahn beenden, bietet der VfL außerdem die Möglichkeit, in der Geschäftsstelle, der VfL-Fußballschule oder bei Partnern einen Arbeits- oder Ausbildungsplatz zu finden. 2016 befanden sich in der Geschäftsstelle des VfL Wolfsburg insgesamt fünf Spieler in der Ausbildung zum Kaufmann beziehungsweise zur Kauffrau für Büromanagement. Die Bundesliga-

Spielerinnen Luisa Wensing und Zsanett Jakabfi sind halbtags beim VfL Wolfsburg beschäftigt. Zsanett Jakabfi arbeitet seit dem 17. Juli 2014 im Bereich Servicebereitstellung und Luisa Wensing seit dem 1. Juli 2015 im Controlling. Babett Peter absolvierte 2015/2016 ein Praktikum im CSR-Bereich.

Im Sommer 2016 hat der VfL Wolfsburg die Nachwuchsarbeit von der U15 bis zur U23 in der VfL-Fußball.Akademie zusammengeführt. Ziel ist es, die Kern-

inhalte und Kompetenzen aus dem Profibereich noch wirksamer in die Nachwuchsteams zu übertragen. Generell werden bei der Entwicklung und Förderung von Talenten im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes auch außersportliche Inhalte vermittelt. So fördert der VfL in enger Kooperation mit Schulen und Eltern gezielt die schulischen und persönlichen Fähigkeiten seiner Spieler lange vor dem möglichen Beginn einer professionellen Laufbahn. Zwei ausgebildete Lehrer stehen den Nachwuchsspielern mit kostenlosem Nachhilfeunterricht zur Seite. Trainer und weitere Mitarbeiter des Nachwuchsleistungszentrums (NLZ) helfen außerdem bei den Hausaufgaben. Verschiedene Kooperationspartner des NLZ runden das Angebot ab. Ziel ist es, den Schülern bei psychischen und sozialen Problemen wie Leistungsdruck oder Selbstzweifeln zu helfen. Hierfür werden ihnen Selbstwertgefühl, mentale Stärke und soziale Kompetenzen vermittelt. Im

Auch die Spieler der Profi- und Nachwuchsmannschaften sowie U23 nutzen das Angebot des VfL Campus



Bedarfsfall zeigen ihnen die Betreuer und Mentaltrainer auch Alternativen für ihre Lebensplanung auf. Um die Professionalität des Angebots sicherzustellen, lässt der VfL Wolfsburg die Arbeit des NLZ alle drei Jahre durch Foot PASS Deutschland zertifizieren.

FACH- UND FÜHRUNGS- KNOW-HOW FÜR MITARBEITER

Bei der Weiterbildung der Fachkräfte in der Geschäftsstelle setzt der VfL auf die Partnerschaft mit dem Volkswagen Konzern. Im Berichtszeitraum haben 59 Mitarbeiter beziehungsweise rund 30 Prozent der Belegschaft eine von VW angebotene Weiterbildung besucht. 31 Mitarbeiter oder 17 Prozent der Beschäftigten nahmen an einem Englischkurs teil. Sieben begannen 2014/2015 eine Führungskräftebasisqualifizierung (FBQ) bei VW. Die FBQ beginnt mit einem Basistraining, enthält ein Programm zur Praxisan-

wendung sowie Schulungen in Teamführung und endet mit der Erstellung eines persönlichen Führungsprofils. Im Anschluss an die FBQ absolvieren die Teilnehmer eine zweitägige Prüfung. Wer sie besteht, erhält eine Führungslizenz. Eine Mitarbeiterin der CSR-Abteilung absolvierte außerdem den Zertifikatslehrgang zur CSR-Managerin an der Akademie der IHK Nürnberg. Die Fortbildung wurde von der Bundesliga-Stiftung subventioniert.

NACHWUCHSARBEIT FÜR DEN FRAUENFUSSBALL

Heute gehört der Frauenfußball zu den Aushängeschildern des VfL Wolfsburg. Als moderner Fußballclub zielt er mit seiner Nachwuchsarbeit bewusst darauf ab, nicht nur das fußballerische Können, sondern auch das Selbstbewusstsein von Mädchen und Frauen zu stärken. Seit 2014/2015 bietet der VfL an vier Schulen Fußball-AGs für Mädchen an. Seit der Saison 2015/2016 be-

treibt er zudem ein U11-Mädchenteam. Eine wichtige Rolle in der Nachwuchsförderung des Frauenfußballs spielt die Kooperation mit dem Christlichen Jugenddorfwerk Deutschlands. Dort sind derzeit drei U16-Spielerinnen untergebracht, darunter U17-Europameisterin 2016 und EM-Torschützenkönigin Anna-Lena Stolze. Diese Nachwuchsarbeit im Frauenbereich, für die der VfL regelmäßig gesondert Sponsoren gewinnt, trägt Früchte. Für die Saisons 2015/2016 und 2016/2017 stießen insgesamt drei eigene Nachwuchsspielerinnen zum Bundesliga-Team hinzu.

Die Begeisterung ist da: Aktiver Mädchenfußball stößt heute in allen Altersgruppen auf große Nachfrage – wenn das Angebot stimmt. Der VfL sorgt mit Aktionen wie dem „Martina Müller Grundschulturnier“ und dem „Tag des Mädchenfußballs“ für prägende Erlebnisse und schafft damit die nötige Aufmerksamkeit in der Region.



Die Vorlesungen der Studenten finden in unterschiedlichen Räumlichkeiten des VfL Wolfsburg statt.

**„ES IST WICHTIG, SICH SCHON
WÄHREND DER AKTIVEN
LAUFZEIT GEDANKEN ÜBER
DIE ZEIT DANACH ZU MACHEN
UND SICH ENTSPRECHEND
WEITERZUBILDEN.“**

Marcel Schäfer, VfL-Profi und Campus-Teilnehmer



TAG DES MÄDCHENFUSSBALLS 2015 DIE NACHWUCHSKICKERINNEN MIT VIOLA ODEBRECHT UND OMAR RÜPPEL

51 fußballbegeisterte Mädchen folgen am 29. Oktober 2015 dem Ruf von Ex-Nationalspielerin Viola Odebrecht in die Wolfsburger Sporthalle Neue Schule zum jährlichen „Tag des Mädchenfußballs“. Nach einem pro-

fessionellen Warm-up mit Omar Rüppel, dem leitenden Physiotherapeuten und Rehatrainer der VfL-Frauen, gehen sie in vier Altersgruppen auf den Parcours. Geübt werden Koordinati-

on, Torschuss, Flugkopfball, Fallrückzieher und natürlich das Spiel mit- und gegeneinander.

In der „Halbzeitpause“ schauen Lena Goeßling, Babett Peter, Anna Blässe und Michaela Brandenburg für ein kleines Dribbling und viele Autogramme vorbei. Dann geht es zügig weiter mit Sascha Glass, dem Trainer der zweiten Frauenmannschaft, und einigen Nachwuchsspielerinnen. Wie die zehnjährige D-Jugendsspielerin Matilda Querfurth nachher feststellt, gibt es neben viel Spaß auch intensive Arbeit: „Ich habe mich angemeldet, weil ich noch etwas dazulernen wollte, und das habe ich getan.“



MARTINA MÜLLER GRUNDSCHULTURNIER

Um den begehrten Wanderpokal zu holen, haben Grundschulen der Umgebung Wolfburgs 22 Teams mit 250 topmotivierten Nachwuchsspielerinnen zum VfL geschickt. Schon in der Gruppenphase am Morgen des 10. Mai 2016 zeigen sie richtig Ehrgeiz. Bereits nach der Vorrunde kann jede Spielerin eine Trophäe ergattern, denn Almuth Schult, Babett Peter, Nilla Fischer und Alex Popp sind zur Autogrammstunde erschienen. Nach spannenden K.-o.-Runden setzt sich im Finale die Aller-Oker-Schule aus Müden bei Gifhorn gegen die Grundschule Rautheim durch. Inzwischen ist auch die Schirmfrau Martina Müller auf „ihrem“ Turnier erschienen. Bei der Siegerehrung nimmt die Welt- und Europameisterin – mit dem Blick auf das bunte Rahmenprogramm mit

Hüpfburg und Speed Control – die Perspektive der Schülerinnen ein: „Das Wichtigste an solch einem Event ist natürlich, dass der Spaß im Vordergrund steht. So bietet das Turnier eine super Abwechslung zum Schulalltag.“





Nicht nur die Spieler des VfL Wolfsburg werden intensiv betreut, auch die Mitarbeiter in der Geschäftsstelle profitieren von einem ganzheitlichen Gesundheitsmanagement.



977 KRANKHEITSTAGE

im Jahr 2015 – mit und ohne Lohnfortzahlung

Das entspricht 5,8 Tagen pro Arbeitnehmer. Der Durchschnitt liegt bundesweit bei 19,5 Tagen.*



178 TAGE AUS- UND WEITERBILDUNGEN

Gesamtdauer der Weiterbildungen im Jahr 2015



GESUNDHEIT GANZHEITLICH ANGEANGEN

Grundvoraussetzung für den wirtschaftlichen und sportlichen Erfolg des VfL Wolfsburg ist eine robuste Gesundheit seiner Spieler und Mitarbeiter. Deshalb setzt sich der VfL intensiv für deren physisches und psychisches Wohlbefinden ein und verfolgt hierbei bewusst einen ganzheitlichen Ansatz.

Zum Schutz der Unversehrtheit und Einsatzfähigkeit seiner Spieler stellt der VfL jeder Mannschaft einen eigenen Mannschaftsarzt zur Verfügung. Außerdem stehen den Herrenmannschaften jeweils drei und den Frauentteams zwei Physiotherapeuten zur Seite. Zu den Aufgaben der Gesundheitsteams gehören eine intensive Überwachung des Allgemeinzustands sowie zahlreiche unterstützende Maßnahmen. Neben osteopathischen

Behandlungen, jährlichen Augen- und regelmäßigen Zahnkontrollen wird auch eine individuelle Ernährungsberatung angeboten. Zusätzlich werden die Spieler psychologisch unterstützt. Die Betreuer der Nachwuchsspieler stehen hierfür in regem Austausch mit den Erziehungsberechtigten.

Verletzungen lassen sich im Fußball trotzdem nicht ganz vermeiden. Bei der U23 der Frauen gab es in der Saison 2015/2016 in insgesamt 80 Fällen Verletzungen. Nicht jede davon war schwerwiegend, das Spektrum reicht von leichten Prellungen bis hin zu Frakturen. Im Jugendbereich der U14- bis U19-Mannschaften hat der VfL in den letzten drei Jahren eine umfangreiche Verletzungstatistik erstellt. Insgesamt wurden 389 Verletzungen erfasst. Am zahlreichsten waren mit jeweils 101 Fällen Verletzungen im oberen Sprunggelenk (OSG) so-

wie muskuläre Verletzungen. Außerdem wurden 93 Knieverletzungen erfasst. Diese zogen mit etwa 108 Tagen eine deutlich längere durchschnittliche Genesungszeit nach sich als OSG- oder muskuläre Verletzungen. Auffällig ist außerdem, dass in den Wintermonaten erheblich mehr Verletzungen auftraten als in den Sommermonaten.

Die statistischen Erkenntnisse hat der VfL genutzt, um sein Aufwärm- und Dehnprogramm weiter zu verbessern. Zur Vorbeugung von Verletzungen am Sprunggelenk wird vor allem ein propriozeptives beziehungsweise sensomotorisches Training eingesetzt, das die Verletzungsgefahr durch eine bessere Wahrnehmung der Körperbewegung senkt.

Die Bewältigung seelischer Krisen in Verbindung mit dem Leistungssport hingegen ist eine Herausforderung, die

* Quelle: Wissenschaftliches Institut der AOK (WIdO), Fehlzeiten-Report 2016



Auch in Ernährungsfragen werden die Spielerinnen und Spieler des VfL beraten.

die Gesellschaft als Ganzes betrifft. Deshalb engagiert sich VfL-Geschäftsführer Thomas Röttgermann als Kuratoriumsmitglied für die Robert-Enke-Stiftung, die sich unter anderem zum Ziel gesetzt hat, über die Krankheit Depression aufzuklären. Im Jugendbereich führt der VfL Wolfsburg altersangepasste Suchtpräventionskurse durch. Hier werden den Nachwuchsspielern die verschiedenen Formen der Sucht und ihre Aus-

wirkungen erklärt. Gezielt zeigen ihnen die Betreuer, wie sie potenziell suchtauslösende Situationen wie Stress oder Enttäuschungen bewältigen können. Sie erfahren zudem, wie sie ihre eigenen Ressourcen und Motivationen rich-

GESUNDHEITSMANAGEMENT: SO BLEIBEN MITARBEITER FIT

tig einschätzen. Zusätzlich werden die Nachwuchsspieler in Ernährungsfragen beraten und erlernen zum Beispiel beim gemeinsamen Kochen den Zusammenhang von Ernährung und Gesundheit.

„NEBEN DER TRAININGSARBEIT LEGEN WIR UNSEREN FOKUS AUCH AUF ANDERE LEISTUNGSRELEVANTE ASPEKTE, UM UNS WEITER ZU VERBESSERN.“

Ralf Kellermann, Sportlicher Leiter und Cheftrainer Frauenfußball

Wirkungen erklärt. Gezielt zeigen ihnen die Betreuer, wie sie potenziell suchtauslösende Situationen wie Stress oder Enttäuschungen bewältigen können. Sie erfahren zudem, wie sie ihre eigenen Ressourcen und Motivationen rich-

tig einschätzen. Zusätzlich werden die Nachwuchsspieler in Ernährungsfragen beraten und erlernen zum Beispiel beim gemeinsamen Kochen den Zusammenhang von Ernährung und Gesundheit.

tiert die arbeitsmedizinische Betreuung. Außerdem sensibilisiert er die Mitarbeiter für einen verantwortungsvollen Umgang mit Gesundheitsrisiken. Der Ausschuss hat unter anderem ein Verfahren erarbeitet, das Sicherheits- und Gesundheitsaspekte bei der Freigabe von Arbeitsmitteln einbezieht. Ferner wurde ein Konzept zur Beschaffung ergonomischer Hilfsmittel eingeführt. Seither schafft der VfL zum Beispiel nur noch Schreibtische an, die höhenverstellbar sind.

Alle VfL-Mitarbeiter können während ihrer Arbeitszeit kostenlos am umfassenden Gesundheits-Check-up des VW Konzerns teilnehmen. Ihre Befunde werden streng vertraulich behandelt. Sie sind nur für die Beschäftigten und deren Hausärzte bestimmt. Zusätzlich führt der Arbeitsschutzausschuss des VfL mithilfe des VW Gesundheitswesens jährlich einen Gesundheitstag durch. Am 12. November 2015 erhielten dabei alle VfL-Mitarbeiter Gelegenheit, sich über Gesundheitsfragen zu informieren. Außerdem konnten sie vor Ort in einem 45-minütigen Parcours wichtige medizinische Vorsorgeuntersuchungen sowie eine Grippeimpfung vornehmen lassen.

Außerdem möchte der VfL, dass seine Führungskräfte psychische Erkrankungen, etwa Burn-out, frühzeitig erkennen und sensibel damit umgehen können. Sämtliche Bereichs- und Abteilungsleiter des VfL Wolfsburg nahmen deshalb 2016 an einem zweistündigen Workshop des VW Gesundheitswesens zum Thema „Psychische Gesundheit am Arbeitsplatz“ teil.

„11 FÜR 11“

Mit seinem Corporate-Volunteering-Programm möchte der VfL den freiwilligen Aktivitäten seiner Mitarbeiter und Spieler einen Rahmen geben. Am 16. März 2016, dem „Gemeinsam bewegen“-Mitarbertag, hieß es deshalb „11 für 11“. Rund 150 Grün-Weiße vernahmen die Botschaft: Geschäftsführer, Spieler und Spielerinnen sowie Angestellte verteilten sich auf elf Teams und rückten aus zu elf Orten, um für elf Projekte als „Volunteers“ freiwillig Hand anzulegen. Hier ein paar Schlaglichter der Aktion:

„KEINZIMMERN“ EINMAL ANDERS

Für einen Nachmittag wird das Trikot gegen ein weißes „Gemeinsam bewegen“-T-Shirt und eine grüne Latzhose ausgetauscht. Überraschenderweise passt alles, selbst die Latten, als Dieter Hecking, Luiz Gustavo und Alexandra Popp gemeinsam einen Hühnerstall bauen. „Ich habe ja eigentlich zwei linke Hände“,

scherzt der Chefcoach. „Aber es ist toll, auf diese Weise helfen zu können. Und nebenbei fördert man damit den internen Zusammenhalt.“ Für die Wohngruppe „Aufwind“ der pädagogischen Einrichtung Life Concepts in der Nähe von Gifhorn tauschen Trainer und Spieler gerne mal den Ball gegen Hammer und Schrau-



ber. Das Projekt hilft Jugendlichen in schwierigen Entwicklungsphasen unter anderem durch naturverbundene Tätigkeiten wieder Boden unter den Füßen zu bekommen.



„PRÄZISE WIE DAS PASSSPIEL“

So lautet das Motto, als Thomas Röttgermann gemeinsam mit einer Gruppe um Julian Draxler und Diego Benaglio in einer Notunterkunft für Flüchtlinge in Ehra-Lessien den Pinsel schwingt. Dem Integrationsgedanken entsprechend erhielten auch die Bewohner Gelegenheit mitzumachen und Grün-Weiße bei der Arbeit kennenzulernen. Röttgermann erklärt: „Als Verein haben wir eine besondere Rolle, aus der auch gesellschaftliche Verantwortung erwächst. Dem wollen wir gerecht werden, indem wir nicht nur finanzielle Hilfe leisten, sondern selbst aktiv werden und speziell das Ehrenamt unterstützen.“

„FUSSBALLSTARS WERDEN COMICHELDEN“

In der Wolfsburger Peter-Pan-Schule erhalten Kinder und Jugendliche mit Behinderung gezielten Förderunter-

richt. Das Team um Bruno Henrique und Zsanett Jakabfi nimmt sich vor, im Pausenraum für eine belebende Ge-

staltung mit Erinnerungswert zu sorgen. Ihre Porträts schmücken als von den Profis persönlich ausgemalte Comiczeichnungen die Wände. „Nicht nur ich habe den Tag sehr genossen. Wir haben damit vielen Schülern eine große Freude bereitet und ihnen unvergessliche Momente verschafft“, freut sich Hilke Pannier-Marx, Lehrerin und zweite Vorsitzende des Fördervereins der Peter-Pan-Schule.



Es gehört zum Selbstverständnis des VfL, seine Mitarbeiter zusätzlich durch Bewegungsangebote wie den wöchentlichen Geschäftsstellen-Kick gesund zu erhalten. Die Teilnehmer erwartet jedoch noch mehr, konnte die Geschäftsstellen-Mannschaft doch bei lokalen Fußballturnieren bereits einige Erfolge feiern.

Der VfL unterstützt außerdem die jährliche Blutspendenaktion des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) und lädt dazu Mitarbeiter sowie externe Teilnehmer ein. Die hohe Spenderzahl von 2014 wuchs im Folgejahr um weitere zehn auf 146 Teilnehmer, darunter 16 Erstspender. 2016 tritt die Bundesliga-Spielerin Babett Peter als Gesicht der Kampagne „Mut-Spende“ des DRK auf und sorgt damit auch über den VfL hinaus für Spendenbereitschaft. Im September 2016 wird nicht zuletzt deshalb die Blutspendenaktion wiederholt.

FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN

„Fair Play“ ist beim VfL auch gegenüber Arbeitnehmern ein wichtiger Wert. Alle Beschäftigungsverträge beruhen auf klaren, allgemein gültigen Vereinbarungen, auf die sich die Mitarbeiter verlassen können. Der VfL bietet seinen Beschäftigten außerdem die Möglichkeit der Mitbestimmung und einer kollektiven Interessenvertretung.

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 Fußball-Bundesligist mit einer organisierten Arbeitnehmervertretung. Nach anschließenden Verhandlungen mit der IG Metall und Vertrauensleuten wurden anstelle eines Tarifvertrags Betriebsvereinbarungen zur Einführung von Entgeltgruppen sowie Regelungen zu Boni, Überstunden, Gleitzeit und Altersvorsorge beschlossen. Allen unbefristet Beschäftigten bietet der Verein eine betriebliche Altersvorsorge, in der Verwaltung betrifft dies derzeit 90 Prozent

der Mitarbeiter. Mit 14 neu eingestellten Mitarbeitern und nur drei Abgängen lag die Fluktuationsquote im ersten Halbjahr 2016 bei nur 1,7 Prozent. Für VfL-Mitarbeiter, die unverschuldet in finanzielle Not geraten sind oder Zuschüsse zu den Eigenkosten für medizinische Behandlungen benötigen, hat der VfL 2013 eine Unterstützungskasse eingerichtet. Mittlerweile beteiligen sich rund 35 Prozent der Mitarbeiter daran.

„KLARE REGELUNGEN SCHAFFEN SICHERHEIT – FÜR DEN VEREIN WIE FÜR UNSERE MITARBEITER!“

Tobias Weigt, Leiter Personalwesen

Seit 2003 besteht die vom VfL geförderte Geschäftsstellenmannschaft. Sie trainiert regelmäßig und konnte bei lokalen Fußballturnieren bereits einige Erfolge feiern.





3,8 MILLIONEN FOLLOWER

Mario Gomez erreicht über soziale Medien knapp 3,8 Millionen Menschen – und übernimmt damit als Botschafter des VfL Wolfsburg auch eine hohe Verantwortung.

Seit 2012 bekennt sich der VfL öffentlich zu den Grundsätzen der „Fair Company“ und ersetzt zum Beispiel keine Vollzeitstellen durch Praktikanten oder Aushilfen. Bei der Stellenbesetzung zählen für den VfL vor allem die persönliche Qualifikation sowie der Erfahrungshintergrund der Bewerber. Eine starre Quotenregelung gibt es beim VfL nicht, er beugt jedoch aktiv jeder Form von Diskriminierung vor. Der Hinweis auf die entsprechenden Regelungen im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz ist fester Bestandteil des Einstellungsverfahrens. Derzeit arbeiten 72 Frauen beim VfL (Stand 30. Juni 2016). In den Jahren 2014 und 2015 lag die Frauenquote konstant bei 35 Prozent, nahm im Jahr 2016 aber auf 40 Prozent zu.

VERANTWORTLICHES AUFTRETEN GEFÖRDERT

Die Spieler des VfL Wolfsburg stehen permanent im Licht der Öffentlichkeit. Sie werden mit den hohen Erwartungen der Fans konfrontiert und repräsentieren immer auch den VfL. Mit der Vorbildrolle ist allerdings auch eine besondere Verantwortung verbunden. Spieler können durch ihre Bekanntheit Nachhaltigkeitsthemen wie Inklusion unterstützen, aber im Falle von Fehlverhalten auch sich selbst, ihr Team und den Ver-

ein schädigen. Daher muss der VfL seine Spieler im Umgang mit der Öffentlichkeit schulen und sie im Zweifelsfall vor ihr schützen. Allerdings müssen Spieler auch selbst Verantwortung für die Konsequenzen eines möglichen Fehlverhaltens übernehmen.

Um kommunikativ kritische Situationen möglichst im Voraus zu vermeiden, wurde im Nachwuchsleistungszentrum ein Verhaltenskodex entwickelt und wirksam kommuniziert. In den Kabinen der Herren-, Frauen- und U23-Mannschaft hat der VfL beispielsweise Plakate angebracht, auf denen die Werte des Vereins abgebildet sind. Alle Mannschaften entwickeln in Zusammenarbeit mit dem Trainerteam und dem Mannschaftsrat darüber hinaus ihren eigenen Strafen- und Verhaltenskatalog. Sie regeln darin Aspekte wie die Anwesenheit vor dem Training oder den Umgang mit Fans und Mitarbeitern. Ebenso zählt eine Medienschulung zur ganzheitlichen Ausbildungsphilosophie. Nachwuchsspieler und -spielerinnen erhalten zudem schon in jungen Jahren eine Schulung in Bezug auf den Umgang mit Cybermobbing. Seit 2015 bereitet der VfL Wolfsburg in Workshops das Thema „Soziale Medien“ mit seinen Mannschaften im Herren- und Frauenbereich intensiv auf.

MEILENSTEINE



Eröffnung des VfL Campus
zur Erweiterung des Bildungsangebots durch eine universitäre Weiterbildung
(4. September 2015)



Zusammenführung der Nachwuchsarbeit von der U15 bis zur U23 in der VfL-Fußball-Akademie
(7. Juli 2016)



Teilnahme sämtlicher Bereichs- und Abteilungsleiter des VfL Wolfsburg an einem zweistündigen Workshop des VW Gesundheitswesens zum Thema „Psychische Gesundheit am Arbeitsplatz“
(22. April und 17. Juni 2016)



Erfolgreicher Abschluss des Zertifikatslehrgangs zur CSR-Managerin an der Akademie der IHK Nürnberg durch eine Mitarbeiterin der CSR-Abteilung (5. Juli 2016)

AUSBLICK

Aufgrund der besonderen Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit gegenüber Spielern möchte der VfL die Schulung seiner Profis und Nachwuchsspieler im Umgang mit Medien, insbesondere sozialen Medien, ausbauen.



FUSSBALL

IST MEHR

ALS

EFFIZIENTE

CHANCEN-

VERWERTUNG

AUF DEM

PLATZ



Optimale Bedingungen für die Spieler, ein faszinierendes **Stadionerlebnis** für die Fans und möglichst **geringe Belastungen** für die Umwelt – so lautet das **Zieldreieck** im modernen Fußballgeschäft. Für den VfL Wolfsburg ist damit klar: **Effizienter Umgang** mit Ressourcen und Vermeidung von Emissionen gehören genauso zur **Chancenverwertung** wie der Drang zum Tor.

ÖKOLOGIE

Der Betrieb von Sportanlagen verbraucht **Ressourcen**, setzt Treibhausgase frei und verursacht Kosten. Gleiches gilt für die **Mobilität** der Mannschaften, ihrer Begleiter oder der Fans. **Effizienz** ist für den VfL die entscheidende Stellschraube, um hier wie dort **Verbesserungen** zu erzielen. Der VfL Wolfsburg hat darum fünf **Umweltleitlinien** als integrale Bestandteile in seinem Unternehmenskonzept verankert. Sie fordern alle Mitarbeiter und die Führung des VfL auf, **umwelt-, ressourcen- und kosteneffizient** zu wirtschaften und die betrieblichen Prozesse hierfür laufend weiterzuentwickeln.

VORBILD IM UMWELT- UND KLIMASCHUTZ SUCHT NACHAHMER

Der VfL Wolfsburg erhebt systematisch wesentliche Umweltkennzahlen zu seinen Anlagen und Prozessen. So kann er genau erkennen, wo die Chancen für Verbesserungen am größten sind, und diese durch gezielte Maßnahmen nutzen. Seit seiner Teilnahme am Ökoproofit-Programm 2011 beschäftigt sich der VfL gezielt mit dem Management seiner ökologischen Auswirkungen. Er erfüllt außerdem die Umwelthanforderungen für das sustainclub-Label in Gold. Aufgrund einer umfangreichen Auditierung durch die DEKRA erhielt er Anfang 2016 als erster Bundesliga-Club die hierfür nötige Zertifizierung. Koordiniert werden die Umweltmaßnahmen durch ein dreiköpfiges Umweltteam, derzeit be-

setzt durch Maik Rummel, Leiter Facility Management der Volkswagen Arena, Kristian Mallon, Assistent Infrastruktur und Organisation, und Anja Melo, Mitarbeiterin der CSR-Abteilung. Abseits der eigenen Prozesse versucht der VfL weitere Akteure im Fußball für den Umweltschutz zu begeistern. Eine gemeinsam mit dem DFB und dem Niedersächsischen Fußballverband angebotene Vernetzungsveranstaltung für den Ama-

teurfußball zum Thema „Kostensparen und Klimaschutz“ kam aufgrund einer geringen Teilnehmerzahl nicht zustande. Der VfL Wolfsburg möchte den Austausch mit Amateurclubs jedoch weiter forcieren. Gleichzeitig sucht er den Austausch mit anderen Proficlubs. So diskutiert Maik Rummel regelmäßig mit den technischen Leitern der Clubs der Ersten und Zweiten Bundesliga über die Wirksamkeit von Umweltschutzmaßnahmen.

STROMVERBRAUCH

gesamte Arena, AOK Stadion, Fanhaus und VfL-Center

2015/16: 5.846.673 kWh

FERNWÄRME

gesamte Arena, AOK Stadion, Fanhaus und VfL-Center

2015/16: 4.377,17 MWh





Ein dreiköpfiges Umweltteam kümmert sich unter anderem um Energiesparmaßnahmen und Ressourceneffizienz beim Betrieb der Volkswagen Arena.

RESSOURCEN SCHONEN DURCH EFFIZIENTE TECHNIK

Der Rasen der Volkswagen Arena gilt ligaweit als vorbildlich. Greenkeeping, Flutlichter und Stadionbetrieb benötigen aber auch viel Wasser und Energie – wertvolle Ressourcen, mit denen

es sorgsam umzugehen gilt. Auch das Abfallaufkommen an Spieltagen sowie im Merchandising ist erheblich. Der VfL konnte in der Ressourceneffizienz schon viele Fortschritte erzielen. Die Erhebung der Verbrauchsdaten zu Wasser, Energie oder Abfall zeigt aber auch, dass die Potenziale weiterhin groß sind. Der Club nutzt diese Verbrauchsdaten, um sei-

ne Prozesse effizienter zu gestalten und dabei im Verhältnis zum Aufwand eine möglichst hohe Wirkung zu erzielen.

Neben den Kennzahlen helfen die Ergebnisse externer Prüfungen dem VfL bei der Steuerung von Effizienzmaßnahmen. Ende 2015 führten DEKRA-Experten unter anderem ein Energieaudit durch und zeigten dem Umweltteam weitere energetische Potenziale auf. Als vorbildlich bewerteten die Prüfer unter anderem die Anlagen in der Volkswagen Arena, darunter die Gebäudeleittechnik. Diese überwacht und steuert die Lüftungs- und Heizungsanlagen, das Licht sowie die Beregnungsanlage von zentraler Stelle. Die Brandmeldezentrale und die Zugangskontrollen sind ebenfalls in das System eingebunden. Die Rasenheizung der Volkswagen Arena bezieht ihre

ÖKOLOGIE

ZIEL	STATUS	STAND DER UMSETZUNG
Reduktion der CO ₂ -Emissionen (Scope 1 und 2) des Vereins um 25 % gegenüber dem Kalenderjahr 2011		+ Reduzierung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um knapp 5 % im Vergleich zum Bezugsjahr 2011 + Reduzierung aller Emissionen (Scope 1, 2 und 3) um 4,60 % im Vergleich zum Fußabdruck 2013/2014 - Erhöhte CO₂-Emissionen aufgrund der Neubauten im Vergleich zum Fußabdruck 2013/2014
Förderung der nachhaltigen Mobilität in der Belegschaft		+ Einführung des DB-Job-Tickets zu gesonderten Konditionen für Mitarbeiter + Bereitstellung von Abteilungs-Fahrrädern zur Steigerung der Mobilität auf dem VfL- Gelände + Durchführung eines ökologischen Fahrtrainings mit Profispielern und Mitarbeitern
Schonung natürlicher Ressourcen		+ Einführung eines ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Druckkonzepts für alle Verwaltungsarbeitsplätze + Vollständiger Verzicht auf Plastiktüten im Fanshop, Kunden erhalten stattdessen ein „Tütle“ + Stromeinsparungen durch den weiteren Ausbau von LED-Beleuchtung
Berücksichtigung von neuesten Energieeffizienzstandards und Biodiversität bei Neubauten		+ Neubau des AOK Stadions und des VfL-Centers nach neuesten Energieeffizienzstandards + Beteiligung an den Planungen der Stadt zur Renaturierung der Aller zwischen Vorsfelde und Allersee



Im AOK Stadion kommen zahlreiche energieeffiziente Technologien zum Einsatz.



WASSERVERBRAUCH

gesamte Arena, AOK Stadion,
Fanhaus und VfL-Center

2015/16: 60.471,90 m³

davon Grauwasser aus dem
Mittellandkanal für die Beregnung

2015/16: 11.500 m³

Abwassermenge:

2015/16: 17.997,90 m³

Energie aus der Restwärme der Gebäudeheizung und wird flexibel über Messfühler an die jeweilige Außentemperatur angepasst. Bei den Bauplanungen des AOK Stadions sowie des VfL-Centers hat sich der VfL für den Einsatz energieeffizienter Technologien in den Gebäuden eingesetzt. Schwerpunkte bildeten der Einsatz von LEDs sowie verschiedene Lösungen zur Lüftungssteuerung. Wie in der Volkswagen Arena dient die Restwärme unter anderem der Rasenheizung.

Schritt für Schritt verbessert der VfL auch die Energietechnik in seinen übrigen Gebäuden: So erhöhte er den Anteil der LED-beleuchteten Tiefgaragenfläche von 25 Prozent im Jahr 2012 auf inzwischen 60 Prozent. Er verbraucht so im Vergleich mit konventioneller Beleuchtung rund zwei Fünftel weniger Energie. Über weitere Effizienzmaßnahmen in der Regelungstechnik sowie für Flut- und Rasenlicht führt der Verein

mit mehreren Fachfirmen Gespräche. Die Planung ist jedoch noch nicht abgeschlossen. Nach dem Prinzip der Green IT hat der VfL zudem seine Informations- und Kommunikationstechnik energie- und ressourceneffizienter gestaltet. So konnte er durch die Einführung eines umweltfreundlichen Druckkonzepts im Jahr 2015 sowohl Strom- als auch Tonerverbrauch reduzieren.

SPARSAMER UMGANG MIT WERTVOLLEM NASS

Der VfL Wolfsburg übernimmt Verantwortung für einen ressourcenschonen-

Natürlich brauchen die Rasenflächen auch beim VfL Wolfsburg Wasser – hier kommt Grauwasser aus dem benachbarten Mittellandkanal zum Einsatz.



**„AUCH DETAILS, KONSEQUENT
UMGESETZT, KÖNNEN ENORME
EFFIZIENZVERBESSERUNGEN BRINGEN.
DAS WOLLEN WIR NUTZEN.“**

Maik Rummel, Leiter Facility Management

den Umgang mit Trinkwasser und nutzt alternative Wasserquellen, wo dies möglich ist. So verwendet er bereits seit 2011 Wasser aus dem Mittellandkanal zur Beregnung seiner Rasenflächen. 2015 konnten durch die Nutzung von Grauwasser knapp 11,5 Millionen Liter Trinkwasser eingespart werden – das ist rund ein Viertel des Gesamtverbrauchs. Nach dem Vorbild der Volkswagen Arena hat der VfL Wolfsburg auch im neuen VfL-Center und im AOK Stadion wassersparende Armaturen installiert. Letzteres verfügt außerdem, ebenso wie die Volkswagen Arena, über wasserlose Urinale für die männlichen Zuschauer.



SPIRALE NACH OBEN

31. März 2016, Catwalk in Wolfsburg. Gemeinsam mit Designstudenten der Hochschule Hannover präsentiert der VfL Wolfsburg die neue Kollektion „Wölfe RE//designed“. Egal ob Wendetasche, Bluse oder Top, jedes Stück ist ein Unikat, handgefertigt durch die Lebenshilfe Wolfsburg. Gegenüber der vorherigen Kollektion wurden die Stückzahlen deutlich angehoben, damit die nachhaltigen Designs aus der Nische herauskommen. Um eine breite Kundschaft anzusprechen, wird die Kollektion erstmals auch über den Fanartikel-Katalog vertrieben. Michaela Hornburg, Gruppenleiterin der Lebenshilfe-Schneiderei, gibt Auskunft über das Konzept und die Zusammenarbeit:

Was ist die Botschaft von „Wölfe RE//designed“? Und welches Konzept steckt dahinter?

Das Konzept ist, möglichst nichts mehr wegzuschmeißen, also Zero Waste. Man kann aus vielen Dingen neue Produkte entstehen lassen. Mit kreativen Ideen und sehr viel Enthusiasmus entstehen in diesem Fall aus getragenen Trikots neue Oberteile oder Rucksäcke, Jacken, ... was auch immer. Dabei wird aus Altem etwas ganz Neues erschaffen.

Wie kam es zu der Zusammenarbeit zwischen dem VfL, der Hochschule und der Lebenshilfe-Schneiderei?

Wir haben generell sehr guten Kontakt zum VfL Wolfsburg. In einem Gespräch mit der CSR-Abteilung des VfL haben wir berichtet, dass wir auch eine

Upcycling: die „Wölfe RE//designed“-Kollektion.



Textilveredelung haben und daher dieses Projekt gern betreuen würden. Die VfL-Verantwortlichen waren sofort angetan von dieser Idee.

War das Projekt aufgrund der besonderen Materialien für Sie nicht eine große Herausforderung?

Ja, es war nicht einfach, die Designideen, die wir von der Hochschule bekommen haben, dann auch praktisch umzusetzen – auch wegen der Materialien. Das sind atmungsaktive Hightech-Produkte, die wir sonst kaum verwenden. Sie erfordern besondere Verarbeitungstechniken. Das macht die Arbeit zu einer anspruchsvollen Aufgabe.

Wie gehen Ihre Mitarbeiter in der Lebenshilfe mit dieser Herausforderung um?

Unsere Beschäftigten, die an diesem Projekt mitarbeiten, sind in dem Fall Menschen mit einer psychischen Behinderung. Sie brauchten daher Unterstützung dabei, sich auf etwas Neues, vor allem im Umgang mit den Materialien, einzulassen. Die Stoffe sind sehr glatt und rutschen liebend gern mal unter den Maschinen weg. Um unsere Mitarbeiter mit diesen Eigenschaften vertraut zu machen, haben wir sie speziell angeleitet und erst mal mit ihnen an Musterstücken geübt, wie die Verarbeitung funktioniert und wie sie die Stoffe behandeln müssen.

Ihre Einrichtung profitiert ja auch von den Einnahmen aus dem Verkauf der Produkte. Was haben Sie mit dem Geld vor?

Der Gewinn, den der VfL mit der Kollektion erzielt, wird unserer „Unified“-Fußballgruppe zugutekommen. Das ist ein Projekt in Kooperation mit den Special Olympics und dient der Integration von Menschen mit Mehrfachbehinderung in die Welt des Sports. Unsere Mitarbeiter erhalten so eine Chance, sich über den Fußball weiterzuentwickeln, Ambitionen aufzubauen und neue Kontakte zu knüpfen.



ENGAGEMENT FÜR GESCHLOSSENE KREISLÄUFE

Der VfL Wolfsburg arbeitet daran, die Gesamtmenge seines Abfalls kontinuierlich zu verringern und anfallenden Abfall möglichst sinnvoll zu verwerten. Darum gibt er seit Juni 2015 im Fanshop keine Plastiktüten mehr heraus. Stattdessen erhalten die Fans ein sogenanntes Tütle. Es besteht aus 100 Prozent Recyclingpapier und lässt sich im Biomüll vollständig kompostieren. So will der VfL gemeinsam mit der Regionalgruppe Wolfsburg des Cradle to Cradle e.V. praktischen, ökologischen Alternativen zur Plastiktüte in der Region zum Durchbruch verhelfen.

hälter zur Abfalltrennung bereit. Zusätzlich sind auch die Caterer im Stadion in das System zur Abfalltrennung einbezogen: Sie können ihren Abfall entsprechend getrennt entsorgen.

Stetig reduziert der VfL auch den Materialverbrauch im eigenen Betrieb. Geschäftsführer Thomas Röttgermann bekennt sich im Namen des VfL Wolfsburg offiziell zur Initiative „CEOs Pro Recyclingpapier“. Bisher hat Recyclingpapier einen Anteil von circa 95 Prozent am gesamten Papierverbrauch des VfL. Nach der aktuellen, auf drei Jahre befristeten Druckausschreibung wird der VfL künftig für seine Stadionmagazine, Fanartikelkataloge, Jahrbücher und

KLIMASCHUTZ DURCH ERNEUERBARE ENERGIEN UND INTELLIGENTE MOBILITÄT

Um die negativen Auswirkungen des Klimawandels zu begrenzen, bedarf es großer gemeinsamer Anstrengungen aller Teile der Gesellschaft. Der VfL Wolfsburg hat darum seine Energieversorgung auf Ökostrom umgestellt und nachhaltige Mobilitätsangebote für Mitarbeiter und Zuschauer geschaffen.

„DER VFL GEHT MIT DEM VERZICHT AUF PLASTIKTÜTEN WIEDER EINMAL VORAUS. WIR ERHOFFEN UNS VIELE NACHAHMER.“

Fritz Hempel, Leiter der Cradle to Cradle-Regionalgruppe Wolfsburg

Mode ist schnelllebig und damit selten nachhaltig. Aber sie hat auch kreatives Potenzial, etwa was den Materialkreislauf angeht: Durch raffinierte Schnitte können aus abgelegten Trikots zum Beispiel hochwertige Prêt-à-porter-Stücke werden. Dieses Upcycling spart Ressourcen und schafft dauerhafte Werte mit Kultstatus. Deshalb präsentiert der VfL Wolfsburg inzwischen die zweite Upcycling-Kollektion unter dem Label „Wölfe RE//designed“. Zum Saisonstart 2016/2017 war es wieder so weit.

In der Volkswagen Arena werden Getränke allerdings trotz Kritik der Deutschen Umwelthilfe weiter in dünnwandigen Biokunststoff(PLA)-Bechern ausgegeben. Der VfL hält bewusst an dieser Einweglösung fest. Er will so Verletzungen vorbeugen, da härtere Mehrwegbecher von manchen Zuschauern als Wurfgeschosse verwendet wurden. Um die PLA-Becher nach Gebrauch dem Recycling zuzuführen, stehen spezielle Be-

Autogrammkarten ausschließlich Recyclingpapier mit FSC-Label einsetzen. Für sein Engagement wurde der VfL Wolfsburg beim B.A.U.M.-„Büro & Umwelt“-Wettbewerb 2014 in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern“ mit dem dritten Platz ausgezeichnet. Beim Lyreco-Nachhaltigkeitswettbewerb zu Büroartikeln belegte er 2016 den zweiten Platz.



PAPIERVERBRAUCH

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

2015/16: ca. 750.000 Blatt



ABFALLMENGE

pro Spieltag

**2015/16: ca. 4,92 t Restmüll
ca. 1,25 t Papier**



Bereits seit 2011 bezieht der VfL seinen Strom aus erneuerbaren Quellen. Laut Angaben des aktuellen Lieferanten verursacht er damit gegenüber konventioneller Stromerzeugung jährlich 3.600 Tonnen weniger CO₂-Emissionen. Der regionale „Gemeinsam bewegen“-Partner LSW Energie bietet außerdem VfL-Ökostrom für Fans an. Als soziale Komponente überweist er pro Kunde monatlich einen Euro an die „Gemeinsam bewegen“-Initiative.

Der VfL arbeitet derzeit an einem Konzept für eine intelligente „unterbrechungsfreie Stromversorgung“. Anstelle der klassischen dieselbetriebenen Notstromaggregate können hierfür Stromspeicher verwendet werden. Sie lassen sich auch im Normalbetrieb nutzen, um schwankende Wind- und Sonnenenergiemengen im Netz auszugleichen.

FUSSABDRUCK: MESSSLATTE FÜR FORTSCHRITTE IM KLIMASCHUTZ

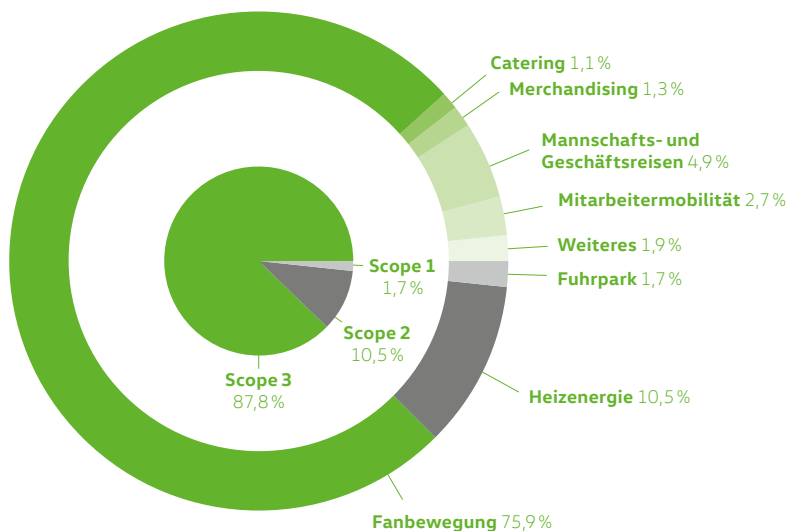
Der VfL hat sich zum Ziel gesetzt, seine direkten und indirekten CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2 gemäß Greenhouse Gas Protocol) bis zum Ende der Saison 2017/2018 gegenüber dem Kalenderjahr 2011 um 25 Prozent zu verringern. Um zu

erfahren, wie er dabei vorankommt, und seine Maßnahmen zu steuern, lässt er alle zwei Jahre – zuletzt im Juli 2016 – einen CO₂-Fußabdruck erstellen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass mit dem AOK Stadion und dem VfL-Center inzwischen neue Anlagen errichtet wurden, deren Betrieb mit zusätzlichen CO₂-Emissionen verbunden ist. Auch die erhöhte Mobilität in Verbindung mit dem sportlichen Erfolg vor allem in der UEFA Champions League hat die Emissionswerte erhöht. Hin-

zu kommen veränderte Bilanzierungsvorgaben und neue Emissionsfaktoren, die sich auf die Berechnung des Fußabdrucks auswirken. Zur Einschätzung der Entwicklung seit der Saison 2013/2014 sollten die Ergebnisse deshalb differenziert betrachtet werden:

Die Gesamtmenge aller durch die Aktivitäten der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH in der Saison 2015/2016 ausgestoßenen Treibhausgase (Scope 1, 2 und 3) inklusive der beschriebenen Veränderungen beläuft sich auf 18.679,569 Tonnen CO₂e. Dies sind rund fünf Prozent weniger als

CO₂-FUSSABDRUCK



Das Stadionmagazin „Unter Wölfen“ wird ausschließlich auf Recyclingpapier mit FSC-Label gedruckt.

Seit dem Sommer 2015 gibt es in den Fanshops nur noch kompostierbare Tüten aus Altpapier.





Umweltschutz, der Spaß macht: Bei der ECO Challenge ging es für die Mitarbeiter um energiesparendes Fahren mit Hybrid-Fahrzeugen.

in der Saison 2013/2014. Rechnet man die oben erwähnten Veränderungen aus dem Fußabdruck heraus, sind die Emissionen sogar um fast 34 Prozent gesunken.

Die Emissionen, die direkt oder indirekt vom VfL Wolfsburg beeinflusst werden können (Scope 1 & 2), sind allerdings um circa 31 Prozent angestiegen. Dies liegt im Wesentlichen an den neuen Gebäuden, ohne deren Energieverbrauch die Emissionen um 7,3 Prozent gesunken

wären. Im Vergleich zum Bezugsjahr 2011 wurden die Scope-1- und Scope-2-Emissionen bisher um knapp fünf Prozent reduziert. Das 25-Prozent-Ziel für 2017/2018 auch als wachsender VfL zu erreichen, erfordert damit weitere wirkungsvolle Effizienzprogramme.

Die Emissionen der Scopes 1 und 2 machen allerdings nur 12,20 Prozent der Gesamtemissionen des VfL Wolfsburg aus. Die restlichen 87,80 Prozent entfallen

auf den Scope-3-Bereich. In dieser Kategorie gab es gegenüber 2013/2014 eine Reduktion um circa 7 Prozent. Den größten Anteil an den Scope-3-Emissionen hatte auch in der Saison 2015/2016 die Zuschauermobilität bei Heimspielen. Die hierdurch bedingten Emissionen ließ der VfL auf Basis einer Fanbefragung hochrechnen. Die Berechnungen ergaben trotz der zusätzlichen internationalen Spiele gegenüber der Saison 2013/2014 einen Rückgang um circa 26 Prozent.

TORE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Bäume binden CO₂ und produzieren Sauerstoff – VfL-Tore jetzt auch. Für jedes in der Saison 2014/2015 im Wettkampf erzielte Tor seiner Mannschaften pflanzte der VfL Wolfsburg gemeinsam mit dem regionalen Versorger LSW Energie einen Baum. Am Ende der Saison waren es 1.266 Tore und entsprechend

viele Stieleichen, Buchen, Ebereschen, Weißtannen oder Eiben. Zum Auftakt der Pflanzaktion am Sonntag, den 12. April 2015, griffen Dieter Hecking, Jürgen Hüller (Geschäftsführer LSW Energie), Bas Dost und Leandro Putaro sowie 100 VfL-Fans selbst zum Spaten.



Die VfL-Fans auf dem Weg zur Pflanzaktion.



Rund 100 Anhänger waren dabei.



Mit gutem Werkzeug macht die Arbeit doppelt Spaß.



Diese zwei und weitere 1.264 junge Bäume wurden im Frühjahr 2015 gepflanzt.



Kleiner Mann, kleiner Baum – aber beide wachsen ja noch.



Im Bereich Dienstreisen und Fanmobilität bei Auswärtsspielen kam es jedoch zu einem deutlichen Anstieg, da für Fans und Team bei Reisen nach

„DER CO₂-FUSSABDRUCK ZEIGT, WIE DIE MASSNAHMEN DES VfL WIRKEN. ES GIBT TROTZDEM IMMER NOCH GROSSE POTENZIALE.“

Dirk Walterspacher, Geschäftsführer CO₂OL

Moskau oder Madrid wenig Alternativen zum Fliegen bestehen, sich also zusätzliche Emissionen kaum vermeiden ließen. Der Fußabdruck zeigt damit, dass viele Maßnahmen des VfL zur Reduktion der Emissionen wirksam sind. Zugleich wird deutlich, dass weitere Anstrengungen nötig sind, um die Emissionen sowohl der neuen und alten Gebäude, als auch der zunehmenden Auslandsreisen weiter zu verringern.

ANSATZPUNKTE FÜR GEZIELTE KLIMASCHUTZPROGRAMME

Der CO₂-Fußabdruck zeigt es erneut deutlich: Die Mobilität stellt für den Klimaschutz im Fußball eine große Herausforderung dar. An Spieltagen reisen nicht nur die Mannschaften und viele Mitarbeiter der Gästeklubs, auch zahlreiche

EFFIZIENTES FAHREN ALS FRAUENDOMÄNE

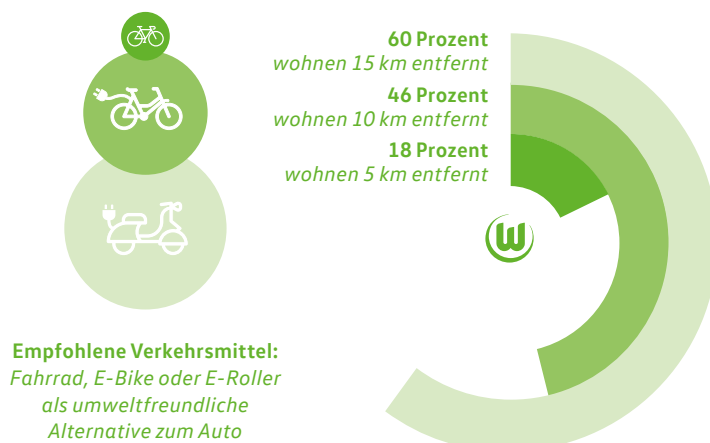
Als der Startschuss der ECO Challenge fällt, heißt es ausnahmsweise nicht „Gas geben“. Stattdessen stromern Mitarbeiter, Spielerinnen und Spieler des VfL auf die Piste, denn beim sportlichen Beschleunigen aus dem Stand hat der Elektromotor die Nase vorn. Erst auf der längeren Strecke oder bei hoher Fahrzeuggeschwindigkeit schaltet sich der Verbrennungsmotor in den Antriebsstrang der Hybridmodelle ein. Aber um Tempo geht es bei der ECO Challenge am 11. Mai 2016 nicht, sondern um eine energiesparende hybride Fahrweise. Nicht die schnellsten, sondern die effizientesten Fahrer gewinnen.

VfL-FRAUEN GEWINNEN HYBRIDES „ECO TRAINING“-WETTKENNEN

Angetreten sind je ein Team der Frauen und der Männer. Hinzu kommen zwei Teams aus dem VfL-Mitarbeiterstab, die sich zuvor in einer Qualifikation gegen ihre Kollegen durchgesetzt haben. Auch ein Werksteam von VW ist auf der acht Kilometer langen Teststrecke mit dabei. Schließlich stellt der Autobauer die Fahrzeuge: fünf Volkswagen Passat GTE der Volkswagen Driving Experience. Gefahren wird im „Eco-Modus“. Für Zuschauer ist das Rennen weniger spannend, denn die Entscheidung über den geringsten Verbrauch fällt im Bordcomputer. Auf dem Treppchen ganz oben landen Almuth Schult und Merle Frohms, darunter Christian Träsch und Dante. Den dritten Platz belegen Andrea Halle und Dawid Pierzchalski aus der VfL-Belegschaft. Zusätzlich zu Ruhm und Ehre standen heute Schadstoff- und Kostenreduzierung sowie Bewusstseinsbildung für den eigenen Fahrstil im Mittelpunkt. Doch für die Verlierer besteht kein Grund, enttäuscht sein. Sie können sich über den Trostpreis freuen: Haben sie doch für ihren Fahrstil vermutlich am meisten dazugelernt.



ERGEBNISSE MOBILITÄTSANALYSE



Fans und Medienvertreter machen sich auf den Weg und verursachen damit CO₂-Emissionen. Diese möchte der VfL vor allem durch Anreize für ein klimabewusstes (Reise)Verhalten reduzieren. Zum besseren Verständnis des Mobilitätsverhaltens der Zuschauer ließ er deshalb eine Mobilitätsanalyse erstellen. Diese ergab, dass 60 Prozent der Dauerkarteneinhaber in einem Umkreis von 15 Kilometern der Arena wohnen. Demnach würde die große Mehrheit dieser Zuschauer vor allem mit dem Fahrrad oder einem E-Bike (deutlich) weniger Zeit für die Fahrt zum Stadion benötigen. Für 50 Prozent der Besucher ist der bestehende ÖPNV

ebenfalls eine zeitsparende Alternative zum eigenen PKW. Beides gilt auch bei Abendspielen des VfL.

Damit die Zuschauer diese Potenziale nutzen, bietet der VfL seine Dauerkarten als Kombitickets für den ÖPNV an, die zur kostenlosen An- und Abfahrt zu allen Spielen berechtigen. Auch die Eintrittskarten für die Heimspiele der Frauen und U23 im AOK Stadion gelten als Kombitickets. Für Fans, die auf das Auto nicht verzichten wollen, besteht über das Onlineforum die Möglichkeit, gemeinsame Fahrten zu Heim- und Auswärtsspielen selbst zu organisieren.



Für viele Fans des VfL ist der ÖPNV eine sinnvolle Alternative, um schnell und günstig mit dem Kombiticket zu den Heimspielen zu kommen.

FINANZIERUNG VON PROJEKTEN ZUR EMISSIONSREDUKTION

Die Emissionen sowohl der eigenen als auch der Fremdveranstaltungen in der Volkswagen Arena gleicht der VfL Wolfsburg durch den Ankauf von Zertifikaten aus. Begünstigter ist das Klimaschutzprojekt „CO₂OL Tropical Mix Reforestation“ in Panama, zu dessen Gunsten für die Saison 2015/2016 insgesamt 35 Tonnen CO₂e vom VfL ausgeglichen werden. Eine weitere Emissionsquelle ist der Versand von Fanartikeln. In diesem Fall setzt der VfL auf Kompensation durch

DEM WOLF AUF DEN SPUREN

„Wenn heute beim VfL geheult und gejault wird, so aus reinem Vergnügen“, schmunzelt Geschäftsführer Thomas Röttgermann. Für den VfL ist der Wolf mehr als ein Maskottchen. Der VfL ist deshalb seit Jahren Förderer der NABU-Kampagne „Willkommen Wolf“ und unterstützte den NABU zuletzt bei der Ausrichtung der internationalen Wolfskonferenz in Wolfsburg 2015. Mit dem neuen Workshop „Auf Wolfsspuren“ bringt der VfL das Raubtier nun ins „Grün-Weiße Klassenzimmer“, den außerschulischen Lernort in der VfL-FußballWelt.

Der Wolf ist zurück. „Und das ist gut so“, sagt Sven Futterer, ehrenamtlicher NABU-Wolfsbotschafter aus Lamspringe, der den Workshop punktuell begleitet, „für die Natur ein großer Gewinn!“ Aber was bedeutet die Rückkehr des Wolfs

für den Menschen? Die Antwort ist nicht immer leicht. Für Kinder nicht, und für Eltern schon gar nicht. Was gilt es bei einer Begegnung mit dem Raubtier zu beachten? Wie verhält sich ein Wolf? Diese und viele andere Fragen stehen im Mittelpunkt des neuen Workshops.

Um hautnah mehr zu erfahren, geht es raus auf einen Parcours rund um das Stadion. Dort können die acht- bis zwölfjährigen Besucher erleben, wie Wölfe miteinander kommunizieren und jagen, welche Tiere als Beute infrage kommen und was ein Wolf braucht, um zu überleben und Nachkommen aufzuziehen. Absolute Highlights sind das gemeinsame Heulen, Winseln und die Wolfspantomime. Zähne fletschen und Ohren anlegen inklusive. Dabei wird deutlich, wie gut ein Wolf



Grün-weiß auf zwei Rädern: Für die Wege zwischen den einzelnen Geschäftsstellen stellt der VfL Wolfsburg Fahrräder für seine Mitarbeiter zur Verfügung.

den GoGreen-Versandservice von DHL. 2014 betrug die so ausgeglichene CO₂e-Menge 6,22 Tonnen, 2015 waren es 12,72 Tonnen. Eingespart wurden diese durch Förderprojekte von DHL in insgesamt neun Ländern Asiens, Afrikas und Mittelamerikas.

Nicht nur Zuschauern und Kunden, sondern auch den eigenen Mitarbeitern möchte der VfL eine klimaschonende Mobilität erleichtern. Alle Beschäftigten des VfL Wolfsburg können seit Anfang 2016 das Job-Ticket der Deutschen Bahn zu gesonderten Konditionen erwerben. Für die Wege zwischen den einzelnen Gebäuden auf dem VfL-Gelände stehen seit einigen Monaten Fahrräder bereit.



Im „Grün-Weißen Klassenzimmer“ erfahren Kinder Interessantes über den Wolf

im Rudel mit seiner Körpersprache kommunizieren kann. Die Parallele zu den Spielern auf dem Fußballplatz ist natürlich gewollt. Auch hier ist gute Körpersprache ein Muss. Damit schlägt der zweistündige Workshop die Brücke zur Fußballbegeisterung – für die jungen Gäste in jedem Fall ein unvergessliches Erlebnis.

MEILENSTEINE



Erneuerung des CO₂-Fußabdrucks für die Saison 2015/2016 in Kooperation mit CO₂OL (5. August 2016)



Auditierung energetischer Potenziale durch DEKRA-Experten (23. September 2015)



Stopp der Herausgabe von Plastiktüten im Fanshop; Stattdessen erhalten die Fans ein ökologisches „Tütle“ (30. Juni 2015)



Erstellung einer Mobilitätsanalyse zum besseren Verständnis des Mobilitätsverhaltens der Zuschauer bei Heimspielen (21. Juli 2015)



Angebot eines DB-Job-Tickets für alle Beschäftigten des VfL Wolfsburg zu gesonderten Konditionen (1. März 2016)



Bereitstellung von Fahrrädern auf dem VfL-Gelände (15. Mai 2015)



Einführung eines umweltfreundlichen Druckkonzepts (1. Juni 2015)

AUSBLICK

Trotz des zusätzlichen Energiebedarfs des neuen AOK Stadions und des neuen VfL-Centers hält der VfL an seinem Klimaziel für das Ende der Saison 2017/2018 fest und beabsichtigt dieses durch weitere Maßnahmen zu erreichen.



FUSSBALL IST MEHR ALS 90 MINUTEN

Als **Volkssport Nummer eins** hat der Fußball eine enorme **Öffentlichkeitswirkung** – nicht nur, solange der Ball rollt. Er ist damit von **gesellschaftlichen Entwicklungen** abhängig, er kann sie aber auch maßgeblich beeinflussen. Der VfL Wolfsburg möchte dieses Potenzial nutzen, um **positive Veränderungen** in der Gesellschaft **anzustoßen** und zu begleiten.

GESELLSCHAFT

Mit der **großen Strahlkraft** des VfL Wolfsburg einher geht die Verantwortung, sich für die Erwartungen seiner Mitmenschen zu öffnen und **gesellschaftliche Prozesse** aktiv mitzugestalten. Er engagiert sich darum für Inklusion und Integration, Antidiskriminierung und Antirassismus. Großes Potenzial, zu einer **positiven gesellschaftlichen Entwicklung** beizutragen, sieht der VfL Wolfsburg auch in **Bildungs- und Gesundheitsprojekten**. Mit der Initiative **„Gemeinsam bewegen“** bündelt er sämtliche gesellschaftlich relevanten Maßnahmen in ein strategisches, auf dauerhafte Verbesserungen zielendes Gesamtkonzept ein. Dabei setzt der Verein neben regionalen gezielt auch internationale Projekte um.

„GEMEINSAM BEWEGEN“ – PARTNERSCHAFTLICH MEHR MÖGLICH MACHEN

Neben dem Umweltengagement (siehe Seite 44) zielt „Gemeinsam bewegen“ vor allem auf dauerhafte Verbesserungen in den Bereichen Integration, Bildung und Gesundheit. Im Mittelpunkt der Initiative stehen gemeinsame, zielgerichtete und langfristig ausgerichtete Programme. Strategische Partnerschaften mit ausgewiesenen Experten wie dem Dudenverlag und lokale Kooperationen mit der Umweltorganisation NABU oder die vom VfL mitbegründete Initiative „Wolfsburger Sport integriert“ stellen sicher, dass die Programme dauerhaft

wirksam sind. Bei Bedarf setzt „Gemeinsam bewegen“ jedoch auch kurzfristig wirksame Impulse für aktuelle soziale Anliegen, wie zum Beispiel die Ankunft von Flüchtlingen in Deutschland. Insgesamt investiert der VfL im Rahmen von „Gemeinsam bewegen“ jährlich rund 1,3 Millionen Euro und erreicht auf diesem Wege etwa 100.000 Menschen. Darüber hinaus hilft der VfL Wolfsburg sozialen Institutionen auf unbürokratischem Wege mit zusätzlichen Sach- und Geldspenden.

ERFOLGREICH DURCH INKLUSION UND ANTIDISKRIMINIERUNG

Der Profifußball zeigt immer wieder, dass Herkunft, Religion oder Hautfarbe für eine gemeinsam erbrachte Leistung unerheblich sind und verschiedene Menschen zusammen mehr bewegen können. Er ist damit ein Vorbild für die Gesellschaft. Er hilft Vorurteile abzubauen und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Trotzdem treten im Fußball und an seinem Rande immer wieder Fälle von Diskriminierung auf.

Der VfL Wolfsburg fördert Inklusion und Integration mit zahlreichen Maßnahmen wie den jährlichen VfL-Vielfaltswochen und versucht, jede Form von Ausgrenzung zu verhindern. Er lebt seine „Willkommenskultur“ aktiv vor und setzt durch seine klare Positionierung ein Zeichen gegen Diskriminierung.

GEMEINSAM BARRIEREN ABGERÄUMT

Der VfL hat sich vorgenommen, Barrierefreiheit in allen Bereichen zu schaffen. Für die Volkswagen Arena wurde dieses Ziel weitgehend erreicht: Die Zugänge sind für Rollstuhlfahrer passierbar und auf der Gegengerade gibt es 80 speziell ausge-



Im Rahmen der VfL-Vielfaltswochen initiiert und unterstützt der VfL Projekte, die sich für eine offene und tolerante Gesellschaft einsetzen. Hier beantwortet Pablo Thiam bei „Fairness erleben“ Fragen zum Thema Rassismus.



Gelebte Inklusion: Die Volkswagen Arena ist weitestgehend barrierefrei und bietet Plätze für Sehbehinderte, die die Spiele mit einem eigenen Live-Kommentator erleben können.

stattete Rollstuhlplätze, davon acht für auswärtige Fans, sowie sieben VIP-Plätze auf der Haupttribüne. Als eines der ersten Bundesliga-Stadien stellt die Volkswagen Arena außerdem 20 Sehbehindertenplätze im südwestlich gelegenen Block A bereit. Für eine komfortable Übertragung des Kommentars wurde 2016 eine neue Funkanlage installiert.

Auch über die digitalen Medien erleichtert der VfL Menschen mit Behinderungen die Teilhabe: Besucher seiner Website können sich die Inhalte vorlesen lassen oder die Schrift schrittwei-

se vergrößern beziehungsweise verkleinern. Die VfL-Website ist außerdem für die mobile Nutzung per Smartphone oder Tablet optimiert und wurde von der DFL zum wiederholten Male als Best-Practice-Beispiel für Barrierefreiheit im Internet ausgezeichnet. Seit Anfang 2015 existiert auch eine eigene barrierefreie VfL-App. Sie wurde bei einem Workshop der DFL zum Thema Barrierefreiheit von einem Blinden präsentiert.

Seit 15 Jahren gibt es beim VfL einen Behindertenbeauftragten: Mike Compagnore, hauptamtlich Mitarbeiter im städtischen Fanprojekt (siehe Seite 70), kümmert sich um die Anliegen von Fans mit Behinderung. Er bearbeitet Ticketanfragen und leitet Wünsche und Anregungen an den Verein weiter. Um die Bedürfnisse der Rollstuhlfahrer unter seinen Fans noch besser kennenzulernen, startete der VfL im Mai 2016 eine Befragung. Ihre Rückmeldungen wird der VfL in Zukunft für weitere Verbesserungen nutzen. Außerdem will er den Dialog mit den Rollstuhlfahrern durch eine eigene Gesprächsrunde verstetigen.

GESELLSCHAFT

ZIEL

STATUS

STAND DER UMSETZUNG

Weiterentwicklung des VfL-Wiki



- + Im Zuge des Duden-Schreibwettbewerbs wurden Vertreter weiterer Schulen im Wiki geschult
- + Integration des VfL-Wikis in den außerschulischen Lernort in Form eines Workshops

Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks



- + Begründung einer neuen Partnerschaft mit dem Dudenverlag
- + Mitgründung der Initiative „Wolfsburger Sport integriert“
- + Ausweitung der Partnerschaft mit dem NABU für die Umweltbildung im außerschulischen Lernort

Eröffnung eines außerschulischen Lernorts als Teil der neuen VfL-FußballWelt



- + Eröffnung des außerschulischen Lernorts in der VfL-FußballWelt
- + Zertifizierung des außerschulischen Lernorts nach BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung) durch das Niedersächsische Kultusministerium

Entwicklung weiterer Maßnahmen zur Schaffung von Barrierefreiheit in allen Bereichen



- + Veröffentlichung einer barrierefreien App mit wichtigen Informationen für Fans und Zuschauer sowie zur Kommunikation der Initiative „Gemeinsam bewegen“
- + Umfrage unter Rollstuhlfahrern zu ihren Bedürfnissen während des Stadionbesuchs

INKLUSION FÜR AKTIVE MIT BEHINDERUNG

Der VfL möchte Menschen mit Behinderung ermöglichen, selbst Fußball zu spielen, und Fußballfans für das Thema Inklusion sensibilisieren. Zum Abschluss der Vielfaltswochen veranstaltete er am 9. April 2016 deshalb einen „Gemeinsam bewegen“-Spieltag. An dem Tag hatten die 225 Ansprechpartner der Partnerschulen, -vereine und -kindergärten sowie alle Besucher des Heimspiels die Möglichkeit, neue Sporterfahrungen im Blindenfußball zu sammeln. Vertreter vom Behindertensportverband Niedersachsen (BSN) informierten die Gäste an einem eigenen Stand über die sportlichen Herausforderungen und Möglichkeiten für Sehbehinderte und Blinde. Lena Mink, Ressortleiterin beim BSN, bestärkt: „Den Mehrwert einer Sportart durch den Einbezug von Menschen mit einer Behinderung zu erleben, kann besonders im Fußball transportiert und umgesetzt werden. Wir freuen uns als BSN beim „Gemeinsam bewegen“-Spieltag des VfL, den Menschen über den Blindenfußball neue Erfahrungen im sportlichen Miteinander zu vermitteln.“ Auch die Bühne vor dem Stadion wurde genutzt, um die Fans hierauf aufmerksam zu machen. Der VfL schafft über diese Veranstaltungen hinaus auch dauerhafte Angebote für Menschen mit Beeinträchtigungen und unterstützt Special Olympics, die weltweit größte, vom Interna-

„RASSISMUS HAT BEIM VfL WOLFSBURG GRUNDSÄTZLICH KEINEN PLATZ, DAVON DISTANZIEREN WIR UNS GANZ KLAR.“

Pablo Thiam, Leiter U23 VfL-Fußball.Akademie

tionalen Olympischen Komitee offiziell anerkannte Sportbewegung für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung. So lädt er regelmäßig Behindertengruppen ein, im Nachwuchsleistungszentrum oder in der VfL-Fußballschule zu trainieren.

ROTE KARTE FÜR AUSGRENZENDES VERHALTEN

Der VfL Wolfsburg unterstützt den Zehn-Punkte-Plan der UEFA gegen Rassismus und hat bereits 2011 die Erklärung „Gegen Diskriminierung im Fußball“ der European Gay and Lesbian Sport Federation (EGLSF) unterzeichnet. In seiner Stadionordnung und dem Verhaltenskodex der offiziellen Fanclubs (OFC) tritt er entschieden für Respekt gegenüber dem anderen ein. Auch im Verhaltenskonzept des VfL-Nachwuchsleistungszentrums werden alle Mitarbeiter, Trainer und Spieler angehalten, jederzeit tolerant und respektvoll miteinander und mit anderen umzugehen. Pablo Thiam, ehemaliger Profi und sportlicher Leiter der U23, betont: „Rassismus hat beim VfL Wolfsburg grundsätzlich keinen Platz, davon distanzieren wir uns ganz klar.“

„GEMEINSAM BEWEGEN“- SPIELTAG KRÖNT VfL-VIELFALTS- WOCHEN

9. April 2016: Heute ist beim VfL Wolfsburg der jährliche „Gemeinsam bewegen“-Spieltag. Zwar heißt es nach dem Heimspiel gegen den FSV Mainz 05 nur 1:1. Dennoch steht der Tag unter einem guten Vorzeichen. Es lautet: „Vielfalt leben“.

Bereits am 16. März 2016 sind die VfL-Vielfaltswochen angelaufen. Seither dreht sich fast alles um Integration, Inklusion und Partizipation. Während dieser Wochen lädt der VfL Kinder und Jugendliche verschiedener gesellschaftlicher Gruppen ein, seine Angebote zu nutzen. Schnell wird die VfL-FußballWelt von kleinen und größeren Kindern erobert, darunter eine Kindergruppe der Diakonie Wolfsburg. 25 Schüler des Landesbildungszentrums für Hörgeschädigte besuchen ebenfalls die VfL-FußballWelt sowie die Volkswagen Arena. Im Anschluss treten sie in gemischten Teams gemeinsam mit VfL-Mitarbeitern zu Freundschaftsspielen an. Dabei ist unter anderem auch Weltmeister Pierre Littbarski.

Am Freitag vor dem „Gemeinsam bewegen“-Spieltag treffen sich schließlich mehr als ein Dutzend sehende und

Sehende und nichtsehende Schüler spielen Blindenfußball.





26 Kinder aus 15 Nationen liefen mit den Spielern des VfL Wolfsburg und des FSV Mainz 05 auf.

Statt Gelb oder Rot gab es in den VfL-Vielfaltswochen Grün – für Integration, Inklusion und Partizipation.



nichtsehende Schüler der Franz-Mersi-Schule und des Theodor-Heuss-Gymnasiums in der SoccaFive Arena. Sie wollen sich unter fachkundiger Anleitung im Blindenfußball messen – mit abgedunkelten Brillen und Kopfschonern, damit sich niemand verletzt.

Dieselbe Erfahrung machen am Samstag zahlreiche Fans an den „Vielfaltsstationen“ auf der Plaza vor dem AOK Stadion. Für eine Gruppe von Schülern schafft der VfL außerdem zusätzliche Sehbehindertenplätze. Dank des Blindenkommentators können sie das Spiel trotz verschlossener Augen über dessen Kommentare verfolgen.

Für das Spiel gegen die Mainzer hat sich der VfL etwas Besonderes ausgedacht: Den 27.844 Zuschauern wird beim Betreten des Stadions eine „Grüne Karte für Vielfalt“ ausgehändigt. Viele von ihnen folgen anschließend einem Videoaufruf der Spieler und zücken beim Einlaufen der Mannschaft ihre Grüne Karte. Die VfL-Stars, bereits beim Aufwärmen durch ihre „Gemeinsam bewegen“-T-Shirts aufgefallen, führen gemeinsam mit den Mainzern 26 Kinder aus 15 Nationen mit auf das Feld. Sportlich gibt es in der Folge zwar nur wenig zu beklatschen, für die Vielfalt aber umso mehr.

In seinem Umfeld unterstützt der VfL Wolfsburg verschiedene Aktionen, die Menschen für die Gefahren von Fremdenfeindlichkeit und Rassismus sensibilisieren. Hierzu gehören unter anderem die Kampagnen „Wir schauen hin“ und „Show Racism the Red Card“. Die Sportler nutzen dabei ihre Vorbildfunktion, um Kindern diese wichtigen Themen nahezubringen. So diskutierten die U16-Wölfe Florian Goutal und Jannis Heuer im Rahmen von „Show Racism the Red Card“ während der VfL-Vielfaltswochen 2015 mit den Schülern der Hauptschule Vorsfelde intensiv über Rassismus und Diskriminierung. Unter dem Motto „Wir schauen hin“ betreibt das Fanprojekt gemeinsam mit dem VfL Wolfsburg ein Präventionsprojekt. Weitere Partner sind der Stadtjugendring und die offene Kinder- und Jugendarbeit des Geschäftsbereichs Jugend der Stadt Wolfsburg. Neben dem Kampf gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus stehen in dem Präventionsprojekt auch die Themen Gewalt, Alkohol- und Nikotinmissbrauch auf dem Programm.

FUSSBALL FÜR GEFLÜCHTETE: WILLKOMMEN IM CLUB

Der VfL Wolfsburg achtet genau auf gesellschaftliche Herausforderungen in seinem Umfeld und stellt sich ihnen frühzeitig. So bot er bereits Anfang 2015 in der Fußballschule eine Trainingseinheit für geflüchtete Kinder und Jugendliche an. Gleichzeitig geht er strategische Partnerschaften ein, um mittelfristig die Rahmenbedingungen zu verbessern. Beispielsweise beteiligen sich die VfL Wolfsburg-Fußball GmbH und der VfL Wolfsburg e.V. gemeinsam mit dem Sportsportbund am Netzwerk „Wolfsburger Sport integriert“. Weitere Partner sind der Niedersächsische Fußballverein Kreis Wolfsburg sowie das Integrationsreferat und das Sportamt der Stadt. Ziel ist es, Geflüchtete in und über den Sport besser zu integrieren. Um den Kreis zu erweitern, organisierte das Netzwerk im Februar 2016 beim VfL eine Informationsveranstaltung für interessierte Sportvereine aus Wolfsburg und Umgebung. Viele weitere Einzelmaßnahmen des VfL und seiner Fans dienen dem Ziel, Flüchtlinge zu integrieren: Die „Supporters Wolfsburg e.V.“ zum Beispiel sammelten Fußball- und Sportschuhe; die „Meilenwölfe“ veranstalteten ein Fußballwochenende mit Heimspielbesuch. Der VfL selbst ermöglichte 1.200 Flüchtlingen den Besuch des ersten UEFA Champions League-Gruppenspiels, spendete pro Ticket einen Euro für die Flüchtlingshilfe und belohnte Flüchtlingshelfer mit einem Besuch des UEFA Champions League-Achtelfinales gegen KAA Gent.

HOMOPHOBIE: ANNÄHERUNG AN EIN TABUTHEMA

Auch Homosexuelle sind im Fußball wie in der Gesellschaft immer noch von Ausgrenzung betroffen. Der VfL will als Teil seines gesellschaftlichen Engagements einen vorurteilsfreien Umgang mit dem Thema fördern. Ein wichtiger Schritt in die-

se Richtung ist die Teilnahme an einer freiwilligen Basisschulung der Bundesliga-Stiftung und der Bundesstiftung Markus Hirschfeld im Rahmen der Bildungs- und Forschungsinitiative „Fußball für Vielfalt – Fußball gegen Homophobie“. Noch im Jahr 2016 soll ein Workshop mit Trainern der Profi-, Frauen- und U23-Mannschaften und Mitarbeitern der Verwaltung durchgeführt werden.

FÖRDERUNG VON BILDUNG UND GESUNDHEIT

Der VfL sieht den Fußball als wichtigen Impulsgeber, um spielerisch Bildung zu vermitteln und vor allem junge Menschen zu einem gesunden Lebensstil zu motivieren. Deshalb hat er Bildung und Gesundheit zu wesentlichen Schwerpunkten seiner Initiative „Gemeinsam bewegen“ erklärt. Für seine 225 Sozialpartner schafft der VfL im Rahmen des Partnerprojekts „Anstoß VfL“ und in Zusammenarbeit mit weiteren Institutionen gezielt Anreize in beiden Bereichen. Viele der Angebote stehen sogar prinzipiell allen Schulen offen.

„Gemeinsam bewegen“ verfolgt die Strategie, die Begeisterung des Fußballs in interaktiven und innovativen Lernformen für Kinder und Jugendliche zu nutzen. Die Initiative setzt hierbei sowohl auf regionale als auch auf internationale Kooperationen. Über didaktische und fachliche Fragen tauscht der VfL sich regelmäßig mit Experten wie dem Didacta Verband und der Landesschulbehörde aus. Außerdem betreibt er mit zahlreichen weiteren Partnern ein weitgefächertes Veranstaltungsprogramm. So wird der Fußball auch zu einem Vehikel für die Vermittlung anderer Themen, wie etwa Vielfalt, Umwelt oder Inklusion.

BILDUNG DURCH BEGEISTERUNG: VFL-FUSSBALLWELT ALS LERNORT

Der VfL Wolfsburg will mit seinem Fußball-Know-how und seiner Ausstrahlungskraft dazu beitragen, Kindern und Jugendlichen Lernfreude zu vermitteln und sie ermuntern, ihr Wissen ständig zu erweitern. Dank der engen Beziehung zu 100 Partnerschulen in der Region kann er dabei gezielt auf die Bedürfnisse der Schüler eingehen. Bisher fehlte jedoch ein zentraler

INTEGRATION IM TURNIER-MODUS

Wolfsburg, Donnerstag, 7. April 2016, SoccaFive Arena. Unter dem Leitsatz „Fußball braucht keine Sprache – Fußball verbindet“ veranstaltet der VfL Wolfsburg im Rahmen der VfL-Vielfaltswochen ein Integrations-Fußballturnier. Gewinner sind alle, aber das Team „Sandsturm“ schafft es mit einem knappen Finalsieg auch nach ganz oben aufs Treppchen.

Am Morgen treffen rund 50 Kinder im Allerpark ein. Knapp die Hälfte von ihnen kommt aus Wolfsburger Flüchtlingsunterkünften, die anderen sind

Schülerinnen und Schüler der neunten Klasse der Hauptschule Fallersleben. Zunächst gehen beide Gruppen getrennte Wege: Die jungen Geflüchteten verbringen den Vormittag in der VfL-FußballWelt, während die Hauptschüler den Workshop „Grüne Karte für Vielfalt“ besuchen. Es geht um Themen wie Diskriminierung, Rassismus und Rechtsextremismus, konkret durchgeführt an Beispielen aus dem Fußballalltag. Highlight ist die abschließende Diskussionsrunde: VfL-Spieler Amara Conde stellt sich den Fragen der Schüler.



Das Verschiedene in Grün: Klasse 9 der Hauptschule Fallersleben

Beim gemeinsamen Essen treffen die Gruppen erstmals aufeinander. Gleich darauf werden sechs bunte gemischte Teams aufgestellt. Erste Aufgabe: sich einen Mannschaftsnamen ausdenken. Und dann geht's auch schon um die schönste Nebensache der Welt. Bereits in der Gruppenphase auf zwei Feldern wachsen die Mannschaften zusammen. Sprachbarrieren fallen, Taktiken werden erkennbar, Teamgeist wächst. Bald kristallisieren sich Favoriten heraus. Schließlich entscheiden Glück und Geschick. Und, nach dem fünften Spiel in Serie erschöpft, freut sich so manche(r) über neue Freunde und besten Erzählstoff.





Der außerschulische Lernort der VfL-FußballWelt bringt Abwechslung in den Schulalltag.

Ort, um sein Bildungsengagement in der Region zu bündeln. Deshalb entwickelte der VfL einen außerschulischen Lernort – bestehend aus seiner neuen VfL-FußballWelt und dem „Grün-Weißen Klassenzimmer“. Mit seiner multifunktionalen Ausstattung und medialen Workshops ermöglicht das Klassenzimmer interaktives, handlungsorientiertes und selbstständiges Lernen für bis zu 30 Teilnehmer. Der Lernort, der allen Schulen zur Nutzung offensteht, wurde durch das Niedersächsische Kultusministerium als Einrichtung der „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE) zertifiziert und am 16. März 2015 durch die Kultusministerin Frauke Heiligenstadt eröffnet.

Seither bietet der VfL hier mit Unterstützung externer Partner Workshops wie „Der Fußballprofi ist, was er isst“, „Mein Leben als Fußballstar“ und „Auf Wolfsspuren“ an. Die Schüler erwerben dort wichtiges Praxiswissen in den Bereichen Ernährung oder Umweltschutz und werden über Werte und Normen aufgeklärt. Ein weiterer Workshop zum Thema Rassismus unter dem Titel „Wir schauen hin“ wurde in den Sommerferien 2016 eingeführt.

Inzwischen wurde das Grün-Weiße Klassenzimmer externen Experten, darunter Mitgliedern des Ausschusses „Außerschulisches Lernen“ des Didacta Verbands, vorgeführt. „Mit dem Grün-Weißen Klassenzimmer wird die Wolfsburger Bildungslandschaft um einen qualitativ hochwertigen Lernort bereichert, in dem die Faszination Fußball auf schulische Curricula trifft“, lobt Dr. Michael Pries, Vorstandsmitglied des Didacta Verbands. Auch Tobias Rau, Ex-VfL-Profi und heutiger Lehrer für Sport und Biologie, besuchte den Lernort bereits mit seiner Klasse. „Das ist eine ganz spezielle Einrichtung, wie ich sie so noch nicht erlebt habe“, schwärmt der ehemalige Linksverteidiger. Das Feedback der Besucher hilft dem VfL, sein Angebot für Schulklassen auszubauen. Laut einer Befragung empfanden über 90 Prozent der Besucher die Inhalte des Workshops verständlich und dem Alter der Teilnehmer angemessen.

MOTIVATIONSFAKTOREN PLUS MODERNE LERNKONZEPTE

Seit 2011 betreibt der VfL eine E-Learning-Plattform für Kinder und Jugendliche, das VfL-Wiki. Angeboten werden Fußballthemen, aber auch Deutsch, Mathematik oder Sachkunde – inklusive Teamarbeit und Spaß am Lernen. Damit ein Wiki attraktiv bleibt, muss es sich kontinuierlich weiterentwickeln. Hierzu



Die multifunktionale Ausstattung und mediale Workshops garantieren im „Grün-Weißen Klassenzimmer“ einen spannenden Unterricht.

startete der VfL Anfang 2016 eine Kooperation mit dem Dudenverlag. Gemeinsam wurde ein Schreibwettbewerb für Schülerinnen und Schüler aller Schulen in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt ausgerufen. Hieran beteiligten sich 24 Schulen mit insgesamt 38 Klassen aus ganz Niedersachsen und Sachsen-Anhalt. Viele der Teilnehmer nutzten das kostenlose Angebot einer Wiki-Schulung als Starthilfe. Olaf Carstens, Geschäftsführer des Dudenverlags, sieht die Kooperation als große Chance: „Wir sind stolz darauf, gemeinsam Nachwuchstalente für kreatives Schreiben rund um die Themen Fußball und Sport zu begeistern.“ Das VfL-Wiki wird gut angenommen. Seine Homepage wurde seit 2011 mehr als 438.000-mal aufgerufen.

WOLFSBURG UNITED: SPORT UND BILDUNG FÜR EINE WELT

Der VfL Wolfsburg kann über die Faszination Fußball viel bewirken und hat deshalb 2012 das internationale Projekt Wolfsburg United gegründet. Hierbei ist seit der Bundesliga-Saison 2015/2016 terre des hommes der wichtigste Kooperationspartner. Mit ihm fördert der VfL Projekte, die Sport-, Lern- und Bildungsangebote für Jungen und Mädchen in Armenvierteln bereitstellen. Frank Garbers, terre-des-homes-Projekt Koordinator für Mexiko, freut sich: „Gemeinsam mit

JUCONI-ZENTRUM BEGRÜSST VfL-TEAM

Im Namen von Wolfsburg United besuchte Stefan Kluwe aus der internationalen Sponsorenbetreuung des VfL Wolfsburg im Mai 2016 ein Kinderprojekt der Juconí-Stiftung in der mexikanischen Stadt Puebla:



Wolfsburg United in Mexiko.

Welches sind die Schwerpunkte des Projekts?

Stefan Kluwe: Das Projekt kümmert sich um Kinder und ihre Familien, die auf der Straße leben und arbeiten, und hilft den Mädchen und Jungen, den Teufelskreis von Gewalt und Armut zu durchbrechen und sich dauerhaft in die Gesellschaft zu integrieren. Der Fußball nimmt in dem Projekt eine Schlüsselrolle ein. Werte wie Fair Play und Engagement für die Gemeinschaft sind auch für die Gesellschaft in Mexiko von großer Bedeutung.

Wie wurden Sie in Puebla empfangen?

Stefan Kluwe: Mit großer Freude. Wir konnten uns zunächst auf einem Rundgang überzeugen, wie viel die Juconí-Mitarbeiter aus unserer Unterstützung gemacht haben. Natürlich haben sie sich über unseren Besuch gefreut: die Mitarbeiter vor allem über den persönlichen Austausch, und die Kinder natürlich über die mitgebrachten Trikots und Bälle.

Wie haben Sie die Begegnung erlebt?

Stefan Kluwe: Eindrucksvoll war es, hautnah mitzuerleben, wie die Mitarbeiter des Projekts (oftmals in Kleingruppen) mit Kindern und Eltern gemeinsam lernen, spielen und essen und wie viel Freude sie dabei haben. Unsere Geschenke kamen direkt in einem Fußballspiel auf dem projekteigenen Fußballplatz zum Einsatz. 20 Minuten lang spielten wir zehn gegen zehn. Die Kinder, die nicht Fußball spielen wollten, feuerten uns von den Rängen an und skandierten: „Wolfsburgo! Wolfsburgo!“ Im Anschluss wollten dann viele noch ein Autogramm oder gar ein Foto haben. Außerdem haben sie sich einige Profitricks am Ball zeigen lassen. Die Fußballsprache ist ja zum Glück international.

Was nehmen Sie von dem Besuch mit nach Hause?

Stefan Kluwe: Es ist einfach schön, welche Begeisterung wir dort auslösen können. Der Fußball kann mit solchen Projekten einen so positiven Einfluss auf die Menschen haben. Das sollte man nicht vergessen, denn manchmal ist gerade das vielleicht viel wichtiger als Sieg oder Niederlage.

Wolfsburg United sorgen wir dafür, dass Kinder und Jugendliche in Puebla eine Zukunft ohne Gewalt, aber mit Ausbildungs- und Arbeitsperspektiven erhalten.“

GESUNDHEIT FÖRDERN: LUST AUF BEWEGUNG MACHEN

Durch gezielte Projekte versucht der VfL bereits im Kindesalter die Weichen für einen aktiven und gesunden Lebensstil zu stellen. Genau diesen Ansatz verfolgt auch das Muuvit-Abenteuer, dessen deutschlandweiter Partner im Themenbereich Sport seit 2014 der VfL Wolfsburg ist. Muuvit ist die erfolgreichste Initiative des VfL Wolfsburg im Bereich Gesundheit. Das Abenteuer animiert Kinder auf spielerische Weise, Spaß am Lernen sowie an der Bewegung zu entwickeln, und holt Lehrer und Eltern hierbei mit ins Boot. Neben den Klassenstufen vier bis sechs richtet sich Muuvit seit 2016 auch an jüngere Kinder der Klassen eins bis drei. Die Inhalte sind eng auf das Geschehen beim VfL bezogen und daher für viele Kinder hoch interessant. Zur weiteren Motivation können fünf der teilnehmenden Schulen einen Gesundheitstag mit attraktivem Bewegungs- und Infoprogramm gewinnen. Ausgerichtet wird dieser vom VfL und seinem Partner, der

WEIHNACHTSTOUR ZU „VILLA BUNTERKUND“ UND „VfL-KIDS-ARENA“

Bei der alljährlichen Wölfi-Weihnachtstour besuchen die Nationalspielerinnen zusammen mit VfL-Maskottchen Wölfi kleine Patienten in den Kinderstationen regionaler Kliniken.

Anlaufstelle im Wolfsburger Klinikum ist die „Villa Bunterkund“, in der die Kinder schon gespannt auf den prominenten Besuch warten. Als es dann endlich so weit ist, schreiben Babett Peter, Alexandra Popp und Wölfi fleißig Autogramme und verteilen kleine Geschenke. VfL-Maskottchen Wölfi misst sich außerdem mit den Kids am Tischkicker, sodass der Klinikalltag in den Hintergrund rückt. „Wenn es darum geht,

Audi BKK, als ganztägiges Programm vor Ort in den Schulen. Klaus Allofs, Geschäftsführer Sport des VfL und Muuvit-Schirmherr, ist stolz auf die Entwicklung des Projekts: „Eltern und Lehrer bestätigen, Muuvit motiviert Kinder, aktiver zu werden. Kinder brauchen Gelegenheiten, in der Schule und der Freizeit Sport zu treiben. Diese müssen wir gemeinsam schaffen!“

Frisch überholt tourt unterdessen der VfL-Bus durch die Region. Mit aktuellen multimedialen Lernangeboten begeistert er Kinder und Jugendliche für Bewegung und gesunde Ernährung. Neu sind neben der Soft- und Hardware auch Inhalte zu Wölfen, Werten und Normen sowie der Geschichte des VfL. In der Saison 2015/16 absolvierte der VfL-Bus 51 Einsätze. Durchschnittlich war er fast jede Woche an Partnerschulen, bei Festen in der Region, zu Spieltagen oder weiteren Events im Einsatz.

MEHR ALS EIN GESCHENK: UNTERSTÜTZUNG VON BEDÜRFTIGEN

Regelmäßig unterstützt der VfL außerdem die Stiftung des ehemaligen Profis Krzysztof Nowak, der 2005 an den Folgen von ALS (Amyotropher Lateralsklerose) verstarb. Die Stiftung wurde vom VfL mit ins Leben gerufen und unterstützt bereits seit 2002 Menschen, die ebenfalls an ALS erkrankt sind. Auch wenn der Trainingsplan eng ist, nehmen sich VfL-Mitarbeiter und -Spieler immer wieder Zeit für den gemeinnützigen Einsatz vor Ort und überbringen im Namen des VfL Sach- oder Geldspenden. Sie wissen: Wer anderen Kraft gibt, bekommt auch welche zurück. Dies erfuhren jedenfalls die drei Nationalspielerinnen des VfL auf ihrer Wölfi-Weihnachtstour 2015.

den Kindern eine Freude zu bereiten oder sie einfach nur zu überraschen, bin ich immer gerne dabei. Es ist schön zu sehen, wenn die Kinder Augen strahlen und wir sie mit dem Besuch glücklich machen können“, freut sich Stürmerin Alexandra Popp.

Das nächste Ziel, diesmal in Begleitung von Almuth Schult anstelle von Alexandra Popp, ist die „VfL-Kids-Arena“ im Klinikum in Gifhorn. Nach Überreichung der Mitbringsel und Autogrammkarten machen die drei zusammen mit Pflegepersonal und Ärzten einen Spontانبesuch in den Krankenzimmern – Gelegenheit für so manches Erinnerungsfoto.



In der „VfL-Kids-Arena“ im Klinikum Gifhorn verteilte Almuth Schult Geschenke an kleine Patienten.

MEILENSTEINE



Eröffnung des außerschulischen Lernorts und dessen Zertifizierung durch das Niedersächsische Kultusministerium als Einrichtung der „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE) (16. März 2015)



Mitbegründung der Initiative „Wolfsburger Sport integriert“ zur Integration von Flüchtlingen (23. November 2015)



Start einer Partnerschaft mit dem Dudenverlag (1. Januar 2016) und gemeinsame Durchführung eines Schreibwettbewerbs (10. Juni 2016)



Präsentation einer eigenen barrierefreien VfL-App (26. Januar 2015)



Befragung der Rollstuhlfahrer zu ihren Bedürfnissen im Stadion (14. Mai 2016)



Weiterentwicklung des Muuvit-Abenteuers 2016 durch ein Angebot für jüngere Kinder der Klassen eins bis drei (31. Mai 2016)

AUSBLICK

Der VfL plant die Teilnahme an einer freiwilligen Basisschulung der Bundesliga-Stiftung und der Bundesstiftung Magnus Hirschfeld im Rahmen der Bildungs- und Forschungsinitiative „Fußball für Vielfalt – Fußball gegen Homophobie“. Der Workshop richtet sich an Trainer der Profi-, Frauen- und U23-Mannschaften sowie Mitarbeiter der Verwaltung.



FUSSBALL IST MEHR ALS JUBELN IM STADION

Verein, Fans, Mitglieder und die Region Wolfsburg bilden eine große **Fußballfamilie**, deren Zusammenhalt auf dem Gemeinschaftserlebnis VfL basiert. An diesem **Erlebnis** soll jeder teilhaben können, solange er sich an grundlegende Regeln hält. **Offenheit** ist für den VfL Wolfsburg von hohem Wert und wird von ihm **bewusst vorgelebt**.



FANS UND MITGLIEDER

Der Fußball lebt von **Emotionen** und der **Identifikation** mit dem Verein. Der VfL Wolfsburg profitiert daher von seiner aktiven Fanszene und der **kollektiven Begeisterung** seiner Anhänger. Dies gilt für den Stadionbesuch genauso wie für **gemeinsame Aktivitäten** jenseits des Spielbetriebs. Gleichzeitig ist es wichtig, das **Fußballerlebnis** für alle Beteiligten sicher zu gestalten. Das kann nur gelingen, wenn die verschiedenen Mitglieder der VfL-Familie sich offen untereinander austauschen. Der VfL fördert diesen Dialog auf allen Ebenen und bezieht seine Anhänger und Mitglieder dabei aktiv ein. Ihre Unterstützung ist die Basis für den **sportlichen** und den **wirtschaftlichen Erfolg** des Vereins.

GEMEINSAM FREIRÄUME ERMÖGLICHEN UND SICHERHEIT SCHAFFEN

Der VfL Wolfsburg besitzt im Umgang mit kritischen Situationen viel Erfahrung. Um Respekt, Fairness, Vielfalt und Toleranz sowie ein attraktives Stadionelebnis zu gewährleisten, setzt er unter anderem auf belastbare Kommunikationsstrukturen zwischen den wichtigsten Kooperationspartnern. Gemeinsam mit ihnen steht er ein für die Sicherheit und Entfaltungsfreiheit der unterschiedlichen Besuchergruppen von Ultras über Familien bis zu Geschäftskunden. Ein offener Fandialog und Präventionsmaßnahmen haben dabei grundsätzlich Vorrang vor (Kollektiv-)Bestrafungen.

Der VfL ist als Veranstalter für die Sicherheit der Menschen im Stadion verantwortlich. Er ist gefordert, Ausbrüche von Gewalt und andere sicherheitsgefährdende Aktionen, wie zum Beispiel das unkontrollierte Abbrennen von Pyrotechnik, zu verhindern. Fußballspiele können als Großereignisse jedoch auch zum Ziel terroristischer Angriffe werden, wie die Anschläge in Paris und die Spielabsage in Hannover im November 2015 zeigten. Deshalb hat der VfL seine Anstrengungen für die Sicherheit der Besucher weiter verstärkt.

HOHE SICHERHEITSSTANDARDS: DER VERÄNDERTEN SICHERHEITSLAGE ANGEMESSEN

Die Sicherheitsmaßnahmen rund um den Bundesliga-Standort Wolfsburg zu koordinieren ist Aufgabe des Örtlichen Ausschusses für Sicherheit im Sport (ÖASS) der Stadt Wolfsburg (vgl. Grafik). In Kooperation mit VW hat der VfL zudem ein ganzheitliches Sicherheitskonzept verabschiedet, das auch das Thema Stadionsicherheit beinhaltet.

Die für die Spieltage entwickelten Maßnahmen zur Stadionsicherheit wurden von der DEKRA und dem DFB im April 2016 für die nächsten drei Jahre zertifiziert. Bisher war diese Zertifizierung freiwillig, ab der Saison 2017/2018 ist sie für alle Bundesliga-Clubs vorgeschrieben. Die Organisation sowie die Abläufe am Spieltag wurden von den Prüfern mit 64 von möglichen 80 Punkten für ein Erstaudit gut bewertet. Den detaillierten Prüfbericht nutzt der VfL, um seine Maßnahmen systematisch weiter zu optimieren.

Sicherheitsexperten rechnen seit den Ereignissen in Paris und Hannover mit einem abstrakten Anschlagrisiko für Großveranstaltungen. Obwohl für Wolfsburg hierfür bisher keine kon-



kreten Hinweise vorlagen, wurden verschärfte Sicherheitsmaßnahmen ergriffen. Der VfL hat die Kontrollen der Zufahrten verstärkt und für die Volkswagen Arena eine neue Pförtnerzentrale eingerichtet. Diese ist täglich rund um die Uhr besetzt. Alle Kameras, Alarm- und technischen Störungsmeldungen sind auf die Zentrale geschaltet. Besucher müssen sich anmelden und registrieren lassen. Die Pförtner laufen im Alltagsbetrieb regelmäßig Streife. Am Spieltag und bei weiteren Veranstaltungen selbst treten zusätzliche Maßnahmen des zertifizierten Sicherheitskonzepts in Kraft.

EINBINDUNG DER FANS BEI GEWALT-PRÄVENTION UND STADIONSICHERHEIT

Für ein sicheres Fußballerlebnis sind auch der Dialog und die gemeinsame Präventionsarbeit mit den Fans von großer Bedeutung. Zusammen mit der Fanszene will der VfL gewaltsamen Auseinandersetzungen, rassistischen Vorfällen und kriminellen Handlungen entgegenwirken, ohne die Freiheit der Fans unnötig einzuschränken. Hierzu tauschen sich die Fan- und Sicherheitsbeauftragten des VfL Wolfsburg intensiv untereinander aus. Für die Fußballspiele der ersten und zweiten Mannschaft sowie, je nach Anlass, auch anderer VfL-Mannschaften

schloss der Verein außerdem im August 2013 eine Kooperationsvereinbarung mit der Stadt Wolfsburg und der Polizeidirektion Wolfsburg-Helmstedt als Netzwerkpartnern. Sie enthält fünf Leitlinien, die zu transparentem, verlässlichem Handeln anleiten und als Grundlage für einen vertrauensvollen, intensiven und offenen Dialog mit der Fanszene dienen.

Sollten trotz Dialog und Präventionsmaßnahmen seitens der Fans Grenzen verletzt oder überschritten werden, greifen die Stadionordnung und ein im Sommer 2016 entwickelter Maßnahmenkatalog, in denen auch Sanktionen festgelegt sind. Die Kooperationsvereinbarung sieht hierfür unter anderem Hausverbote für die VfL-Anlage, Betretungsverbote für Teile der Stadt Wolfsburg und Meldepflichten bei Auswärtsspielen vor. Die Maßnahmen können bei Bedarf jederzeit eingeleitet

FANS UND MITGLIEDER

ZIEL

Regelmäßiger institutionalisierter Austausch von Fanvertretern und Geschäftsführung

STATUS



STAND DER UMSETZUNG

- + Beginn der Konzepterarbeitung gemeinsam mit der KOFAS gGmbH
- Die Konzeptionierung des Dialogs hat begonnen und wird voraussichtlich Ende 2016 abgeschlossen



Auch im Wolfsburger Stadion wurden die Sicherheitsmaßnahmen in der Saison 2015/2016 verschärft.



Der VfL Wolfsburg setzt auf das Miteinander mit seinen Fans – dazu gehört ein ständiger Dialog.

werden. Dies war im Berichtszeitraum bei den Heimspielen des VfL nicht nötig, da dort keine seiner Fans durch Gewalttätigkeiten aufgefallen sind.

VORFÄLLE KONSEQUENT GEAHNDET UND KLAR GEREGLT

Kurz vor dem Auswärtsspiel bei Hannover 96 am 1. März 2016 kam es jedoch zu gravierenden Vorfällen. Aus dem Wolfsburger Fanblock wurden mehrere Leuchtraketen quer über das Spielfeld geschossen, eine schlug direkt unter dem Dach der Gäste-Reservebank ein. Gleichzeitig zündeten VfL-Fans weitere Feuerwerkskörper innerhalb des Blocks. Der VfL erließ daraufhin Strafen gegen sechs Fangruppierungen. Gleichzeitig bot er den Gruppen in aller Deutlichkeit an, den Dialog mit ihnen und den Netzwerkpartnern fortzuführen. Die Gruppe „La Familia“ suchte von sich aus das Gespräch und distanzierte sich klar von den Vorfällen in Hannover. Sie wurde daraufhin von den Maßnahmen ausgenommen.

Auch die DFB-Sportgerichtsbarkeit beschäftigte sich mit dem Fall: Sie verhängte gegen den VfL Wolfsburg eine Geldstrafe in

Höhe von 90.000 Euro und einen Teilausschluss der VfL-Fans bei einem Bundesliga-Heimspiel. Der VfL Wolfsburg hat das Strafmaß akzeptiert, zumal der Teilausschluss zunächst auf Bewährung ausgesetzt wurde. Zudem darf der VfL 40.000 Euro des Strafgelds für Verbesserungen der Sicherheitstechnik, der Infrastruktur und der Gewaltprävention in Wolfsburg verwenden. Wegen des Einsatzes von Pyrotechnik sowie weiteren Fehlverhaltens durch VfL-Fans hat der Verein in den vergangenen zwei Saisons Geldstrafen in Höhe von insgesamt 139.000 Euro gezahlt. Während des Pokalfinales 2015 wurde bedauerlicherweise zudem ein Fahnenträger leicht verletzt.

Neben den bereits genannten Einrichtungen betreiben die Netzwerkpartner zusammen mit dem Fanprojekt und den Fanbeauftragten die Stadionverbotskommission. Diese berät über notwendige Sanktionen und ermöglicht den betroffenen Fans die rechtlich gebotenen Anhörungsmöglichkeiten. In einem monatlich stattfindenden „Regeltermin Fans“ treffen sich die Beteiligten außerdem, um offen über Entwicklungen in der Fanszene zu diskutieren und Spiele vor- beziehungsweise nachzubespochen. Der Regeltermin wird von den Teilnehmern als ein wichtiges Instrument zu Verbesserung der Sicherheitslage be-

Mittendrin, statt nur dabei: Marcel Schäfer und seine Teamkollegen gehen nach dem Abpfiff in die Fankurve.



„EINE SYSTEMATISCHE UND OFFENE FANKOMMUNIKATION IST UNS WICHTIG. DESHALB ENTWICKELN WIR DIESE KONTINUIERLICH WEITER.“

Carsten Ihle, Leiter Fanwesen

grüßt. Zum Stichtag 1. Juli 2016 waren insgesamt 14 VfL-Fans aufgrund von Gewaltdelikten, Pyrotechnik oder Raub mit einem bundesweiten Stadionverbot belegt.

IN OFFENEM DIALOG ZUR BESSEREN EINSICHT

[G4-27] Begeisterungsfähige Fans sind für den Fußball genauso wichtig wie das Runde und das Eckige. Allerdings haben verschiedene Fan- und Zuschauergruppen unterschiedliche Ausdrucksformen für ihre Begeisterung entwickelt. Manche davon, wie zum Beispiel der Einsatz von Pyrotechnik, sind nicht mit der Stadionsicherheit vereinbar. Aufgabe des VfL ist es, gefährliche Handlungen wie diese zu unterbinden und berechnete Anliegen in ausgewogener Weise zu ermöglichen. Er betreibt hierfür einen eigenen organisatorischen Bereich, das Fanwesen, und führt mit allen Fangruppierungen einen kontinuierlichen, offenen Dialog.

Der VfL legt hohen Wert auf eine systematische, offene Fankommunikation. Er entwickelt diese kontinuierlich weiter und stellt derzeit vier Fanbeauftragte ab, die als Bindeglied zwischen Fans und Verein eine vermittelnde Rolle spielen.

Derzeit erarbeitet der VfL in Abstimmung mit seinem gesamten Netzwerk und unter aktiver Beteiligung der Fans ein ganzheitliches Konzept zur Fankommunikation. Wissenschaftlich begleitet wird das Projekt von der Kompetenzgruppe Fankulturen (KoFaS gGmbH). Teil des Konzepts wird unter anderem ein dialogbasiertes Konfliktmanagement sein. Ein interner Kick-off und ein erstes Treffen mit dem Netzwerk fanden bereits statt. Das Konzept soll bis Ende 2016 fertiggestellt und anschließend eingeführt werden.

DAS FANFORUM: OFFENES OHR FÜR FANANLIEGEN

Im Rahmen der Kooperationsvereinbarung hat der VfL mit Stadt und Polizei ein Fanforum eingerichtet. Es kommt zweimal jährlich oder auf aktuellen Anlass zusammen und steht neben Vertretern des Netzwerks allen interessierten Anhängern des VfL Wolfsburg offen. Sie sind ausdrücklich eingeladen, hier ihre Anliegen, Verbesserungsvorschläge und Kritikpunkte in einer lockeren Atmosphäre zur Sprache zu bringen.

Das Angebot eines geregelten Austauschs zwischen Geschäftsführung und Fanvertretern wird sehr gut angenommen. So beteiligten sich rund 150 Personen an der Diskussion zu der

Dauerkarten-Preiserhöhung und den vielen ungenutzten Dauerkartenplätzen. Als Ergebnis der Diskussion sind die Fans bereit, eine zukünftige Erhöhung der Dauerkartenpreise zu akzeptieren. Außerdem stellte der VfL in Aussicht, Dauerkartenbesitzern, die pro Saison weniger als zehn Spiele besuchen, mit der Kündigung der Dauerkarte zu drohen. Die Fans und der VfL erwarten, dass mehr belegte Plätze im Stadion insgesamt für eine bessere Stimmung sorgen. Erfolgreich war auch das Fanforum zum Thema „Fanführung bei Heimspielen“, in dem konstruktiv an mehr Freiräumen für Fans bei Heimspielen gearbeitet wurde.

DIE FANBEAUFTRAGTEN: DIREKTE ANSPRECHPARTNER FÜR FANS

Die Beziehungen zu seinen Fans pflegt der VfL durch seine Fanbeauftragten. Diese kennen die Bedürfnisse vieler VfL-Anhänger, erleichtern ihnen die Kontaktaufnahme und unterstützen sie bei zahlreichen Anliegen, wie etwa der Gründung neuer Fanclubs oder bei der Anerkennung ihrer Gruppierung als offizieller Fanclub (OFC). Ihre Fanbeauftragten erreichen die Anhänger des VfL im Fanhaus. Es wurde eigens für Fanwesen und Merchandising nordöstlich vom Stadion errichtet.

„WIR SETZEN UNS FÜR EINE BUNTE, KREATIVE UND LAUTE WOLFSBURGER FANKULTUR EIN.“

Anke Thies, Fanprojekt Wolfsburg

Zurzeit betreuen die Fanbeauftragten rund 200 Fanclubs mit 11.500 Mitgliedern, von denen 135 als OFC anerkannt wurden und damit ein Vorkaufsrecht für Spieltagskarten der Nordkurve erhielten. Die OFC, deren Anzahl jährlich steigt, bekennen sich zu einem speziellen Verhaltenskodex. Er wurde vom VfL Wolfsburg unter Mitwirkung der Fans erarbeitet und untersagt jegliche Form der Diskriminierung und Gewalt.

Als Dachverband und Interessenvertretung für Fans jeden Alters hat sich Mitte 2006 der Supporters Wolfsburg e.V. gegründet. Seine Mitglieder setzen sich über eine eigene Kommunikationsplattform für eine lebendige, aktive und friedvolle Fanszene ein und verurteilen grundsätzlich jegliche Form von Gewalt, Rassismus oder Diskriminierung.

DAS FANPROJEKT WOLFSBURG: VERMITTLER AM PULS DER FANSZENE

VfL-Fans zwischen 12 und 21 – dies ist die Hauptzielgruppe des Fanprojekts Wolfsburg. Das von der Jugendförderung der Stadt Wolfsburg 1997 gegründete und bis heute betriebene Fanprojekt engagiert sich für eine positive Fankultur und Gewaltprävention. Hierfür will es die Kommunikation zwischen dem Fußball und seinen Fans verbessern.

Die vier Mitarbeiter des Fanprojekts verfügen über einen guten Zugang zu der aktiven Fanszene und entwickeln ihre Fankontakte kontinuierlich weiter. So bieten sie zum Beispiel zielgruppenspezifische, sozialpädagogisch betreute Veranstaltungen wie Fahrten zu Auswärtsspielen für Jugendliche unter 18 Jahren an. Außerdem begleiten sie Angehörige der aktiven Fan- und Ultraszene unter anderem bei Gesprächen mit der Polizei, dem Verein oder bei Veranstaltungen zu Themen, die für die Fanszene relevant sind. Die Mitarbeiter verstehen sich dabei vor allem als Vermittler. Darüber hinaus stehen die Mitarbeiter des Fanprojekts den jugendlichen Fußballanhängern als Ansprechpartner für Probleme zum Beispiel mit der Schule oder dem Thema Sucht zur Verfügung.

Seit November 2015 wird der Nordkurvensaal des Fanprojekts von den Green White Angels 1995, einem der ältesten Fanclubs, selbstverwaltet. Dort können Jugendliche nach Absprache mit den Mitarbeitern des Fanprojekts kreativ und selbstverantwortlich Materialien für ihre Choreografien sowie für Banner, Fahnen oder Doppelhalter anfertigen. Weiterhin steht der Saal für Film- oder Gruppenabende zur Verfügung.

Einmal im Quartal tauscht sich das Fanprojekt mit ähnlichen Projekten anderer norddeutscher Vereine im sogenannten Nordbeirat aus. Auch mit dem Fanwesen des VfL steht es in einem regelmäßigen Dialog. Im Frühjahr 2016 fand hierzu ein gemeinsamer Workshop zum Thema „Team- und Aufgabenprozess“ statt.

Als Ansprechpartner für Gästefans betreibt der VfL zusammen mit der Polizei drei Dialogteams. Diese empfangen die Besucher bereits am Bahnhof beziehungsweise vor dem Reisebus und helfen ihnen, sich in Wolfsburg zurechtzufinden. Die Teams bestehen aus einem Polizeibeamten, einem VfL-Ordner und einem VfL-Fan. Sie verfügen über große Erfahrung im Umgang mit unseren Gästefans und können bei Problemen schnell Lösungen auf polizeilicher oder Vereinsebene herbeiführen.

ZENTRALE FUNKTION FÜR MEHR FAN- UND KUNDENZUFRIEDENHEIT

Der VfL Wolfsburg versteht sich als fanfreundlicher, serviceorientierter Fußballclub. Bereichs- und ebenenübergreifend arbeitet er darum kontinuierlich an der Verbesserung seiner Dienstleistungen für Fans und Kunden. Im Sommer 2016 hat er hierfür mit dem Service Center einen neuen Verantwortungsbereich geschaffen. Das Service Center wird auf der Grundlage eines Kommunikationsmanagementsystems für einheitliche, klare Botschaften sorgen und alle Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt fortlaufend für den Dialog schulen. Es wird außerdem die Verantwortung übernehmen für die Beschwerdeline und das Beschwerdemanagement des VfL. Mit der Servicebereitstellung wurde gleichzeitig ein zweiter neuer Bereich geschaffen. Er hat die Aufgabe, die Produkte und Serviceangebote des VfL zu realisieren.

BRÜCKENSCHLAG ZWISCHEN FAN UND BALLKÜNSTLER

Welcher Fan möchte nicht seinem Lieblingsspieler mal auf Augenhöhe begegnen? Für den VfL Wolfsburg gehört es zum Selbstverständnis, dies möglich zu machen. Die Gemeinschaft steht im Mittelpunkt, wenn VfL-Fanclubs zu Gastgebern für Spieler und Trainer werden. In ihrer Bewerbung für den etwa zweistündigen Besuch unter dem Motto „18. Auswärtsspiel“ können die Clubs bis zu drei Wunschgäste benennen. Die Aus-

SPIELBEGEGNUNGEN DER BESONDEREN ART

MIT ZAPPENSTREICH: BRAMWALDWÖLFE EMPFANGEN SEBASTIAN JUNG

Von Wolfsburg nach Bühren sind es 160 Kilometer. Als Sebastian Jung in dem Dorf nahe Göttingen eintrifft, ist klar, dass sich die Reise gelohnt hat. Die BramwaldWölfe bereiten dem gebürtigen Hessen mit einem Spiel-

mannszug einen zünftigen Empfang. Rund 200 Gäste sind gekommen. Alle wollen sich mit dem Rechtsverteidiger beim Torwandschießen oder Fußballtennis messen. „Großartig ist das“,

sagt Andreas Winkel, 16, „ein Star zum Anfassen! Dieser Tag geht in unsere Dorfchronik ein.“



JOSUHA GUILAVOGUI BESUCHT GRENZENLOSE WOLFSBURGER

Gegrilltes Fleisch, Biertische und – was sonst? – ein Fußballplatz erwarten Josuha Guilavogui bei den 60 versammelten Bösdorfern. Die Fans und der von ihnen eingeladene Spieler freuen sich, einfach mal entspannt in der Sonne zu sitzen oder einen Ball zu bewegen und es sich zusammen mit dem defensiven Mittelfeldspieler gut gehen zu lassen wie Gott in Frankreich. Eine kleine Herausforderung stellt sich dann doch: Für eine eingehende Unterhaltung mit dem Franzosen mit guineischen Wurzeln sind Sprachkenntnisse gefordert. Ein kleines Zwillingspaar kann die Sprachbarriere hingegen mühelos und charmant lächelnd überwinden.

10-JÄHRIGES JUBILÄUM DER PARKPLATZWÖLFE: MAX GRÜN KOMMT GRATULIEREN

Als Max Grün bei den 30 Fans im Vorsfelder Restaurant Achillion erscheint, geht es dort schon hoch her. Gewohnt sicher greift der Keeper beim Karaoke-Wettbewerb zum Mikrofon und kurbelt so die Stimmung weiter an. Auch an der Spendenaktion für die Krzysztof Nowak-Stiftung beteiligt er sich mit 250 Euro. Vorsitzende Bettina Karic freut sich über die gemeinschaftliche Initiative: „Wir wollen mit unserem kleinen Beitrag Menschen helfen, die an ALS (Amyotropher Lateralsklerose) erkrankt sind. Es kann jeden treffen, wie das Beispiel Krzysztof Nowak zeigt. Toll, dass Max Grün mitgemacht hat. So was motiviert richtig.“

SAMMLERLEIDENSCHAFT BEFLÜGELT: CHRISTIAN TRÄSCH BEI DEN EISCHOTTERWIPPERWÖLFEN



Eischott – schon der Name verspricht etwas Besonderes: Kaum angekommen wird Christian Träsch von den Eischotter Wipperwölfen zu einem Spaziergang gebeten. Ziel ist der Merchandising-Fundus von Werner Padniewski. Der ehemalige Ordner sammelt seit 20 Jahren VfL-Artikel. Jetzt wird die Leidenschaft belohnt: Der Außenverteidiger zeigt sich beeindruckt.

Er verspricht Padniewski ein handsigniertes Trikot, das – natürlich – einen Ehrenplatz bekommen wird. Aber auch die 30 Wipperwölfe gehen nicht leer aus. Jeder bekommt eines der Jerseys des Außenverteidigers. „Ich finde es super, dass der VfL ein solches Treffen mit Spielern ermöglicht. Unser Engagement wird so enorm aufgewertet“, findet Fanclub-Mitglied Sven Marlow.

gestaltung der Veranstaltung liegt ansonsten ganz bei ihnen. Wie die Begegnungen Anfang der Sommerpause 2015 ausfielen, zeigen die folgenden Beispiele.

GUTE STIMMUNG UND FANFREUNDLICHE PREISE

Der VfL Wolfsburg gehört in der Bundesliga zu den Clubs mit den niedrigsten Ticketpreisen. Die deutschlandweit günstigsten Dauerkarten der Saison 2015/2016 gab es bei den Wolfsburgern. Dies gilt sowohl für die Stehplätze als auch für die Sitzplätze der untersten und der obersten Preisklasse – ausgenommen die VIP-Tickets. Selbst im Vergleich zur Zweiten Bundesliga gehören die Ticketpreise des VfL zu den niedrigsten. Dies ist weder Zufall noch das Ergebnis eines Marktprozesses, denn ein volles Stadion mit zufriedenen VfL-Fans ist ein erklärtes Ziel des VfL.

Als verantwortungsvoller gesellschaftlicher Akteur in der Region legt der VfL Wert darauf, dass seine Tickets für alle Fans bezahlbar bleiben. Darum bleibt der VfL konsequent bei seiner Preispolitik und vergibt außerdem regelmäßig Freikarten an soziale Institutionen, um deren Klienten einen Stadionbesuch zu ermöglichen. Mit derselben Begründung geht der VfL gegen den Handel mit Tickets im Internet vor, um zu verhindern, dass der sogenannte Schwarzmarkt das soziale Preisgefüge durcheinanderbringt.

FUSSBALLANGEBOTE FÜR ALLE ALTERSGRUPPEN

Der VfL ist eine Fußball GmbH. Dies bedeutet, dass er sich nicht im klassischen Sinne wie ein Verein aus Mitgliedern zusammensetzt. Dennoch spielen Mitglieder eine wichtige Rolle in der Nachwuchsarbeit und bei der regionalen Verankerung des VfL. Kinder, Jugendliche und Erwachsene erhalten verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten am Vereinsleben rund um das Fußballerlebnis.

Der WölfiClub richtet sich an Kinder unter 14 Jahren. Er ist der offizielle Kids-Club des VfL Wolfsburg und mit inzwischen 7.250 Mitgliedern aktuell einer der stärksten Kids-Clubs der Liga. Da viele junge Mitglieder auch die VfL-Fußballschule besuchen, dient der WölfiClub zusätzlich dem Ziel, den Fußballnachwuchs aus der Region zu fördern und an den VfL zu binden.

VfL-Fans ab 14 Jahren steht der WölfeClub offen, zu dem auch die Veranstaltungsinitiativen WölfeClub Juniorteam und WölfeClub 55plus zählen. Das WölfeClub Juniorteam organisiert altersgerechte Angebote für Fans zwischen 14 und 17 Jahren, darunter betreute Heimspielbesuche oder gemeinsame Auswärtsfahrten. Der WölfeClub 55plus hält spezielle Angebote für die älteren VfL-Anhänger bereit. So bietet der VfL in diesem Rahmen als erster und einziger Bundesligist die neue Trendsportart Walking Football für Best Ager an.

WALKING FOOTBALL – DIE LEGENDEN KEHREN ZURÜCK

Am 10. und am 14. Juni 2016 trafen sich 15 WölfeClub-Mitglieder im Alter über 55 in der SoccaFive Arena in Wolfsburg, um sich im „gehenden“ Fußball zu probieren. Trainer Yannik Joop erzählt, wie der VfL die Schnupperevents gestaltet hat: „Wir haben die Spieler zunächst mit den Regeln und Spieltechniken vertraut gemacht. Danach konnten sie das Spiel gleich selbst testen. Viele fanden die Erfahrung toll und haben ihre Teilnahme an dem Projekt angekündigt.“ Damit gibt es praktisch keine Altersgrenze mehr für die Teilnahme. In einer alternden Gesellschaft bedeutet das mehr als nur Bewegung: Teilhabe, neue Ziele, Ansporn, Anerkennung und Spaß halten die Walking-

Football-Spieler geistig beweglich und physisch gesund.

Die neue Sportart basiert auf normalem Fußball, es darf jedoch nicht gelaufen oder gegrätscht werden. Es gibt also keine intensiven Laufduelle, das Stellungsspiel ist entscheidend. Die Walking Foot-

ball Community organisiert sich international: In Kooperation mit dem European Football for Development Network (EFDN) bereiten 13 europäische Teams insgesamt sieben parallele Events für Herbst 2016 und 2017 vor. An einem

„DIE BEWEGUNG, DER TRAINER UND DIE BETREUUNG SIND PERFEKT.“

Manfred Härtel, 64 Jahre

„WALKING FOOTBALL IST EINE SUPERSPORTART. ICH EMPFEHLE SIE JEDEM WEITER.“

Gerd Pohlenz, 65 Jahre





Rund 1.500 Kinder nehmen jedes Jahr am VfL-Kids-day teil.



In der VfL-Fußballschule werden neben fußballerischen Grundlagen auch wichtige Werte wie Teamgeist und Fairness geschult.

Schnuppertraining des Angebots können auch Nichtmitglieder teilnehmen. Für die langfristige Teilnahme ist aber eine Mitgliedschaft im WölfeClub erforderlich.

„Wir schaffen mit dem Walking Football ein Angebot speziell für unsere älteren Mitglieder, die auch aufgrund des demografischen Wandels immer zahlreicher werden“, erläutert Joop die Beweggründe des VfL und ergänzt: „Wir bringen viele hiermit noch mal auf den Platz, obwohl sie das vielleicht nicht mehr für möglich gehalten hätten. Mit Walking Football tun sie etwas für ihre Gesundheit, und das in einer tollen Gemeinschaft. Gleichzeitig schaffen wir über diese Spielform auf europäischer Ebene einen Austausch zu einem Thema, das alle Vereine etwas angeht.“

Wir werden älter, aber die Träume bleiben. Ein Weg, sie zu verwirklichen, ist Walking Football, der Fußball nach dem Fußball. Englische und niederländische Clubs machen es mit ihren Walking-Football-Angeboten seit rund fünf Jahren vor, wie der Ballsport für die Spieler auch mit fortschreitendem Alter attraktiv bleiben kann. Im Juni 2016 startete der VfL Wolfsburg als ligaweit erster deutscher Club ein eigenes Walking-Football-Programm.

NACHWUCHS- UND TRAINERSCHULUNG MIT PROFESSIONELLEN METHODEN

Großer Beliebtheit erfreut sich die im April 2011 gegründete VfL-Fußballschule mit rund 3.000 Teilnehmern pro Saison. Sie ermöglicht Mädchen und Jungen zwischen 6 und 13 Jahren ein Fußballtraining unter professionellen Bedingungen. Hierbei achten die Trainer nicht nur darauf, Freude am Fußball und an Bewegung generell zu wecken: Ziel ist es – wie bei allen Fußballangeboten des VfL – insbesondere auch, Werte wie Teamgeist und Fair Play zu vermitteln.

Dabei ist die VfL-Fußballschule nicht nur regional aktiv: Der VfL bringt hier seine vielfältigen internationalen Kontakte ins Spiel, um jungen Aktiven die Fußballwelt zu öffnen. Ein weiterer Grund für das internationale Engagement ist die zunehmende Zahl der internationalen Fans des VfL, mehr als 75 Prozent der Facebook-Fans kommen aus dem Ausland. In den Jahren 2014 und 2015 konzentrierten sich die internationalen Aktivitäten der VfL-Fußballschule vor allem auf China. 2014 wurden auf einer zehntägigen Tour an drei Standorten insgesamt 500 chinesische Kinder trainiert. Ein Jahr darauf erreichte die VfL-Fußballschule innerhalb von 14 Tagen 600 Kinder an vier Standorten. Darüber hinaus möchte der VfL die Ausbildung junger Fußballer in China nachhaltig fördern. Hierzu kooperiert er mit der Chinese Football Association (CFA) und Volkswagen China im sogenannten Train-the-Trainer-Programm. Dort erhielten bis Ende 2015 rund 160 chinesische Fußballtrainer am Standort Foshan, Guangdong, eine professionelle Fortbildung. Konzipiert und geleitet wurde das Programm durch Fußballlehrer des VfL Wolfsburg. Nach zahlreichen Besuchen in Mexiko trainierten bei zwei Einheiten im April 2015 insgesamt 122 Teilnehmer in Querétaro und Puebla.

FREIWILLIGES PERSÖNLICHES ENGAGEMENT

Ob Trikots waschen, Rasen mähen oder Spiele pfeifen – viele wichtige Aufgaben ruhen beim VfL Wolfsburg wie so oft im Fußball auf den Schultern freiwilliger Helfer. Für die Saisons 2014/2015 und 2015/2016 wurden jeweils 38 beziehungsweise 36 Verträge mit Ehrenamtlichen, sogenannten Volunteers, abgeschlossen. Viele der Ehrenamtlichen sind Fans des Vereins, denen die Begeisterung wichtiger ist als ein Entgelt. Ihre Einbindung sieht der VfL Wolfsburg als bedeutende Aufgabe an.

Der Geschäftsführer Sport des VfL Wolfsburg, Klaus Allofs, unterstreicht die Bedeutung ehrenamtlichen Engagements für den

VfL und die Gesellschaft: „Wer sich nachhaltig für seine Mitmenschen einsetzt, wer freiwillige Arbeit für ein einfaches Danke, einen Handschlag oder ein Kinderlächeln verrichtet, der darf sich unserer Anerkennung immer bewusst sein. Er trägt dazu bei, dass unsere Gesellschaft niemanden zurücklässt, sondern jedem die Chance gibt, doch auf der Gewinnerseite des Lebens zu stehen.“

Auch die älteren Anhänger des VfL übernehmen mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung wichtige Aufgaben rund um den Spielbetrieb. Auf eine Anfrage bei den WölfeClub-Mitgliedern über 55 Jahren hin erklärten sich 13 der älteren Mitglieder bereit, eine ehrenamtliche Aufgabe zu übernehmen. Einer von ihnen ist Hartmut Goetsch.

LIEBE ZUM FUSSBALL UND ZUR GESELLIGKEIT

Mit 67 Jahren startet Hartmut Goetsch als Rentner noch einmal durch. Sein Bedürfnis nach Geselligkeit und seine Begeisterung für den Fußball führen ihn in den WölfeClub des VfL. Aber einfach nur dabei sein, das ist seine Sache nicht. Deshalb übernimmt er eine zentrale Rolle. Er hilft bei Veranstaltungen des WölfeClub 55plus, wirkt an der Übergabe der Weihnachtsgeschenke für die Kinder der Wolfsburger Tafel mit und unterstützt die Hauptamtlichen bei den Vorbereitungen zum VfL-Kids-Day. Bei vielen Heimspielen des VfL Wolfsburg betreut er außerdem den WölfeClub-Stand in der Volkswagen Arena.



Ansprechpartner
vom WölfeClub in der
Volkswagen Arena:
Hartmut Goetsch

Nach dem Grund gefragt, spricht er von seiner Liebe zum Fußball und zur Geselligkeit mit den WölfeClub-Mitgliedern. „Ich bin eben mit Leib und Seele dabei!“ Seine Rolle sieht er insbesondere in der Kommunikation: „Mein Job hier, das ist mehr als Informationen weitergeben. Ich sehe mich vor allem auch als Vermittler zwischen Clubmitgliedern und dem VfL.“ Ganz uneigennützig ist er dann aber doch nicht: „Es freut mich, dass unsere Arbeit immer wieder von den VfL-Verantwortlichen gewürdigt wird.“ Deshalb lohne es sich auch für andere, sich eine ehrenamtliche Tätigkeit beim VfL zu suchen: „Überall gibt es Lücken, wo man sich einbringen kann. Und es gibt immer wieder überraschende Erlebnisse, von denen man am Ende des Tages etwas Positives mit nach Hause nimmt.“

DAS WÖLFECLUB 55PLUS-EHRENAMTSTEAM: DIE FAKTEN

In der Saison 2015/2016 hat das Ehrenamtsteam 13 Mitglieder, ihr Durchschnittsalter ist 67,2 Jahre. Alle drei Monate kommen sie in einer geselligen Runde zusammen, um Ideen und Optimierungsvorschläge auszutauschen und ihre Wünsche zu for-

mulieren. Bei der Gestaltung der Angebote des WölfeClub 55plus werden die Teammitglieder regelmäßig zurate gezogen.

Zu ihren freiwilligen Aufgaben gehören die Betreuung des WölfeClub-

Stands bei Heimspielen sowie Service- und Aufsichtsfunktionen etwa beim Sommergrillen des WölfeClub 55plus. Sie wirken mit an Zuschauerbefragungen, koordinieren die Anmeldung für den VfL-Kids-Day und betreuen die VfL-Module bei Veranstaltungen des



MEILENSTEINE



Zertifizierung der für die Spieltage entwickelten Maßnahmen zur Stadionsicherheit durch die DEKRA und den DFB für die nächsten drei Jahre (26. April 2016)



Schaffung eines Service Centers zur Verbesserung der Dienstleistungen für Fans und Kunden (8. Juli 2016)



Einführung des Angebots Walking Football für die WölfeClub-Mitglieder über 55 Jahre (10. Juni 2016)



Durchführung von zwei China-Touren der VfL-Fußballschule sowie einer professionellen Fortbildung für chinesische Fußballtrainer (Sommer 2014 und 2015)

AUSBLICK

Der VfL möchte gemeinsam mit der KOFAS gGmbH und in Abstimmung mit seinem gesamten Netzwerk ein ganzheitliches Konzept zur Fankommunikation erarbeiten. Teil des Konzepts soll unter anderem ein dialogbasiertes Konfliktmanagement sein.

VfL Wolfsburg. Als Max Grün bei den 30 Fans im Vorsfelder Restaurant Achillion erscheint, geht es dort schon hoch her. Gewohnt sicher greift der Keeper beim Karaoke-Wettbewerb zum Mikrofon und kurbelt so die Stimmung weiter an. Auch an der Spendenaktion für die Krzysztof Nowak-Stiftung beteiligt sich mit 250 Euro.

Vorsitzende Bettina Karic freut sich über die gemeinschaftliche Initiative: „Wir wollen mit unserem kleinen Beitrag Menschen helfen, die an ALS (Amyotropher Lateralsklerose) erkrankt sind. Es kann jeden treffen, wie das Beispiel Krzysztof Nowak zeigt. Toll, dass Max Grün mitgemacht hat. So was motiviert richtig.“

GRI CONTENT INDEX

Der CSR-Bericht 2016 der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH richtet sich nach den weltweit anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Der Bericht erfüllt die Kernanforderungen (Option „Core“) der neuen GRI-Leitlinien G4 und berücksichtigt das Zusatzprotokoll für Event-Organisatoren. Die GRI hat die korrekte Angabe der allgemeinen Standardangaben G4-17 bis G4-27 mit dem GRI Materiality Disclosures Service bestätigt.



ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

STRATEGIE UND ANALYSE		VERWEIS
G4-1	Erklärung der Geschäftsführung	S. 7
STRATEGIE UND ANALYSE		VERWEIS
G4-3	Name der Organisation	VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 9 f.
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Wolfsburg
G4-6	Länder der Geschäftstätigkeit	S. 14 f., 72 f.
G4-7	Eigentümerstruktur und Rechtsform	S. 9 f.
G4-8	Bediente Märkte	S. 14 f., 72 f.
G4-9	Größe der Organisation	S. 9 f., 32 f. – Umsatzerlöse und Gesamtkapitalisierung werden, genau wie weitere finanzielle Kennzahlen, aus Wettbewerbsgründen nicht berichtet.
G4-10	Gesamtheitsgesellschaft	S. 40 f.
G4-11	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	S. 10 f.
G4-12	Lieferkette der Organisation	S. 23 f.
G4-13	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur und der Eigentumsverhältnisse der Organisation oder ihrer Lieferkette im Berichtszeitraum	S. 19 – Es gab keine wesentlichen Veränderungen.
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	S. 19
G4-15	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	S. 20–23, 25 f.
G4-16	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen	S. 25 f.
WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN		VERWEIS
G4-17	Konsolidierungskreis Jahresabschluss	VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
G4-18	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	S. 26 f.
G4-19	Wesentliche Aspekte	S. 27
G4-20	Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation	S. 27 – Eine zusätzliche Spalte im GRI Content Index beschreibt, ob die im jeweiligen Kapitel behandelten Aspekte für interne und/oder externe Stakeholder wesentlich sind.
		S. 27 – Eine zusätzliche Spalte im GRI Content Index beschreibt, ob die im jeweiligen Kapitel behandelten Aspekte für interne und/oder externe Stakeholder wesentlich sind.
G4-21	Wesentliche Aspekte außerhalb der Organisation	Im Folgenden finden Sie zudem eine Übersicht der wesentlichen Kategorien und der von ihren Auswirkungen außerhalb des VfL betroffenen Stakeholder: Aspekte der Kategorie „Wirtschaftlich“: Lieferanten, Bevölkerung der Region, Regierungen Aspekte der Kategorie „Ökologie“: Lieferanten, Bevölkerung der Region, Fans und Zuschauer Aspekte der Kategorie „Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung“: Lieferanten Aspekte der Kategorie „Menschenrechte“: Lieferanten Aspekte der Kategorie „Gesellschaft“: Bevölkerung der Region, Fans und Zuschauer Aspekte der Kategorie „Produktverantwortung“: Fans und Zuschauer, Lieferanten
G4-22	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Es gab keine wesentlichen Veränderungen.
G4-23	Änderungen des Umfangs und der Berichtsgrenzen	S. 27
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN		VERWEIS
G4-24	Einbezogene Stakeholder-Gruppen	S. 25 f.
G4-25	Bestimmung der Stakeholder-Gruppen	S. 24 f.
G4-26	Ansätze für Einbezug von Stakeholdern	S. 24, 25 f.
G4-27	Themen und Anliegen der Stakeholder und Reaktion der Organisation	S. 24 f., 26 f., 69
BERICHTSPROFIL		VERWEIS
G4-28	Berichtszeitraum	S. 4
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	S. 4
G4-30	Berichtszyklus	S. 4
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	S. 79
G4-32	Gewählte „In Übereinstimmung“-Option, GRI Content Index, Referenz zum externen Prüfungsbericht	S. 4, 76
G4-33	Externe Verifizierung/Bestätigung des Berichts	Eine Bestätigung des Berichts durch externe Dritte ist nicht erfolgt.
UNTERNEHMENSFÜHRUNG		VERWEIS
G4-34	Führungsstruktur der Organisation	S. 17
ETHIK UND INTEGRITÄT		VERWEIS
G4-56	Interne Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	S. 16, 19–21

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

WIRTSCHAFTLICH		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 14 f., 28, 56, 59 f.	
G4-EC7	Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen	S. 14 f., 56 f.	
Aspekt: Beschaffung			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 23 f.	
G4-EC9	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	Eine Bevorzugung lokaler Lieferanten ist nicht Teil der Richtlinie für die Beschaffung von Produkten. Daher wird deren Anteil nicht beziffert. Der VfL arbeitet aber mit einer großen Zahl lokaler Lieferanten zusammen.	
G4-E09	Art und Nachhaltigkeitsperformance von Beschaffungsinitiativen	S. 23 f.	
ÖKOLOGIE		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Energie			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 42, 44 f.	
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 44	
Aspekt: Wasser			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 44-46	
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme nach Quelle	S. 46	
Aspekt: Emissionen			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 44 f., 48 f.	
G4-EN15	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	S. 49	
Aspekt: Abwasser und Abfall			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 44 f., 48	
G4-EN 23	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	S. 48	
Aspekt: Compliance (Umwelt)			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 20-24	
G4-EN29	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	S. 21	
Aspekt: Transport			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 44-46	
G4-EN30	Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitgliedern der Belegschaft	S. 49-53	
G4-E02	Transportmittel, die von Zuschauern genutzt werden, als prozentualer Anteil des Gesamttransports sowie Initiativen zur Förderung der Nutzung nachhaltiger Transportmittel	S. 51-53	
Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 23 f.	
G4-EN32	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden	S. 23 f. – Da Lieferanten vor der Zusammenarbeit mit dem VfL den Nachhaltigkeitsanforderungen zustimmen, werden sie nur im konkreten Verdachtsfall zusätzlich überprüft.	
ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Beschäftigung			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 32 f., 40 f.	
G4-LA1	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	S. 40 f., 74 f.	
Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 32 f., 40 f.	
G4-LA4	Mindestmitteilungsfristen von betrieblichen Veränderungen, einschließlich der Angabe, ob diese in Kollektivvereinbarungen dargelegt sind	Stehen wesentliche Veränderungen im Unternehmen an, werden die Arbeitnehmervertretungen frühzeitig in den Prozess einbezogen. Dafür gibt es bislang keine vertraglich festgelegten Mindestmitteilungsfristen.	
Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 32 f., 37 f.	
G4-LA6	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Summe arbeitsbedingter Todesfälle nach Region und Geschlecht	S. 37 f.	

ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Aus- und Weiterbildung			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 32–37	
G4-LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsausstieg unterstützen	S. 33–35	
Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 23 f.	
G4-LA14	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden	S. 23 f. – Da Lieferanten vor der Zusammenarbeit mit dem VfL den Nachhaltigkeitsanforderungen zustimmen, werden sie nur im konkreten Verdachtsfall zusätzlich überprüft.	
MENSCHENRECHTE		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Gleichbehandlung			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 35, 56–59	
G4-HR3	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmenüberprüft wurden	Es gab keine Diskriminierungsvorfälle.	
Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechte			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 23 f.	
G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	S. 23 f. – Da Lieferanten vor der Zusammenarbeit mit dem VfL den Nachhaltigkeitsanforderungen zustimmen, werden sie nur im konkreten Verdachtsfall zusätzlich überprüft.	
GESELLSCHAFT		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Korruptionsbekämpfung			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 20 f.	
G4-SO4	Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	S. 20–24	
Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 20–24	
G4-SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	S. 21	
Aspekt: Compliance (Gesellschaft)			Innerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 20–24	
G4-SO8	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	S. 21	
Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 23 f.	
G4-SO9	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden	S. 23 f. – Da Lieferanten vor der Zusammenarbeit mit dem VfL den Nachhaltigkeitsanforderungen zustimmen, werden sie nur im konkreten Verdachtsfall zusätzlich überprüft.	
Aspekt: Inklusion (sektorspezifisch)			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 56–59	
G4-E06	Art und Einfluss der Initiativen für ein leicht zugängliches/barrierefreies Umfeld	S. 56 f.	
PRODUKTVERANTWORTUNG		VERWEIS	ABGRENZUNG
Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 66–71	
G4-PR1	Auswirkungen der Produkte auf menschliche Gesundheit und Sicherheit	S. 67–69	
G4-E07	Anzahl und Art der Verletzungen, Todesfälle und erwähnenswerter Vorkommnisse von Zuschauern und anderer Stakeholder	S. 67–69	
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 19, 66–70	
G4-PR5	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	S. 19, 56–58, 66–70	
Aspekt: Compliance (Produktverantwortung)			Innerhalb und außerhalb der Organisation
Managementansatz		S. 20–24	
G4-PR9	Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	S. 21 – Im Berichtszeitraum gab es keine Bußgelder.	

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:
www.vfl-wolfsburg.de/soziales

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

Beratung / Inhaltliches Konzept / Redaktion:

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg
www.stakeholder-reporting.com

Layoutkonzept / Gestaltung / Umsetzung:

Karma Kommunikationsdesign, Wolfsburg
www.karma-web.de

Druck:

Friedr. Schmücker GmbH
www.druckerei-schmuecker.de

Bildnachweise:

VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
Nina Stiller (8,9,10,12,13,30,31,35,45,47,54,55,57,64,65,68)
Stadt Wolfsburg (6)
regios24 (7,10,11,16,19,21,22,23,34,35,37,38,41,46,47)
Marvin Seibert (42,43)
Boris Schmelter (9)
ECA - European Club Association (27)
Imago Sportfotodienst (69)
Volkswagen AG (15,62)
Hallbauer, Fioretti GbR (73)
Erlebniskontor (61)

