



# ZUKUNFT ALS **GEMEINSCHAFT GESTALTEN**

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2021/22

04

GRÜßWORTE

08

ÜBER DIESEN  
BERICHT

VfL IN  
FÜHRUNG

10

GUTE UND NACHHALTIGE  
UNTERNEHMENSFÜHRUNG  
(DNK 01 – 10)

Der VfL Bochum 1848 14

Nachhaltige  
Unternehmensstra-  
tegie und – kultur 16

Tiefe der Wert-  
schöpfungskette 36

Governance 38

Anreizsysteme 44

Beteiligung von  
Anspruchsgruppen 45

Innovations- und  
Produktmanagement 55

Inanspruchnahme von  
natürlichen Ressourcen 64

Ressourcen-  
management 74

Klimarelevante  
Emissionen 80

58

BLÜH AUF!  
BLUME IM  
REVIER

ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT  
(DNK 11 – 13)



# 84

**AUßEN  
BLAU  
INNEN  
BUNT**

EINSTEHEN  
FÜR VIELFALT  
(DNK 14 – 17)

<b>Arbeitnehmerrechte</b>	<b>90</b>
<b>Chancengerechtigkeit</b>	<b>92</b>
<b>Qualifizierung</b>	<b>96</b>
<b>Menschenrechte</b>	<b>98</b>



**ALLES  
GEBEN  
STATT  
ALLES  
NEHMEN**

# 100

SOZIALE  
VERANTWORTUNG  
(DNK 18 – 20)

<b>Gemeinwesen</b>	<b>106</b>
<b>Politische Einflussnahme</b>	<b>118</b>
<b>Gesetzes- und Richtlinienkonformes Verhalten</b>	<b>120</b>







STADIONGÄSSCHEN  
BOCHUM

# GRÜßWORTE

**Hinter einem professionellen Fußballverein steckt insbesondere heutzutage sehr viel mehr als nur die 90 Minuten auf dem Platz. Unsere Gesellschaft verändert sich stetig, Umwelteinflüsse spielen eine immer größere Rolle. Grund genug, sich zukunftsfähig – sprich: nachhaltig – aufzustellen.**

**In diesem Moment beginnen Sie damit, den ersten Nachhaltigkeitsbericht des VfL Bochum 1848 zu lesen. Wir freuen uns über Ihr Interesse an unseren Nachhaltigkeitsthemen und darüber, Ihnen unsere Entwicklung der vergangenen Jahre sowie unsere Vision vorstellen zu können. Der Betrachtungszeitraum des ersten Berichts ist die Bundesliga-Saison 2021/22.**

Wir wollen die Zukunft als Gemeinschaft leidenschaftlich gestalten. Auf Grundlage der blau-weißen Werte. **Bodenständig. Nahbar. Authentisch. Und anders.**

Deswegen wollen wir diesen Bericht auch „anders“ beginnen und auf die klassischen Grußworte verzichten.

Vielmehr möchten wir Sie durch Interviews mit auf die Reise unserer Entwicklungen nehmen. Nach einem Interview mit Ilja Kaenzig, Sprecher der Geschäftsführung, stellt sich die Abteilung Nachhaltigkeit/ CSR vor.

## INTERVIEW MIT ILJA KAENZIG

**Zunächst die grundlegende Frage: Warum ist Nachhaltigkeit überhaupt so ein wichtiges Thema?**

Selten haben wir als Gesellschaft vor so vielen Herausforderungen gestanden wie heute. Krisen wie die Corona-Pandemie, der Angriffskrieg auf die Ukraine und die ersten spürbaren Auswirkungen des Klimawandels verändern unseren Alltag. Die sozialen Herausforderungen wachsen auf Grund der Konsequenzen wie Preiserhöhungen oder knappe Ressourcen stetig.

**Was bedeutet das für den Fußball?**

All dies hat auch Auswirkungen auf den Profifußball, der sich in den letzten Jahren in der Gesamtheit immer stärker von den Menschen, von seinen Fans entfernt hat. Ein „Weiter so“ funktioniert nicht und insbesondere die Ansprüche der jungen Generationen verdeutlichen, dass das Geschäftsmodell von morgen ein anderes sein muss als das heutige.

**Ist das eher ein Risiko oder eine Chance?**

So negativ diese Entwicklungen sind, so groß sind die Chancen, die sie bieten. Selten war die Gelegenheit so gut, das eigene Geschäftsmodell auf eine neue Ebene zu heben und es ernsthaft



**ILJA KAENZIG, SPRECHER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG**

nachhaltig weiterzuentwickeln. Dies erfordert ein neues Verständnis von Nachhaltigkeit – und möglicherweise sogar eine Entfernung von dem Begriff „Nachhaltigkeit“ – bei gleichzeitiger Verstärkung der dazugehörigen Themen. Einzelne Maßnahmen, um seiner Pflicht Genüge zu tun, reichen nicht mehr aus. Es geht um ernsthaften Wandel und darum, alle mit auf diesen Weg zu nehmen. Der Fußball verfügt über eine besondere Strahlkraft und Sogwirkung. Er hat die Möglichkeit, Menschen mit seinen Themen anders zu erreichen. Und er hat die Möglichkeit, als Plattform für relevante Themen zu dienen. Hier sehen wir vor allem an unserem Standort und mit unseren Werten eine besonders große Chance.

6

**Der VfL Bochum 1848 hat in der Vergangenheit zunächst eine CSR-Strategie und dann eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Aber damit ist der Entwicklungsprozess noch immer nicht abgeschlossen. Die übergeordnete Vision lautet: „Von der Nachhaltigkeitsstrategie zur nachhaltigen Gesamtstrategie“. Was hat es damit auf sich?**

All diesen zuvor beschriebenen Entwicklungen, Herausforderungen und Chancen kann man nicht nur mit einer guten Nachhaltigkeitsstrategie begegnen. Dafür bedarf es einer ganzheitlichen Verankerung von Nachhaltigkeit und neuen Wegen. Aus diesem Grund haben wir die Vision einer „Nachhaltigen Gesamtstrategie“ ausgerufen. Ein ambitioniertes Ziel, mit dem der Klub seinen Anspruch untermauert, nicht nur sportlich erstklassig zu sein.

**Die Strategie von morgen lässt sich nur mit den Entscheiderinnen und Entscheidern von morgen entwickeln. Und genau diese wollen wir einbeziehen – nicht nur einmalig, sondern fortlaufend.**

– ILJA KAENZIG  
SPRECHER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

#### **Was darf man sich darunter vorstellen?**

Ein wichtiger Baustein ist selbstverständlich die Nachhaltigkeitsstrategie selbst. In ihr werden wichtige ökologische, soziale und ökonomische Themen vorangetrieben.

Ein weiterer ist die Einführung des „Beirat Zukunft“. Ein neues Gremium, das aus jungen Menschen zwischen 14 und 25 Jahren – der sogenannten Generation Z – besteht. Denn die Strategie von morgen lässt sich nur mit den Entscheiderinnen und Entscheidern von morgen entwickeln. Und genau diese wollen wir einbeziehen – nicht nur einmalig, sondern fortlaufend.

Um Transparenz und Kommunikation zu stärken, ist eine dritte Säule das Zielbild des Reportings 2.0. Wir wollen zukünftig tagesaktuell und bedarfsgerecht über unsere Themen und Kennzahlen Auskunft geben können. Das ist ein wichtiger Meilenstein in der Berichterstattung. Die letzte Säule ist die Förderung von Wissenstransfer und Innovation. Zum einen möchten wir weiterhin im Sinne der Glaubwürdigkeit besonders fundiert an den Themen arbeiten, zum anderen aber auch Wissen teilen. Und nicht nur das: Wir wollen auch einen Raum für Innovation schaffen. Denn zukünftig wird es immer wichtiger, vom Konsumenten zum Produzenten zu werden. Dafür bedarf es kreativer Ideen, die wir in einem Projekt unter dem Arbeitstitel „Akademie der Zukunft“ mit der Hochschule Bochum entwickeln.

## **INTERVIEW MIT DER ABTEILUNG NACHHALTIGKEIT/CSR**

**In dem ersten Nachhaltigkeitsbericht werden die bisherigen Entwicklungen abgebildet und ein Ausblick geboten. Bei der Konzeptionierung und Umsetzung waren viele Personen aus verschiedenen Abteilungen und Bereichen involviert. Die Entwicklung und Verantwortung des Nachhaltigkeitsberichts liegt in der Abteilung Nachhaltigkeit/CSR, die nachfolgend einige Einblicke zu den Hintergründen des Berichts gibt.**

**Der VfL Bochum 1848 ist noch nicht dazu verpflichtet, einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen. Was waren die Beweggründe, diesen Bericht zu erstellen?**

Wir gehen das Thema mit einer „VfL-Haltung“ an, die sich aus den Kernwerten Tradition, Innovation, Partizipation und Motivation zusammensetzt. Dies lässt sich auch hervorragend auf die Entwicklung des ersten Nachhaltigkeitsberichts zurückführen.

Als wir den Prozess im Frühjahr 2022 begonnen haben, gab es hierzu noch keinerlei Verpflichtung. Es war unsere intrinsische Motivation, die uns angetrieben hat, einen Nachhaltigkeitsbericht gemäß dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) zu veröffentlichen. Durch den Bericht wollen wir einen ehrlichen Einblick in unsere Geschäftstätigkeiten und deren Auswirkungen bieten. Die Nachfrage nach Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen nimmt auch stetig zu, was sehr für die Relevanz des Themas spricht.

Wir verstehen „Nachhaltigkeit“ als Gemeinschaftsaufgabe und dementsprechend war es für uns von vornherein klar, dass wir die Inhalte gemeinsam – also partizipativ – entwickeln. Dadurch haben wir alle auch noch einmal neue Erkenntnisse zu unseren jeweiligen Themenbereichen gewinnen können. Dass der Nachhaltigkeitsbericht auf unseren traditionellen Werten beruht, ist selbstverständlich. Es zählt aber auch zu unserer Tradition, dass wir die Themen lieber kontinuierlich und ruhig statt aktionistisch angehen. Deswegen haben wir uns für das gesamte Projekt auch eineinhalb Jahre Zeit genommen.

Dabei haben wir den Bericht nicht extern schreiben lassen, sondern ihn im Rahmen eines Projekts mit der Hochschule Bochum entwickelt. Felicitas Breuing, die inzwischen in der Abteilung Nachhaltigkeit/CSR arbeitet, hat die gesamte Struktur im Rahmen



ihrer Masterarbeit entwickelt – inklusive Zeitplan und DNK-Verankerung sowie Handlungsempfehlungen. Anhand dieser Arbeit lässt sich erkennen, wie viele Überlegungen und Abwägungen hinter der Wahl des Berichtsstandards stecken.

### **Was sind die Kernaussagen? Was wollt ihr den Leserinnen und Lesern mitgeben?**

Der Bericht soll einen ersten Status Quo darlegen. Uns ist bewusst, dass wir noch viel Arbeit vor uns haben und zeigen deshalb auf, wo und wie wir ansetzen, um unserer Vision der nachhaltigen Gesamtstrategie näherzukommen. Gleichzeitig sind wir aber auch stolz darauf, in den letzten Jahren schon so viel erreicht zu haben. Auch über diese Erfolge soll berichtet werden. Dadurch soll der Nachhaltigkeitsbericht einen ehrlichen Überblick über unsere bisherigen und zukünftigen Entwicklungen bieten. Wir wollen unsere Leserinnen und Leser also vor allem mit „auf unsere Reise nehmen“ und sie für die Vielzahl an Themen begeistern.

### **Nachhaltigkeitsberichte sind in der Wirtschaft schon weit verbreitet. Welche Besonderheiten haben die Nachhaltigkeitsberichte im Profifußball?**

Nur wenige Fußballklubs veröffentlichen schon seit Jahren Nachhaltigkeitsberichte und legen ihre Nachhaltigkeitsleistung offen. Doch unsere Branche hat erhebliche Auswirkungen auf Umwelt und Mensch – sowohl positiv als auch negativ. Diese gilt es herauszuarbeiten und darzustellen. Das ist die Grundlage, um den Profifußball als gesamte Branche nachhaltig zu transformieren. Eine besondere Herausforderung sind sicherlich

die Spieltage, welche durch Fanmobilität, Catering, Energieverbrauch und Abfall hohe Ressourcenverbräuche mit sich bringen. Der Profifußball hat aber auch die Chance, durch seine Reichweite die Gesellschaft zu beeinflussen. Dies ist eine besondere Verantwortung für die Klubs.

### **Was waren die Herausforderungen bei der Berichterstellung?**

Da dies der erste Nachhaltigkeitsbericht des VfL ist, wurden viele Daten zum ersten Mal erhoben. Die Beschaffung der Daten und Definition der Abläufe erfordert eine enge Zusammenarbeit mit den einzelnen Abteilungen, vom Einkauf über das Facility Management bis hin zur Personalabteilung und Buchhaltung. Es macht Sinn, sich bei diesem Prozess Zeit zu nehmen und ihn gründlich und umfassend durchzuführen, weil er die Grundlagen für eine gute Berichterstattung legt. Das bedeutete auf der einen Seite eine besondere Herausforderung, auf der anderen aber auch eine steile Lernkurve, von der wir für unsere kommenden Berichte profitieren werden.

## **ABTEILUNG NACHHALTIKGEIT/CSR**

v. l. n. r.: **Hannes Harthan** – Soziales Engagement und ökologische Nachhaltigkeit, **Matthias Mühlen** – Leiter Stabstelle Nachhaltigkeit und CSR, **Felicitas Breuing** – Nachhaltigkeitsberichterstattung und -controlling, **Florian David** – Projektverantwortlicher Ökobilanzierung, **Dominik Meier** – Nachhaltigkeitskommunikation/ CSR





## ÜBER DIESEN BERICHT

Wir haben nicht die Möglichkeit, unsere Lebensgrundlage, und damit die Grenzen des Planeten, zu verhandeln. Diese sind durch unsere Ökosysteme fest vorgegeben. Nur wenn wir uns innerhalb dieser ökologischen Grenzen bewegen und soziale Gerechtigkeit und Absicherung sicherstellen, haben wir die Möglichkeit, nachfolgenden Generationen eine Grundlage zu schaffen, in der sie auch zukünftig ihre Bedürfnisse und Bestrebungen erfüllen können.

Diese global geltenden Regeln der ökologischen Grenzen und sozialen Herausforderungen betreffen den Fußball – und damit den VfL Bochum 1848 – unmittelbar. Denn der Klimawandel hat Auswirkungen auf unser Kerngeschäft. Durch Wetterphänomene wie Starkregen, Dürre oder extreme Winde sind Trainingszeiten und Spiele gefährdet. Auch die sozialen Entwicklungsspiegeln sich im Fußball wider. Politische Debatten verlagern sich zunehmend in die Stadien und die Erwartungshaltung an den Fußball steigt. Diesen Herausforderungen sind wir uns bewusst, begreifen das Thema „Nachhaltigkeit“ dadurch aber sogar noch mehr als Chan-

ce, um einen eigenen VfL-Weg zu gehen und das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Wir wollen die oft zitierte Strahlkraft des Fußballs nutzen, um diese wichtigen sozialen, ökologischen und ökonomischen Themen zu verbreiten. Dabei wollen wir mit unseren Fokusthemen und Maßnahmen vorangehen und unser Umfeld mit unserer Begeisterung für die Themen anstecken.

Der erste Nachhaltigkeitsbericht des Klubs dient als zentrales Instrument zur Kommunikation der nachhaltigen Entwicklung des VfL. Er richtet sich an die verschiedenen Anspruchsgruppen (vgl. Kriterium 9) und bildet die Informationsgrundlagender Nachhaltigkeitsleistung des VfL Bochum 1848. Das Ziel dieses Berichts ist es, zunächst einen Status Quo in den Nachhaltigkeitsdimensionen (Soziales, Ökologie und Ökonomie) darzustellen. Hieraus werden Ziele und Handlungsmaßnahmen abgeleitet.

Um unsere Nachhaltigkeitsleistung aber wirklich einsortieren zu können, müssen wir soziale Zielzustände, die wir anstreben, und ökologische Grenzwerte, die wir nicht überschreiten, definieren.



## BERICHTSSTANDARD UND -ZEITRAUM

Im Rahmen der Kooperation mit der Hochschule Bochum, die über ein fundiertes und breites Studien-, Lehr- und Forschungsangebot im Bereich Nachhaltigkeit verfügt, wurde eine Masterarbeit zur Konzeptionierung dieses Nachhaltigkeitsberichts verfasst. Auf Grundlage dieser Konzeptionierung wird der Bericht nach den Richtlinien des **Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)** erstellt. Der Berichtszeitraum ist die Saison 2021/22, in der der Verein der Bundesliga zugehörig war.

## INHALTE UND DATENVERFÜGBARKEIT

Entscheidend für die Auswahl des Inhalts sind die Ergebnisse der ersten Wesentlichkeitsanalyse des Klubs, welche ebenfalls in Kooperation mit der Hochschule Bochum im Jahr 2022 ermittelt worden sind. Hochschule Bochum im Jahr 2022 ermittelt worden sind. Die einzelnen Kapitel stellen die strategische Ausrichtung der wichtigsten Aktivitäten des VfL dar. Wir verstehen das Thema Nachhaltigkeit als Entwicklungsthema und sind uns der eigenen Herausforderungen und des

Handlungsbedarfs in einzelnen Themenfeldern bewusst. Dazu gehört auch, dass in einigen Punkten zunächst die Datengrundlage erarbeitet werden muss, um belastbare Aussagen zu treffen.

Der erste Nachhaltigkeitsbericht des Vereins ist ein klarer Anstoßpunkt, die nachhaltigen Bestrebungen des VfL weiterzuentwickeln und zu optimieren bei zeitgleicher Identifikation und Beseitigung von Schwachstellen. Es ist uns bewusst, dass zwischen der Geschäftstätigkeit und den Bestrebungen der nachhaltigen Entwicklung Zielkonflikte bestehen. Diese werden konsequent identifiziert und bestmöglich im Sinne der nachhaltigen Entwicklung entschärft. Dass dies noch nicht in jedem Fall umsetzbar ist, ist den handelnden Personen bewusst. Es wird aber im Sinne eines eigenen „VfL-Wegs“ und mit Beteiligung der „VfL-Familie“ als Gemeinschaft engagiert an diesen Themen gearbeitet.

Der VfL Bochum 1848 begreift das Thema Nachhaltigkeit nicht als Pflichterfüllung, sondern als große Chance zur Weiterentwicklung seines Geschäftsmodells. In diesem Sinne werden die Themen auch vorangetrieben.

---

**Weiterführende Informationen und Neuigkeiten zur nachhaltigen Entwicklung** des VfL Bochum 1848 sind auf der Website unter der Adresse [www.vfl-bochum.de/de/verein/csr-nachhaltigkeit](http://www.vfl-bochum.de/de/verein/csr-nachhaltigkeit) zu finden.

## DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX

Der **Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK)** ist ein Standard, den Unternehmen nutzen können, um über ihre Nachhaltigkeitsleistungen und deren Managementansatz zu berichten. Er besteht aus insgesamt 20 Kriterien, die einen Rahmen für die Berichterstattung bieten. Er wurde vom Rat für Nachhaltige Entwicklung erstellt und es berichten mittlerweile mehr als 1.000 Unternehmen nach den Anforderungen des DNK.

# 01

GUTE UND NACHHALTIGE  
UNTERNEHMENSFÜHRUNG  
(DNK 01 – 10)

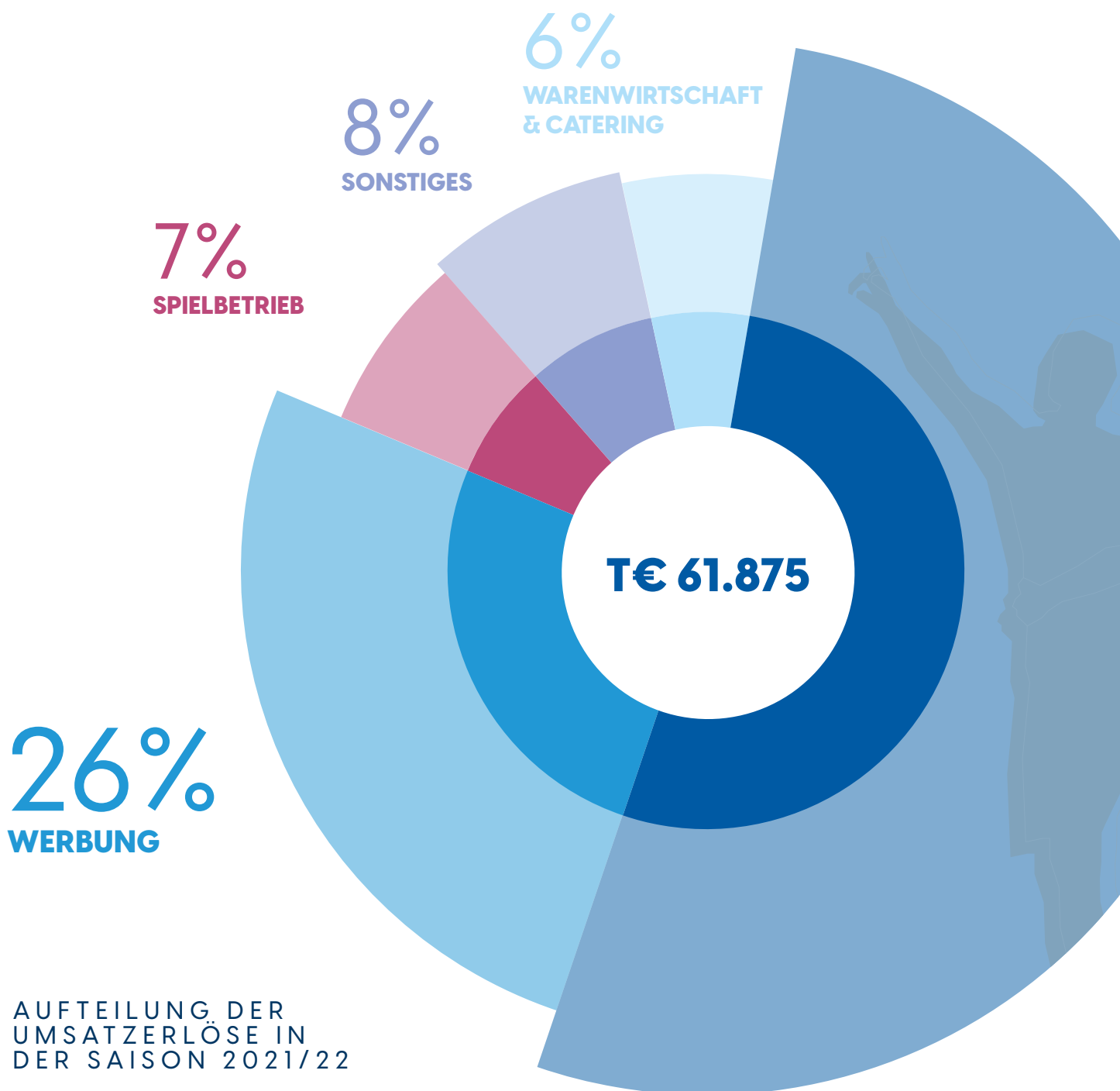




# VfL IN FÜHRUNG



# GUTE UND NACHHALTIGE UNTERNEHMENS- FÜHRUNG



## UNSER KERNGESCHÄFT

Unser wesentliches Produkt ist der Spielbetrieb und alles, was damit zusammenhängt. Im Fokus der Betrachtung steht in diesem Zusammenhang meistens der Spieltag, auch wenn er eigentlich vor allem der Höhepunkt ist.

Unsere Umsatzerlöse stiegen in der Saison 2021/22 von T€ 27.130 auf T€ 61.875 und beinhalten als wesentliche Posten Erträge aus Spielbetrieb, Werbung, TV-Vermarktung, Warenwirtschaft und Catering. Die Einschränkung der Spiele ohne Zuschauer aufgrund der Corona-Pandemie hatten Auswirkungen auf mehrere Kernbereiche. Insbesondere bei den zuschauerabhängigen Erlösen aus Spielbetrieb, Werbung und Catering gab es Einbußen zu verzeichnen. Der trotzdem mehr als doppelt so hohe Umsatz resultiert im Wesentlichen aus den TV-Geldern und Werbeinnahmen aus der Bundesliga.

**Unsere Vision ist es, durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie die Grundlagen für eine nachhaltige Gesamtstrategie zu schaffen. Dazu müssen wir an den Kern unseres Geschäftsmodells heran und diese Prozesse nachhaltiger gestalten.**

– MATTHIAS MÜHLEN,  
LEITER NACHHALTIGKEIT/ CSR

### **Worauf haben wir Einfluss? – Hier setzen wir an!**

Als einzelner Klub haben wir nur in begrenztem Umfang die Möglichkeit, das System Bundesliga nachhaltiger zu gestalten. Allerdings können wir bei uns am Standort anfangen, Prozesse nachhaltiger zu gestalten. In einigen Bereichen können wir Vorreiter sein, in anderen müssen wir stark aufholen und erstmal unsere Hausaufgaben machen. Generell gilt: Anpacken, hart arbeiten, fair bleiben. Wie wir dies tun, soll dieser Bericht darlegen.

**52%**  
**TV-VERMARKTUNG**



UNIVERSITÄT RUHRSTADT



# DER VfL BOCHUM 1848

## ÜBER DEN VfL BOCHUM

**Der VfL Bochum 1848 ist ein Fußballklub beheimatet im Herzen des Ruhrgebiets. Die Ursprünge des Vereins gehen dabei bis in das Jahr 1848 zurück.**

Seit über 100 Jahren ist der VfL mitten in Bochum an der Castroper Straße zuhause. Seine Geschichte ist ein Spiegel der Geschichte des Ruhrgebiets: oft unterschätzt, von Großen bedrängt und geprägt durch Widrigkeiten, Rückschläge und Niederlagen – aber immer noch da! Dabei erlebte der Verein sowohl große Siege wie das Vordringen bis in das Achtelfinale des UEFA-Cups 1997, als auch einige Niederlagen, wie den schmerzhaften Abstieg in die 2. Bundesliga 2010. Aktuell spielt der VfL nach dem fulminanten Aufstieg 2021 wieder in der höchsten deutschen Spielklasse – der Bundesliga!

**Castroper Straße 145, das ist da, wo die Straßenbahn fast bis zum Strafraum fährt und wo der Grönemeyer singt. Das Bochumer Stadion, die vielleicht letzte Kultstätte der Bundesliga. (...) Der VfL von 1848 ist wieder da. Titellos, vermeintlich unsexy, aber was für ein geiler Klub.**

– KLAUS VELTMANN  
SKY-KOMMENTATOR

Tief im Westen bildet der VfL eine echte Gemeinschaft: Kurve, Mitglieder, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Spielerinnen und Spieler sowie Partnerinnen und Partner halten zusammen und wahren die Identität und Tradition des Vereins. Durch leidenschaftlichen, ehrlichen und erlebnisreichen Fußball vermittelt der VfL Bochum 1848 Freude, Faszination und Begeisterung. Um die Identität des Vereins zu erhalten und das gesamte Handeln auf ein identisches Ziel auszurichten, hat der Verein bereits 2007 ein ganzheitliches Leitbild entwickelt.

Der VfL steht schon lange für mehr als die 90 Minuten auf dem Platz. Für eine professionelle Entwicklung des Vereins bedarf es entsprechende Strukturen. Der VfL Bochum 1848 wird geführt von Ilja Kaenzig als Sprecher der Geschäftsführung und Patrick Fabian als Geschäftsführer Sport. Der Geschäftsführung untersteht die Geschäftsleitung, die sich aus den Direktionen für Finanzen, Marketing & Vertrieb und Organisation ergibt. Außerdem gibt es mehrere Stabstellen, welche direkt an die Geschäftsführung berichten. An dieser Stelle befindet sich bspw. auch die Abteilung Nachhaltigkeit/CSR. Die sportlichen Abteilungen werden vom Geschäftsführer Sport geleitet.

Im Oktober 2017 haben sich die Mitglieder der VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V. auf der Jahreshauptversammlung mit großer Mehrheit für die Ausgliederung des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs entschieden. Neben dem VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V., der weiterhin Bestand hat, existiert seither die VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA. Gegenstand dieses Berichts ist die GmbH & Co. KGaA, da ihr die Verantwortung für die Hauptgeschäftstätigkeit unterliegt. Aus dem Grund, dass einige Projekte und Abteilungen Teil des VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V. sind, wir durch sie aber eine große soziale Wirkung erzielen, sind auch sie Teil dieses Berichts. Dort sind die Nachwuchsmannschaften aus dem TALENTWERK von der U9 bis zur U16 angesiedelt, die in der jeweils höchsten Spielklasse ihrer Jahrgänge agieren. Auch im Frauenfußball nimmt der VfL eine aktive Rolle ein. Neben der ersten Mannschaft, die in der Regionalliga beheimatet ist, gibt es noch eine weitere Frauenmannschaft und drei Jugendteams. Auch im eSports ist der Verein mit einer eigenen FIFA eSports-Abteilung aktiv und konnte schon einige globale Erfolge feiern.

# NACHHALTIGE UNTERNEHMENS- STRATEGIE UND -KULTUR

## EINLEITUNG

Eine bodenständige und vorausschauende Unternehmensführung ist der Grundstein für die nachhaltige Entwicklung des Klubs. Deshalb streben wir ein gesundes und angemessenes wirtschaftliches Wachstum an. Dazu zählt nicht nur die finanzielle Perspektive, sondern dies betrifft auch andere Bereiche wie bspw. eine kontinuierliche, aber solide Weiterentwicklung junger Spieler BOCHUMER PRÄGUNG, die im Idealfall den Sprung in den Profikader schaffen. Doch nicht nur die aktuellen Nachwuchs- und Lizenzspieler gehören zur VfL-Familie, sondern auch die Ehemaligen. Die Zielsetzung im sportlichen Bereich ist mit dem Ziel „Top 25 in Deutschland“ realistisch und erreichbar formuliert. Wir setzen neben jungen Spielern oft auf Profis, die beim VfL einen Neustart wagen und zu alter Stärke finden wollen. Durch diese Vereinsphilosophie wird das finanzielle Risiko in einem angemessenen Rahmen gehalten.

Außerdem gehen wir langfristige und starke Partnerschaften ein, die Wirkung erzielen und die regionale Wirtschaft fördern. So hat Hauptsponsor VONOVIA seinen Sitz in Bochum, der Gesundheitspartner VIACTIV ebenfalls. Dies sind aber nur zwei Beispiele. Auch die im Stadion beliebtesten Lebensmittel – Bier und Bratwurst – stammen mit der Familienbrauerei Moritz Fiege und der Fleischerei Dönninghaus von langjährigen regionalen Partnern.

Um unsere Bestrebungen für gute und nachhaltige Unternehmensführung zu untermauern, hat der VfL im Jahr 2022 eine Entsprechenserklärung zum Sports Governance-Kodex abgegeben. Damit erklärt der Klub, dass er den Kodex anerkennt und dessen Anwendung innerhalb seiner Sportorganisation sicherstellt. Gleichzeitig signalisiert er die Bereitschaft, noch bestehende Defizite zu beheben. Der VfL Bochum 1848 ist der erste Fußball-Bundesligist und die erste Sportorganisation überhaupt in Deutschland, die eine Entsprechenserklärung zum Kodex abgegeben hat. Bereits heute erfüllt der Klub alle neun Kodex-Prinzipien.

Der **Sports Governance-Kodex** ist ein freiwilliges, selbstverpflichtendes Regelwerk für die gute und nachhaltige Führung von Sportorganisationen. Der Kodex wurde durch den Verein Sports Governance e.V. gemeinsam mit einer Gründungskommission aus 28 Fachleuten entwickelt und im Juni 2021 veröffentlicht. Er definiert einen Standard für gute Governance, an dem sich Verbände, Ligen

und Klubs aller Sportarten und jeder Größe vom Spitzen- über den Leistungs- bis hin zum Breiten-sport orientieren können. Durch seine Gliederung in Prinzipien, Empfehlungen und Anregungen hilft der Kodex, wichtige Governance-Aspekte zu identifizieren und eine passgenaue Lösung für die jeweilige Sportorganisation zu finden. Konkret regelt der Sports Governance-Kodex u.a. das Zusammenspiel zwischen Leitungsorgan und Aufsichtsgremium sowie den Umgang mit Interessenkonflikten, welche die so genannten „Checks and Balances“ gefährden können. Ferner werden Regeln aufgestellt für Finanzen, Risikomanagement und Compliance, für einen Ethik- und Verhaltenskodex innerhalb der Organisation, für die Kommunikation mit den verschiedenen Anspruchsgruppen und deren Beteiligung, für die Berichterstattung gegenüber der Mitglieder- bzw. Gesellschafterversammlung sowie für nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln der Sportorganisation.





Der VfL Bochum 1848 hat darüber hinaus bereits viele Maßnahmen, Prozesse und Projekte zum gesetz- und richtlinienkonformen Verhalten eingeführt bzw. umgesetzt, die in Kriterium 20 näher erläutert werden. Insbesondere im Bereich Kinderschutz ist der Klub seit 2019 Vorreiter im deutschen Profifußball. Die Zielsetzungen der Nachhaltigkeitsstrategie verdeutlichen, welche weiteren Schritte geplant sind.

Zusammengefasst werden unsere Grundsätze im Bereich der Nachhaltigkeit in einer eigenen „VfL-Haltung“, die vier Säulen umfasst: Tradition, Innovation, Motivation und Partizipation. In Kriterium 7 werden diese näher erläutert.

Bei unseren Tätigkeiten orientieren wir uns an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (**Sustainable Development Goals – kurz: SDGs**). Sie bilden den globalen Handlungsrahmen für Akteurinnen und Akteure aller Art und wir wollen aufzeigen, an welchen Stellen und durch welche Tätigkeiten wir zur Erreichung dieser Ziele beitragen. Deshalb haben wir zu Beginn von jedem Fokusthema dargestellt, welche SDGs besonders relevant sind und wie wir darauf einzahlen.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die **Sustainable Development Goals (SDGs)** sind die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Im Jahr 2015 wurden diese 17 Ziele mit insgesamt 169 Unterzielen im Rahmen der Agenda 2030 von den Mitgliedsstaaten verabschiedet. Mit dem Ziel einer „Transformation der Welt zum Besseren“ bilden Schwerpunkte in den Bereichen Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft deshalb auch für Unternehmen einen wichtigen Orientierungsrahmen im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung.

Durch unsere Tätigkeiten beeinflussen wir in dem Themenfeld „VfL IN FÜHRUNG“ besonders folgende SDGs:

<p><b>12</b> NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</p> 	<p><b>SDG 12</b> Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen</p>
<p><b>RELEVANTES UNTERZIEL</b></p>	<p><b>WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?</b></p>
<p><b>12.2</b> Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen</p> <p><b>12.5</b> Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern</p> <p><b>12.6</b> Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihrer Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen</p> <p><b>12.8</b> Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen</p>	<p>Für unser Kerngeschäft ist der Bezug von Waren zwingend notwendig. Wir streben allerdings bspw. durch die Reduktion von Verpackungen an, den Ressourceneinsatz zu minimieren. Wir werden unsere Wertschöpfungskette zunehmend nachhaltiger gestalten und bei dem Bezug von Produkten auf soziale und ökologische Mindeststandards achten. Außerdem bauen wir durch die Etablierung neuer Prozesse zukunftsfähige Standards auf, sodass wir qualitativ hochwertige Nachhaltigkeitsinformationen berichten können.</p>
<p><b>17</b> PARTNER- SCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE</p> 	<p><b>SDG 17</b> Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen</p>
<p><b>RELEVANTES UNTERZIEL</b></p>	<p><b>WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?</b></p>
<p><b>17.16</b> Die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung ausbauen, ergänzt durch Multi-Akteur-Partnerschaften zur Mobilisierung und zum Austausch von Wissen, Fachkenntnissen, Technologie und finanziellen Ressourcen, um die Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern zu unterstützen</p>	<p>Als professioneller Fußballklub stehen wir im ständigen Austausch mit der gesamten VfL-Familie. Mit unseren Partnern bauen wir wirkungsvolle Beziehungen auf und fördern die regionale Wirtschaft. Besonders beim Thema „Lieferkette“ arbeiten wir mit gemeinsamen Partnern an der Transparenz und Sicherstellung von Standards an unseren Produktionsstandorten für Textilien.</p>

DNK 01

# STRATEGISCHE ANALYSE UND MAßNAHMEN

Beim VfL Bochum 1848 spielen Werte des Sports wie beispielsweise **Fairplay, Gleichbehandlung, Toleranz und Solidarität** traditionell eine wichtige Rolle. Die soziale Verantwortung ist seit der Vereinsgründung fest verankert. Als bodenständiger, authentischer und nahbarer Klub ist der Bezug zu der Stadt Bochum sowie der Region von besonderer Bedeutung. Schon in der Vereinsatzung steht:

**„Der Verein fördert das verbindende Element des Fußballsports zwischen Nationalitäten, Kulturen, Religionen und sozialen Schichten. Unabhängig von Geschlecht, Abstammung, Herkunft, religiöser Überzeugung, sozialer Stellung oder sexueller Identität bietet er seinen Mitgliedern eine sportliche Heimat.“**

Sich darauf zu beschränken, wäre aber viel zu einfach. Hinter einem professionellen Nachhaltigkeitsmanagement steckt heutzutage mehr als das soziale Engagement. Allein an einem Spieltag reisen tausende Menschen zum Vonovia Ruhrstadion an und ab, um „Castroper Straßenfußball“ zu sehen. Es werden Lebensmittel verbraucht, Abfälle fallen an, Strom und Wasser müssen fließen. All diese Themen sind nur ein kleiner Ausschnitt dessen, was Nachhaltigkeit im Profifußball umfasst und der Spieltag ist nur ein Teil der gesamten Strukturen bzw. Prozesse. Dadurch hat das Handeln des Profifußballs und somit auch des VfL Bochum 1848 nicht nur Auswirkungen auf soziale, sondern auch auf ökologische Aspekte.





Um das Thema Nachhaltigkeit konsequent und ganzheitlich anzugehen, hat der VfL Bochum 1848 eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und legt damit einen Grundstein für die nächsten Jahre. Unsere Vision ist klar und bewusst ambitioniert formuliert: **Von der Nachhaltigkeitsstrategie zur nachhaltigen Gesamtstrategie.**



Der Entwicklungsprozess für die Nachhaltigkeitsstrategie hat im Jahr 2021 begonnen. Im Rahmen einer Masterarbeit wurde eine Wesentlichkeitsanalyse (vgl. Kriterium 2) durchgeführt, die insgesamt vier Fokusthemen für das Kerngeschäft des VfL Bochum 1848 identifiziert hat. Dahinter stehen zusätzlich fünf Themenfelder und 31 Unterthemen.

<p><b>Gute und nachhaltige Unternehmensführung</b> im Einklang mit Tradition und Werten des Vereins sowie vorbildliches Verhalten</p>	 <p><b>VfL IN FÜHRUNG</b></p>	 <p><b>BLÜH AUF! BLUME IM REVIER</b></p>	<p><b>Ökologische Nachhaltigkeit</b> mit Schwerpunkt auf den Themen Energie und Abfall</p>
	<p><b>AUßEN BLAU INNEN BUNT</b></p>	<p><b>Wahrung der sozialen Verantwortung</b>, vor allem in Bezug auf eine gesunde Gesellschaft</p>	<p><b>ALLES GEBEN STATT ALLES NEHMEN</b></p> 
<p><b>Einstehen für Vielfalt</b>, insbesondere Chancengleichheit, Inklusion und Antidiskriminierung</p>			

### Die Fokusthemen

Darauf aufbauend hat der VfL interne Workshops zur Konkretisierung von Zielen und Maßnahmen durchgeführt, an dem alle relevanten Geschäftsbereiche teilgenommen haben.

Aus diesen Workshops haben sich wiederum Projektgruppen gebildet. Diese adressieren die fortlaufende Umsetzung der Maßnahmen und treffen sich dazu in regelmäßigen Abständen.

Bei der Formulierung der Ziele wurde außerdem überprüft, inwiefern der VfL Bochum 1848 auf die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDGs) einzahlt.



## VISION

Von der Nachhaltigkeitsstrategie zur nachhaltigen Gesamtstrategie

## MISSION

Vorbild sein  
Hart arbeiten  
Besser werden

## VERHALTENSGRUNDSÄTZE

Respektvoller Umgang  
Authentizität

## STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER

Umwelt & Klima Fans und Mitglieder  
Clubausrichtung & Organisation  
Gesellschaft & Engagement  
Mitarbeitende

## UNTERNEHMENSWERTE

- Bodenständig Unbeugsam
- Soziale Verantwortung
- Mitreissend Nah Professionell
- Regionale Identität und Tradition

# WESENTLICHKEIT

## DNK 02

Der Profifußball ist ein ambivalentes und spannendes Geschäftsmodell. Die Branche zeichnet sich durch ein klar umrissenes Geschäftsfeld, nämlich der jeweiligen Liga mit 18 Vereinen und Auf- und Abstiegsmöglichkeiten aus. Es herrscht ein einzigartiges Umfeld, in welchem die Wettbewerbsvoraussetzungen einen klaren Rahmen definieren, der eine gewisse Planungssicherheit ermöglicht.

Andererseits bedingen sich der sportliche Erfolg sowie die Erwirtschaftungen von finanziellen Möglichkeiten in den darauffolgenden Saisons gegenseitig.

Denn einerseits entscheidet der sportliche Erfolg über die finanziellen Möglichkeiten, andererseits entscheiden die Finanzen (durch teurere Transfers) möglicherweise über sportlichen Erfolg. Umso wichtiger ist es, ein stabiles und nachhaltiges Geschäftsmodell in einer Branche zu haben, die schnelllebig und vom Tagesgeschäft abhängig ist.

Es gilt deshalb zu identifizieren, von welchen Faktoren das Geschäftsmodell des VfL Bochum 1848 abhängig ist und an welchen Stellen sich die Tätigkeiten des Klubs (positiv und negativ) auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirken. Dies wurde durch die Erstellung einer **Wesentlichkeitsanalyse** im Rahmen einer Masterarbeit in Kooperation mit der Hochschule Bochum durchgeführt.

Durch unser Geschäftsmodell und die enorme Strahlkraft hat der VfL Bochum 1848 einen großen Einfluss auf die Gesellschaft. Der Profifußball setzt sich für die Werte des Sports ein und vermittelt diese an Fans und Nachwuchsmannschaften. Dadurch bringen wir Menschen zusammen und fördern den Zusammenhalt unserer Gesellschaft.

Jedoch haben wir durch unser Geschäftsmodell auch negative Auswirkungen. Beispielsweise belasten wir die Umwelt durch den Bezug von Produkten (bspw. Textilien) und der damit einhergehende Einsatz von Energie und Chemikalien. Zusätzlich entsteht eine Belastung durch hohe Mengen an Müll an Spieltagen oder durch die freigesetzten Emissionen durch die Mobilität der Fans.

Risiken ergeben sich für den VfL aus der möglichen Verletzung von Menschenrechten entlang der Lieferkette. Negative Auswirkungen für die Gesellschaft könnten sich durch die bei der Produktion von Merchandising-Textilien ergeben. Diese Verletzungen können durch Risikoanalysen entlang der Lieferketten verringert werden. Deshalb planen wir, diese Risiken zu identifizieren, um dann gezielt anzugehen und negative Auswirkungen einzudämmen. Durch die große Außenwirkung des Profifußballs können wir so Anreize setzen, für diese Themen zu sensibilisieren und einen gesellschaftlichen Wandel einleiten.

Ein weiteres Risiko für unser Geschäftsmodell ergibt sich aus den sich verändernden Witterungsbedingungen. Durch mögliche Extremwetterereignisse kann es vorkommen, dass das Spielfeld nicht bespielbar ist und ein Spiel verschoben oder Trainingszeit abgesagt werden müssen. Dadurch haben sie einen direkten Einfluss auf den sportlichen und somit auch wirtschaftlichen Erfolg.

Im Rahmen einer neuen Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2023 werden wir uns noch stärker mit der Identifizierung der Chancen und Risiken auseinandersetzen. In Vorbereitung auf die Corporate Sustainability Reporting Directive ermitteln wir diese entlang unserer Wertschöpfungskette und in der eigenen Geschäftstätigkeit.

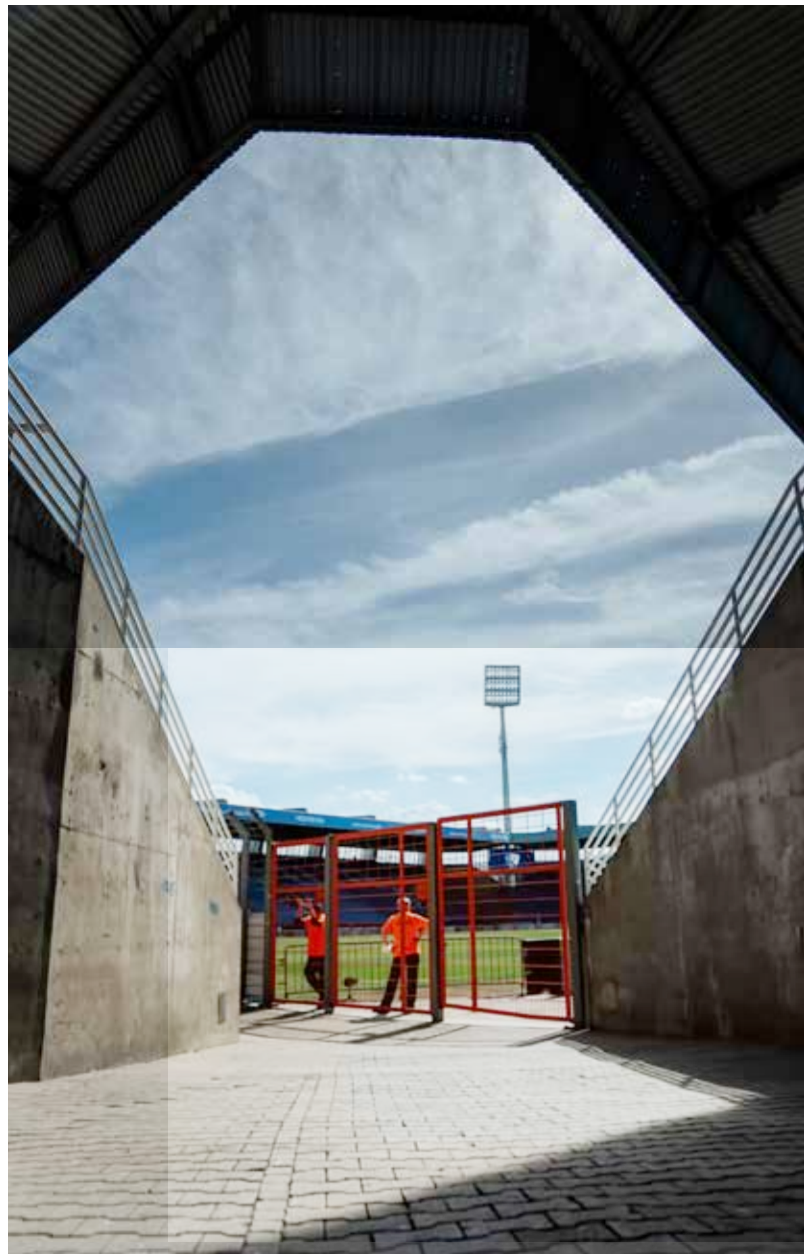
# WESENTLICHKEITS- ANALYSE

## WESENTLICHKEITS- ANALYSE

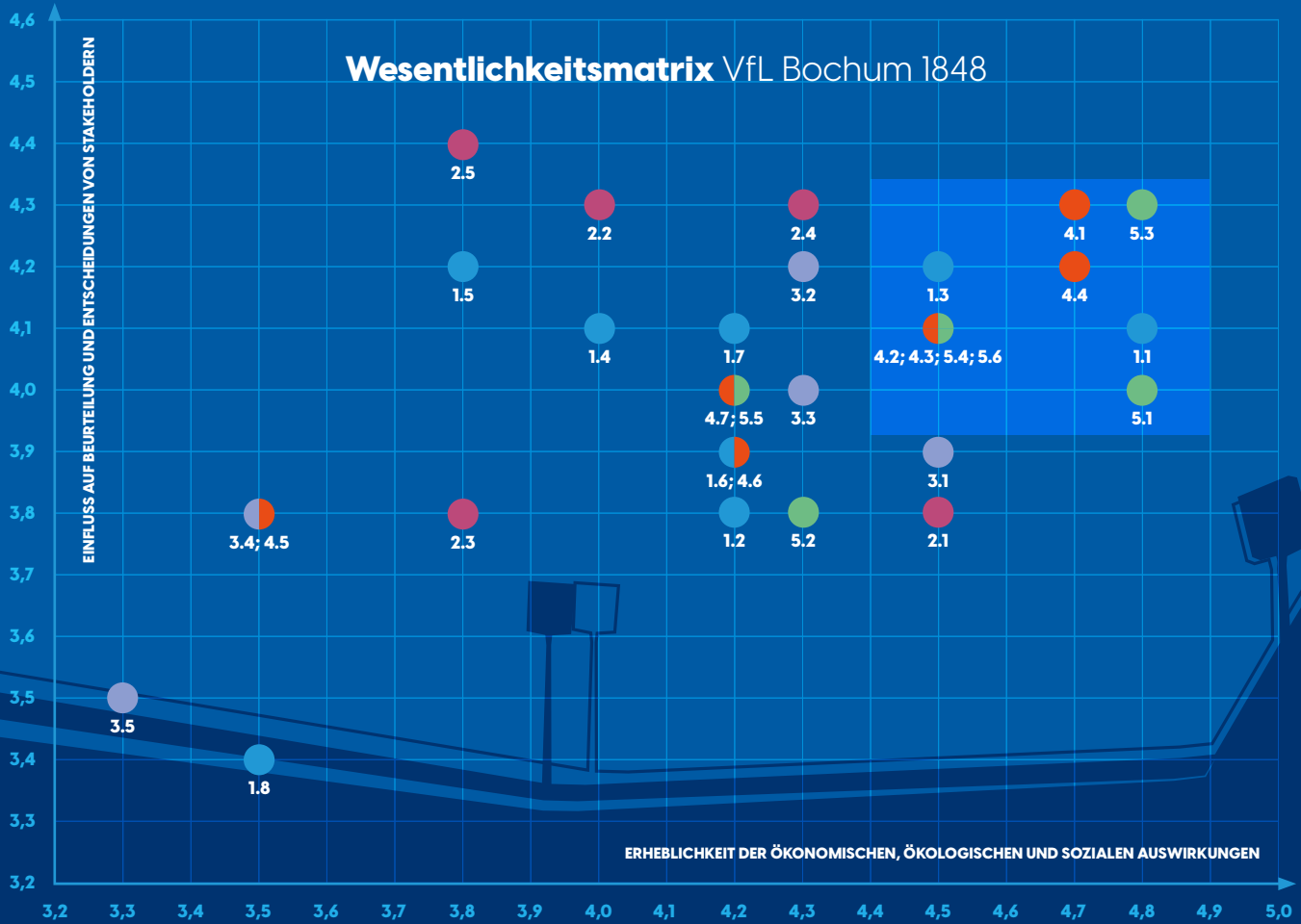
Eine **Wesentlichkeitsanalyse** ist ein Instrument im Nachhaltigkeitsmanagement mit dem Ziel einer Priorisierung der Themen für das jeweilige Unternehmen. Darauf aufbauend können im Nachhaltigkeitsmanagement gezielt Schwerpunkte gesetzt und mehr Wirkung erzielt werden. Eine Wesentlichkeitsanalyse wird in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Eine bestimmte Vorgehensweise hierbei wird nicht vorgegeben, weshalb jedes Unternehmen den Prozess für sich selbst aufsetzt.

## VORGEHENSWEISE

Es wurde zunächst analysiert, welche Nachhaltigkeitsthemen im wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Sinne für den VfL Bochum 1848 relevant sind. Dabei wurden bereits bestehende Wesentlichkeitsanalysen aus der Wirtschaft und dem Fußball betrachtet. Auch die für Nachhaltigkeitsberichte gängigen Standards – Global Reporting Initiative (GRI) und DNK – wurden berücksichtigt. In einem nächsten Schritt dieser Analyse wurde bewertet, welche Themen für die VfL-Familie – und damit für den VfL Bochum 1848 – von besonderer Relevanz sind. Dabei wurden fast 400 Themen innerhalb der Kategorien „Klubausrichtung und Organisation“, „Fans und Mitglieder“, „Gesellschaft und Engagement“, „Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen“, und „Umwelt und Klima“ betrachtet. Diese Themen wurden mit ihren Unterthemen von den Gruppen Fans, Partnern, Stadt, Gremien, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Wissenschaft und gemeinnützigen Organisationen in Form von Fragebögen und Interviews von Expertinnen und Experten bewertet. Die Wesentlichkeitsmatrix zeigt das Ergebnis dieser Analyse. Die rot markierten Themen sind unsere wesentlichen Themen und bilden die Grundlage für die Fokussierung unseres Nachhaltigkeitsmanagements.







- Themenfeld 1: Umwelt und Klima**
- 1.1 Energie
  - 1.2 Wasser
  - 1.3 Abfall
  - 1.4 Material und Ressourcen
  - 1.5 Mobilität Fans
  - 1.6 Mobilität Verein
  - 1.7 Treibhausgasemissionen
  - 1.8 Biodiversität und Umwelteinwirkungen

- Themenfeld 4: Gesellschaft und Engagement**
- 4.1 Diversität und Antidiskriminierung
  - 4.2 Bildung
  - 4.3 Gesundheit
  - 4.4 Inklusion und Integration
  - 4.5 Wohltätigkeit
  - 4.6 Ökologisches Engagement
  - 4.7 Engagement der Spieler

- Themenfeld 2: Mitarbeitende**
- 2.1 Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung
  - 2.2 Faire Arbeitsbedingungen
  - 2.3 Aus und Weiterbildung
  - 2.4 Vielfalt und Chancengleichheit
  - 2.5 Nachwuchsförderung

- Themenfeld 5: Clubausrichtung und Organisation**
- 5.1 Chancengleichheit und Diversität
  - 5.2 Einbindung von Stakeholdern
  - 5.3 Governance, Compliance und Integrität
  - 5.4 Nachhaltige Unternehmensstrategie und -kultur
  - 5.5 Nachhaltige Lieferketten und verantwortungsvolle Beschaffung
  - 5.6 Identität und Tradition

- Themenfeld 3: Fans und Mitglieder**
- 3.1 Stadion und Sicherheit
  - 3.2 Fanggemeinschaft und Verhalten
  - 3.3 Dialog und Beteiligung
  - 3.4 Tickets
  - 3.5 Mitgliedschaft

Aus der Wesentlichkeitsanalyse haben wir unsere vier strategischen Fokusthemen abgeleitet, welche die Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsstrategie bilden:

- **VfL IN FÜHRUNG**
- **AUßEN BLAU INNEN BUNT**
- **ALLES GEBEN STATT ALLES NEHMEN**
- **BLÜH AUF! BLUME IM REVIER**

# ZIELE

## DNK 03

Die Nachhaltigkeitsstrategie findet sich als Querschnittsthema im ganzen Klub wieder. Für die Umsetzung sind somit verschiedenste Abteilungen wichtig, in denen **ESG**-Verantwortliche für ihre jeweiligen Themen verantwortlich sind. Dieses Prinzip der Dezentralisierung sehen wir als elementar an, weil damit die Personen an den Themen arbeiten, die den direkten fachlichen Bezug haben.

Gleichzeitig werden die Prozesse durch die Abteilung **Nachhaltigkeit/CSR** begleitet und moderiert. In der Nachhaltigkeitsstrategie wurden entsprechend der Fokusthemen Ziele abgeleitet, die wir verfolgen. Diese sind jedoch nicht starr, sondern dynamisch und es gilt sie nach und nach bedarfsgerecht anzupassen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und die einzelnen Ziele zahlen auf die SDGs ein. Deshalb zeigen wir bei

jedem Ziel genau auf, welches SDG beeinflusst wird. Eine ausführlichere Beschreibung findet sich zusätzlich in den Einleitungskapiteln zu jedem Fokusthema.

Zwecks Austausch und der Prüfung des Zielerreichungsgrads finden regelmäßige Projektgruppentreffen mit den ESG-Verantwortlichen aus den Fachabteilungen zu den vier Fokusthemen unserer Nachhaltigkeitsstrategie statt. Den Fortschritt unserer Ziele messen wir in unserem ESG-Tool. Hier werden auch entsprechende Maßnahmen zur Zielerreichung inklusive der Meilensteine angelegt.

In diesem Kriterium werden die übergeordneten Ziele je Fokusthema dargestellt. Die Unterziele sind in den jeweiligen Kriterien zu finden.

---

**Hinweis:** In diesem Bericht stellen wir zunächst unsere Ziele dar, die wir uns im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie gesetzt haben. Über die Fortschritte dieser Ziele werden wir in unserem nächsten Bericht informieren.

Im Nachhaltigkeitskontext wird häufig von **ESG** gesprochen. Damit sind die Bereiche Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung) gemeint. In Unternehmen wird ESG meist mit Nachhaltigkeit synonym verwendet, da diese drei Säulen die Basis für das Nachhaltigkeitsmanagement sind.

**ESG**  
ESG

# VfL IN FÜHRUNG

## UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND ORGANISATION

ZIEL	MAßNAHMEN	ZEITHORIZONT
<b>Etablierung der Nachhaltigkeitsstrategie</b>	Jährliche Überprüfung, Durchführung von Projektgruppen, Dialog mit Stakeholdern zu Nachhaltigkeitsthemen aufbauen	Fortlaufend ab 2023
<b>Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells sicherstellen</b>	Beirat „Zukunft“ einführen, um Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene einzubeziehen	Bis 04/2023
<b>Transparenz und Qualität in der Berichterstattung stärken: Ziel Reporting 2.0</b>	Datenqualität verbessern, Nachhaltigkeitsrisiken identifizieren und bewerten, Vorbereitung auf die CSRD, Reporting 2.0 entwickeln	Fortlaufend ab 2023
<b>Wahrung der Sorgfaltspflicht konzeptionell verankern und Bewertungssystem für Partnerschaften entwickeln</b>	Entwicklung von (nachhaltigen) Bewertungskriterien für Partnerschaften, Einführung eines Compliance Managementsystems	bis 06/2023
<b>Umstellung auf nachhaltige Textilien und Produkte</b>	Nachhaltigkeitskriterien im Einkauf definieren und implementieren, Produktionsstätten besichtigen	Fortlaufend ab 2023
<b>Strategische Einkaufsplanung weiterentwickeln</b>	Einkaufsleitfaden mit Nachhaltigkeitskriterien entwickeln	Bis Ende 2023



	VERANTWORTLICHKEIT	DNK-KRITERIUM IM BERICHT	SDG
	Nachhaltigkeit/CSR	9	SDG 12: Unterziel 12.8. SDG 17: Unterziel 17.16
	Nachhaltigkeit/CSR	9	SDG 10: Unterziel 10.2.
	Nachhaltigkeit/CSR	7	SDG 10: Unterziel 12.6.
	Recht, Einkauf, Vermarktung	17 & 20	SDG 17: Unterziel 17.16 SDG 8: Unterziel 8.7., 8.8.
	Einkauf, Merchandising	4 und 17	SDG 12: Unterziel 12.2.
	Einkauf	4	SDG 12: Unterziel 12.5.



# BLÜH AUF! BLUME IM REVIER

ZIEL	MAßNAHMEN	ZEITHORIZONT
<b>Erstellung einer Umweltstrategie</b>	Es wird eine detailliertere Datenbasis geschaffen, um die Auswirkungen zu analysieren und Einsparpotenziale zu entwickeln	bis Ende 2024
<b>Jährliche Durchführung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz und unregelmäßige Durchführung einer Ökobilanz</b>		Fortlaufend
<b>Anteil von erneuerbaren Energien aus Eigenerzeugung erhöhen</b>	Ausbau der eigenen PV-Anlage	
<b>Einsparungen bei elektrischer Energie und Wärme</b>	Detaillierte Datenbasis von Verbrauchsdaten schaffen, Mitarbeitende sensibilisieren	bis 04/2023
<b>Energieeffizienz erhöhen</b>	Erstellung eines Konzepts für sensorgesteuerte Gebäudeleittechnik, Umstellung auf smarte Beleuchtung	Fortlaufend
<b>Reduzierung des Wasserverbrauchs</b>	Prüfung: Einsparungen durch smarte technische Elemente	Fortlaufend
<b>Vermeidung bzw. Reduzierung von Abfall</b>	Erhöhung der Recyclingquote, Optimierung unserer Mülltrennung, Mitarbeitende sensibilisieren	bis 04/2023
<b>Innerbetriebliche Mobilität nachhaltiger gestalten</b>	Permanente Prüfung, wann Fahrzeuge ausgetauscht werden sollten.	Fortlaufend



	VERANTWORTLICHKEIT	DNK-KRITERIUM IM BERICHT	SDG
	Nachhaltigkeit/CSR	12	SDG 13: Unterziel 13.1.
	Nachhaltigkeit/CSR	13	SDG 13: Unterziel 13.2.
	Organisation, Facility Management	12	SDG 7: Unterziel 7.2.
	Organisation, Facility Management	12	SDG 13: Unterziel 13.2.
	Organisation, Facility Management	12	SDG 7: Unterziel 7.3.
	Greenkeeping, Facility Management	12	SDG 13: Unterziel 13.2.
	Organisation, Facility Management	12	SDG 12: Unterziel 12.5.
	Einkauf	12	SDG 13: Unterziel 13.2.

# AUßEN BLAU INNEN BUNT

## EINSTEHEN FÜR VIEFALT

ZIEL	MAßNAHMEN	ZEITHORIZONT
<b>Vielfaltsstrategie mit den Dimensionen Mitarbeitende, Gesellschaft, Fans und Mitglieder, Junge Menschen und Partnerschaften entwickeln</b>	Status Quo für Vielfaltsthemen identifizieren und daraus Maßnahmen ableiten, Toleranz für Vielfalt stärken, Stadiongelände barriereärmer gestalten	bis Ende 2023 soll ein Maßnahmenplan stehen.
<b>Mitarbeitende</b>		
<b>„Fair-Play“ im Recruiting optimieren</b>	Diversitätsdimension im Recruiting einbinden	bis 06/2023
<b>Sensibilisierung für Mitarbeitende, Spielerinnen und Spieler, Ordnungsdienst zu Vielfaltsthemen</b>	Bestandsaufnahme und Maßnahmenentwicklung für Vielfalt bei Mitarbeitenden, Coaching durchführen, Führungseitfaden entwickeln	bis Ende 2023
<b>Gesellschaft</b>		
<b>Optimierung der Barrierefreiheit</b>	Standort Stadion und Zugang zu Informationen auf der Internetseite barrierearm gestalten	Fortlaufend
<b>Fans und Mitglieder</b>		
<b>Toleranz für Vielfalt stärken</b>	Weitere Maßnahmen für Fans und Mitglieder entwickeln, Anlaufstelle Antidiskriminierung einführen	bis 02/2023
	Vielfältiges Stadioncatering anbieten	bis 06/2023



	VERANTWORTLICHKEIT	DNK-KRITERIUM IM BERICHT	SDG
	Personalentwicklung, Nachhaltigkeit/CSR	15	SDG 10: Unterziel 10.3.
		15	SDG 5: Unterziel 5.1.
	Personalentwicklung	15	SDG 5: Unterziel 5.1. SDG 10: Unterziel 10.2.
	Personalentwicklung	15	SDG 4: Unterziel 4.7.
	Marketing, Fanbetreuung	15	SDG 10: Unterziel 10.3.
	Nachhaltigkeit/CSR, Fanbetreuung	15	SDG 10: Unterziel 10.3.
	Nachhaltigkeit/CSR,	15	SDG 10: Unterziel 10.3.



# ALLES GEBEN STATT ALLES NEHMEN

ZIEL	MAßNAHMEN	ZEITHORIZONT
<b>Bewegung am Arbeitsplatz fördern und Gesundheitsangebote ausbauen</b>	Aufbau eines ganzheitlichen betrieblichen Gesundheitsmanagements (auch für Spielerinnen und Spieler)	bis Ende 2023
<b>Mitarbeitende stärken und entwickeln</b>	Fortbildungsangebote prüfen und ggf. erweitern	bis Ende 2023
<b>Familienfreundlicher Arbeitgeber</b>	Bisherige Angebote prüfen und ausbauen	bis Ende 2023
<b>Lohngerechtigkeit sicherstellen</b>	Kein Gender-Pay Gap	Fortlaufend ab sofort
<b>Kinder und Jugendliche: Stärken, schützen, einbeziehen</b>	Kinderschutzkonzept weiterentwickeln, Konzept für ein kinderfreundliches Stadion fertigstellen und Zufriedenheit von Kindern über Umfragen im BobbiKlub messen	bis Ende 2023
<b>Fairen Zugang zu Spielen sicherstellen</b>	Sozial verträgliche Ticketpreisgestaltung und Zugangsmöglichkeiten	Fortlaufend
<b>Weiterentwicklung des Konzepts für regionales, nachhaltiges Engagement („HIER, WO DAS HERZ NOCH ZÄHLT“)</b>	Weiterentwicklung unserer Projekte, bspw. durch die Entwicklung einer Wirkungsmessung und dem Ausbau der Wissensvermittlung im Bereich Kinderschutz	Fortlaufend



	VERANTWORTLICHKEIT	DNK-KRITERIUM IM BERICHT	SDG
	Personalentwicklung, Athletik	14	SDG 3: Unterziel 3.4.
	Personalentwicklung	16	SDG 4: Unterziel 4.3.
	Personalentwicklung	16	SDG 4: Unterziel 4.3.
	Finanzen, Geschäftsführung	14	SDG 10: Unterziel 10.3. SDG 8: Unterziel 8.5.
	Nachhaltigkeit/CSR, Mitglieder	20	SDG 10: Unterziel 10.2. SDG 16: Unterziel 16.2.
	Ticketing	15	SDG 10: Unterziel: 10.3.
	Nachhaltigkeit/CSR	18	SDG 3: Unterziel 3.4. SDG 4: Unterziel 4.7. SDG 17: Unterziel 17.16

# TIEFE DER WERTSCHÖP- FUNGSKETTE

## UNSER ZIEL IN DIESEM KRITERIUM



Umstellung auf **nachhaltige Textilien und Produkte**. Dazu zählen beispielsweise die Einführung von fair hergestelltem Kaffee und veganen Milchprodukten ab der Saison 2023/24 und die Entwicklung von Nachhaltigkeitskriterien im Einkauf. Im Merchandise werden wir einen Leitfaden für Produktverpackungen erstellen und definieren, was Nachhaltigkeit für die jeweiligen Artikelkategorien bedeutet.

### SDG 12: Unterziel 12.2.

Als Fußballclub haben wir keine Wertschöpfungskette im klassischen Sinn wie sie bei Unternehmen im produzierenden Gewerbe vorzufinden ist. Unser Kerngeschäft ist das Betreiben von professionellen Fußballspielen sowie alle dazugehörigen Prozesse - wie zum Beispiel die Spielorganisation, bauliche Infrastruktur oder der Ticketverkauf. Wenn man dies mit einer Wertschöpfungskette im herkömmlichen Sinne vergleichen möchte, fängt unsere Wertschöpfung mit dem Scouting von Nachwuchstalenten in unserem TALENTWERK an. Von der U9 bis zur U19 werden unsere Talente in ihrer fußballerischen, persönlichen, schulischen und beruflichen auf dem Weg zum Profifußball begleitet.

Im Zusammenhang mit dem Spielbetrieb werden viele Produkte von externen Lieferanten bezogen. Die Umstellung auf nachhaltigere Alternativen ist nicht immer sofort umsetzbar, da teilweise lange Vertragslaufzeiten mit Zulieferern vereinbart wurden. Allerdings werden wir fortlaufend prüfen, ob und wann ein Wechsel sinnvoll ist. Beispielsweise stellen wir auf fair hergestellten Kaffee um und werden vegane Milchangebote für Kaffeemaschinen zur Saison 2023/24 einführen.

Die Produkte, die allerdings momentan die größten Auswirkungen auf ökologische und soziale Aspekte haben, sind die Merchandise-Artikel (siehe Kapitel 13). Deshalb fokussiert sich dieses Kapitel besonders auf diese Kategorie.



Der VfL Bochum 1848 bezieht Merchandise-Artikel von einer Vielzahl an – oft global tätigen – Lieferanten. Die Produkte durchlaufen je nach Produktkategorie eine sehr lange und komplexe Lieferkette. Die Herausforderung dabei ist, dass eine Vielzahl an unterschiedlichen Artikeln angeboten werden: neben Trikots und Textilien auch Hartwaren wie Tassen, Pins oder Badeenten. Die Lieferkette eines jeden Artikels weist demnach unterschiedliche Anforderungen auf. Aufgrund des umfangreichen Sortiments (ca. 400 – 500 bestandsgeführte Artikel im Saisonverlauf) hat der Verein sich dazu entschieden, die Umstellung auf nachhaltige Fanartikel produktkategorisch anzugehen.

Uns ist bewusst, dass eine Veränderung nur durch eine gemeinschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten möglich ist. In einem ersten Schritt führen wir in 2023 einen Code of Conduct (siehe Kriterium 17) ein. Darüber hinaus sind einerseits Austauschformate mit unseren wichtigsten Lieferanten und Geschäftspartnern zu nachhaltigeren Lösungsansätzen geplant, andererseits werden wir Produktionsstätten besichtigen.

Aufgrund der Anzahl an Artikeln im Sortiment und den erzielten Umsätzen liegt der Fokus vor allem auf der Produktion von Trikots und Textilien. Die Textilproduktion gilt aufgrund der chemischen Prozesse als Hochrisikobranche. Neben ökologischen Herausforderungen (Wasser- und Energieverbrauch und Einsatz von chemischen Substanzen) sollen auch die sozialen Aspekte (u. a. Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, Zahlung von existenzsichernden Löhnen oder Gewerkschaftsfreiheit) berücksichtigt werden.



## UMSTELLUNG AUF NACHHALTIGE TEXTILIEN

Die erste Produktkategorie, die auf nachhaltige Artikel umgestellt werden soll, sind Eigentextilien. Bei der Betrachtung der Wertschöpfungskette sind sowohl ökologische als auch soziale Kriterien bedeutend.

Im Juni 2021 wurde die erste nachhaltige Eigentextil-Kollektion ins Sortiment aufgenommen, die unter dem Wording „**bio.vegan.fair.**“ verkauft wird. Die Textilien bestehen aus 100 % Bio-Baumwolle (T-Shirts) bzw. 85 % Bio-Baumwolle und 15 % recyceltem Polyester (Hoodies und Jacken), sind PETA- sowie FEAR WEAR-zertifiziert. In der Saison 2022/23 werden Nachhaltigkeitskriterien für den Textileinkauf definiert und eine Auswahl an offiziellen Siegeln festgelegt. Zudem sollen neben den Eigentextilien weitere Produktkategorien (u. a. Heimtextilien) in puncto Nachhaltigkeit angepasst werden.

**An die Qualität unserer Produkte haben wir hohe Ansprüche. Das gilt auch für die Sorgfalt und Transparenz in der Lieferkette beim Einkauf von Waren, Produkten und Dienstleistungen. Schritt für Schritt stellen wir unser Sortiment auf nachhaltige Artikel um.**

– DENIZ ZIBER  
LEITUNG VERKAUF/  
ECOMMERCE/HANDEL

Die im Zusammenhang mit der Textilproduktion auftretenden sozialen und ökologischen Probleme sind dem VfL bekannt. Um diese frühzeitig zu erkennen, muss das Monitoring der Lieferkette aufgearbeitet werden.

Der VfL hat sich gegen die Entwicklung eines eigenen Nachhaltigkeits-Siegels entschieden und nutzt als Grundlage für die Einhaltung von Nachhaltigkeits-Kriterien offizielle Siegel (z. B. FAIR WEAR FOUNDATION). Um das Know-how der Einkaufsverantwortlichen auszubauen, soll die Zusammenarbeit mit NGOs (Non-governmental organisations) – zu Deutsch "Nichtregierungsorganisationen" – ausgebaut und die Teilnahme an Workshops umgesetzt werden. Diese sollen Basis für die Definition der Nachhaltigkeitskriterien des VfL sein. Wie wir das Thema Menschenrechte entlang unserer Lieferkette angehen, beschreiben wir in Kriterium 17.

# GOVERNANCE

Auf Grundlage seiner Werte hat der VfL Bochum 1848 eine Haltung dazu entwickelt, wie er Nachhaltigkeitsthemen angehen möchte. Es ist wenig überraschend, dass diese sich an den besonderen Werten des Klubs orientiert. Sie zeichnet sich durch **vier Kernelemente** aus.

## 01 TRADITION

**Bodenständigkeit, Authentizität und Nähe** in den Maßnahmen sind uns wichtig. Als Bochumer Gemeinschaft sind wir stark und wollen die Tugenden, die unsere Fans von der Mannschaft auf dem Platz erwarten, auch in unserer gesamten Ausrichtung und im Alltag mit Herz und Leidenschaft leben. Auch wenn die umweltbezogenen und klimatischen Bedingungen – ebenso wie die sozialen Herausforderungen – ein Handeln erfordern, gehen wir unseren Weg kontinuierlich und ruhig. Wir lassen uns nicht von Aktionismus treiben und sind davon überzeugt, dass wir so den größtmöglichen Beitrag für unseren VfL und die Gesellschaft leisten können.

## 02 INNOVATION

Trotz dieser Besinnung auf die traditionellen Werte und die Besonderheiten unseres Klubs bzw. unseres Standorts denken wir nicht rückschrittlich. Vielmehr gehen wir auf Grundlage dieses starken wertebasierten Fundaments **eigene innovative Wege fernab des „Mainstream“**. Bei unseren Projekten und Maßnahmen setzen wir auf wirkungsvolle Ergebnisse und nachhaltige Lösungen. Wir sind stolz auf unsere Traditionsspielstätte „anne Castrop“. Gleichzeitig ist uns bewusst, dass wir uns dadurch infrastrukturell und wirtschaftlich in herausfordernden Rahmenbedingungen für nachhaltige Entwicklung bewegen. Umso wichtiger sind Kreativität und Pragmatismus als Eckpfeiler unseres Handelns. Die Beschränkungen verstehen wir daher nicht als Hindernis, sondern als Treiber für innovative Wege.





# 03

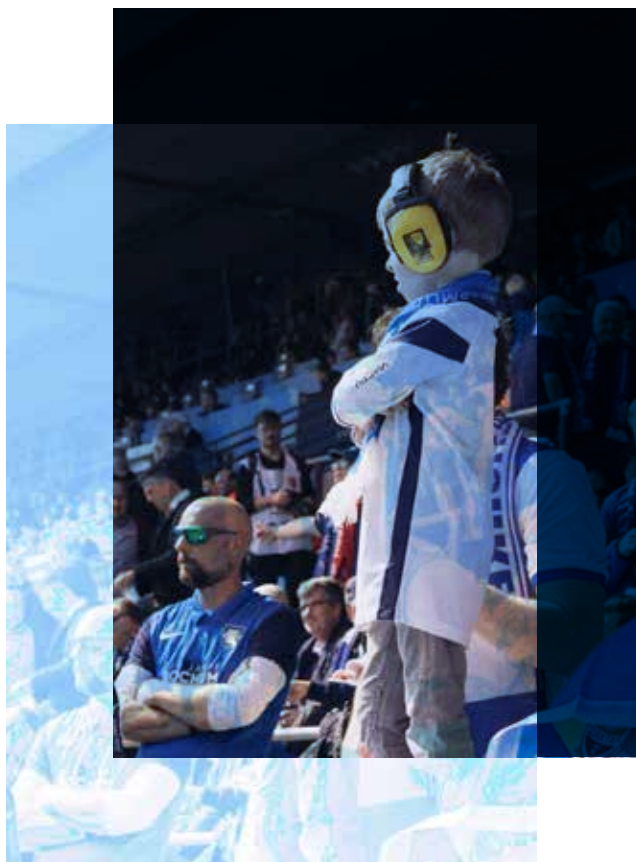
## MOTIVATION

Wir handeln aus eigenem Antrieb und sehen in der nachhaltigen Entwicklung mehr als nur eine Pflichterfüllung. Wir verstehen sie vielmehr als Chance, um unser Geschäftsmodell zukunftsfähig aufzustellen. Dabei wollen wir als Vorbild vorangehen. Wir verstehen uns als **Wegbereiter und -begleiter**, Multiplikator sowie Transformator für unsere Anspruchsgruppen und darüber hinaus. Unser Wissen mit anderen zu teilen ist für uns selbstverständlich und elementar. Denn nachhaltige Entwicklung kann nur gemeinsam gelingen.

# 04

## PARTIZIPATION

Dem Prinzip des gemeinsamen Wegs folgend, binden wir auch die gesamte VfL-Familie in unseren Prozess der nachhaltigen Entwicklung ein. Dabei ist unser Ziel, sie zu animieren und zu begeistern. Wir streben nach Lösungen, die für möglichst jede Person aus dem blau-weißen Umfeld nachvollziehbar sind und kommunizieren Fortschritte transparent. Einen besonderen Fokus legen wir auf **Schutz, Stärkung und Beteiligung junger Menschen**. Diese sind nicht nur unsere „Fans von morgen“, sondern insbesondere auch die Generation, die mit den Konsequenzen unseres Handelns umgehen müssen. Daher wollen wir mit ihnen sprechen, sie verstehen und einbinden. Nur so können wir Zukunft wirklich gestalten.



# VERANT- WORTUNG

DNK 05

Um Nachhaltigkeit wirkungsvoll umsetzen zu können, bedarf es einer Vielzahl an Bausteinen in der Unternehmensstruktur. Der VfL Bochum 1848 hat für sich einen Weg der Gemeinschaft gewählt, der alle Bereiche des Klubs einbezieht.

Die Geschäftsführung steht als oberste Ebene des Klubs nicht nur hinter dem Thema, sondern treibt es auch auf allen Ebenen aktiv voran. So war Ilja Kaenzig, Sprecher der Geschäftsführung, bereits als Mitglied in der AG Nachhaltigkeit direkt an dem Entwicklungsprozess der DFL-Nachhaltigkeitskriterien und der Aufnahme in die Lizenzierungsordnung der DFL beteiligt. Inzwischen ist er Mitglied in der Kommission Nachhaltigkeit. Die Geschäftsführung war es auch, die im Jahr 2019 auf Grundlage der Ergebnisse umfassender Stakeholder-Befragungen beschlossen hat, die Abteilung Nachhaltigkeit/ CSR als Stabsstelle umzustrukturieren. Seitdem findet ein noch engerer Austausch statt und die Stabsstelle berichtet unmittelbar an die oberste Führungsebene.

In den folgenden Jahren wurde auch die Struktur innerhalb der Stabsstelle weiterentwickelt. Inzwischen handelt es sich nicht mehr um eine einzelne Stelle, sondern eine wachsende Abteilung. Diese besteht aus einer Abteilungsleitung; einer Person, die für das gesellschaftliche Engagement und die ökobilanziellen Themen zuständig ist; sowie einer weiteren, die für Nachhaltigkeitsmanagement, -berichterstattung und -controlling verantwortlich ist. Neben diesen drei Vollzeitangestellten gibt es zwei Werkstudierendenstellen zu den Themen „Nachhaltigkeitskommunikation“ und „Gesundheit“ sowie eine alle sechs Monate wechselnde Praktikanten-/ Masterandenstelle. Darüber hinaus arbeiten in den Projekten des gesellschaftlichen Engagements Honorarkräfte, die ebenfalls zu der Abteilung gehören.

Auch wenn die für Nachhaltigkeit zuständige Abteilung fortlaufend erweitert wurde, ist ein elementares Ziel der Ausrichtung die Dezentralisierung des Themas. So nimmt die Abteilung selbst insbesondere eine steuernde und moderierende Form ein. **Für die jeweiligen Themen und Daten wiederum sind sogenannte ESG-Verantwortliche aus den Fachabteilungen zuständig.** Diese wurden unabhängig von Hierarchien ausgewählt. Vielmehr handelt es sich um die Personen mit dem besten Zugang zu den jeweiligen Inhalten. Die ESG-Verantwortlichen sind auch in den abteilungsübergreifenden Projektteams aktiv.

Um die Daten (Messpunkte) und Inhalte zentral und digital erfassen zu können, wird das ESG-Tool von DeKoBe – Deutsche Kommunalberatung GmbH (DeKoBe) genutzt. Jeder der Verantwortlichen hat einen eigenen Zugang. Kontrolliert und freigegeben werden die Messpunkte durch die Abteilung Nachhaltigkeit/CSR und dem Partner DeKoBe (vgl. Kriterium 6 für weitere Informationen).



# REGELN UND PROZESSE

## DNK 06

### UNSER ZIEL IN DIESEM KRITERIUM



Jährliche Überprüfung (fortlaufend ab 2023) der **Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele** auf Aktualität.

**SDG 12: Unterziel 12.8.**

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie prüfen wir jedes Jahr auf Aktualität. Außerdem berichtet die Abteilung Nachhaltigkeit/CSR als Stabsstelle regelmäßig direkt an die Geschäftsführung über die Entwicklung der Nachhaltigkeitsleistung.

Für die Umsetzung und Überprüfung hat der VfL vier abteilungsübergreifende Projektgruppen ins Leben gerufen, die Ziele und Maßnahmen für die Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt haben. Diese wurden durch Geschäftsführung und Geschäftsleitung beschlossen. Die Mitglieder dieser Projektgruppen bestehen aus den Verantwortlichen der entsprechenden Abteilung sowie interessierten Personen, die die Themen aus Eigenmotivation vorantreiben möchten.

In den Teams wird sich über den Status Quo der Nachhaltigkeitsziele ausgetauscht. Durch die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit werden die Herausforderungen in den einzelnen Fachbereichen gemeinsam angegangen. Die Gruppen vereinen möglichst viel Wissen und der fortlaufende Austausch verbessert die Kommunikationswege. Dadurch entstehen wirkungsvolle Lösungen.

**Belastbare und klar definierte Nachhaltigkeitskriterien werden immer wichtiger. Um unsere Auswirkungen auf ökologische und soziale Aspekte bestimmen zu können, müssen wir sie sichtbar machen. Nur so können wir Veränderungen anstoßen. Das wird nicht nur durch die Corporate Social Reporting Directive (CSRD) deutlich. Auch unsere Stakeholder erwarten Transparenz. Durch die Einführung des ESG-Tools können wir unseren und auch den Ansprüchen unserer Stakeholder gerecht werden.**

– FELICITAS BREUING  
NACHHALTIGKEITSCONTROLLING

Die Neuerungen bleiben nicht nur intern in der Arbeitsgruppe. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, an verschiedenen Kommunikationsformate wie beispielsweise Vortagsformate beim gemeinsamen Geschäftsstellenfrühstück oder digitale Newsletter teilzunehmen, wo sie über den neuesten Stand informiert werden.

Um zu definieren, welche Auswirkungen der Verein wirklich auf ökologische und soziale Aspekte hat, muss die tatsächliche Nachhaltigkeitsleistung sichtbar gemacht werden. Dafür wird der VfL ab der Saison 2022/23 ein ESG-Tool nutzen, in welchem alle relevanten Kennzahlen und Indikatoren im Bereich der Nachhaltigkeit erfasst werden. Die Basis zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele sind deshalb die Mitarbeitenden, da diese die Themen nicht nur inhaltlich vorantreiben, sondern ebenfalls auch für die regelmäßige Dokumentation der Daten im ESG-Tool verantwortlich sind.



## UNSER ZIEL IN DIESEM KRITERIUM

12 NACHHALTIGE/R  
KONSUM UND  
PRODUKTION



**Transparenz und Qualität** in der Berichterstattung stärken: Ziel Reporting 2.0

**SDG 12: Unterziel 12.6.**

# KONTROLLE DNK 07

Das Ziel des VfL ist es, regelmäßig zu seiner Nachhaltigkeitsleistung zu kommunizieren. Ein zentraler Baustein dabei ist der Nachhaltigkeitsbericht. Da dies der erste Bericht ist, wurden viele Prozesse erstmalig erstellt. Das ist auch der Grund, weshalb sich als erstes auf die für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex vorgeschriebenen Leistungsindikatoren beschränkt wird. Zu einem qualitativ hochwertigen Bericht gehören neben diesen Indikatoren aber auch detailliertere Kennzahlen und Indikatoren für die Nachhaltigkeitsziele. Diese werden in einem parallellaufenden Prozess erstellt und im folgenden Nachhaltigkeitsbericht kommuniziert.

Dabei achten wir allerdings nicht nur darauf, weitere Kennzahlen und Indikatoren zu berichten, sondern auch die Datenqualität stetig zu steigern. Hier kommt es nicht nur auf die korrekte Dateneingabe an, sondern auch auf die Methodik. Damit wir nicht jedes





Jahr Änderungen vornehmen müssen und die Vergleichbarkeit über mehrere Jahre gewährleisten können, dauert der Erstellungsprozess für die grundlegende Methodik entsprechend länger. Deshalb haben wir uns bewusst dazu entschieden, viele Bereiche in diesem Bericht vorerst qualitativ zu erläutern und arbeiten derzeit daran, diese auch quantitativ zu belegen.

Langfristig wollen wir allen Stakeholdern einen digitalen Zugang zu unseren Kennzahlen im Sinne eines **digitalen Reporting 2.0** bereitstellen. Jede Anspruchsgruppe kann so bedarfsgerecht Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsleistungen einsehen. So können beispielsweise in Zukunft der Status Quo der Nachhaltigkeitsziele oder die aktuellen Verbräuche tagesaktuell und mengengenau eingesehen werden.

Durch die Nachhaltigkeitsberichterstattung möchten wir die Nachhaltigkeitsleistung des VfL Bochum 1848 sowohl nach innen als auch nach außen kommunizieren. Um die Zuverlässigkeit unserer Daten zu gewährleisten, werden diese durch ein Vier-Augen-Prinzip im ESG-Tool geprüft. Hier können neben den Kennzahlen auch Maßnahmen und Meilensteine angelegt werden, um den Prozess und die Zielerreichung möglichst genau darzustellen.

Auch auf zukünftige Berichtsanforderungen bereiten wir uns vor, indem intern eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen wurde, die sich mit der **CSRD**-Berichtspflicht und deren Umsetzung auseinandersetzt. Abteilungsübergreifend erarbeiten wir einen Maßnahmenplan, welcher sowohl die inhaltliche als auch die prozessuale Integration sicherstellt.



## CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE

Mit der **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** führt

die EU europaweit neue Anforderungen an die unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung ein. Zukünftig müssen Unternehmen mit mehr als 40 Millionen Euro Umsatzerlöse, mindestens 20 Millionen Euro Bilanzsumme oder jene, die 250 Mitarbeitende beschäftigen (es reicht aus, zwei von drei Kriterien zu überschreiten, um berichtspflichtig zu werden), spezifische Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten offenlegen.





# ANREIZSYSTEME

DNK 08

Beim VfL haben wir bisher noch kein einheitliches Anreizsystem für Mitarbeitende, Geschäftsführung oder Aufsichtsrat bezogen auf Nachhaltigkeitsaspekte.

Durch die internen Projektgruppen werden Nachhaltigkeitsziele erarbeitet, die für die jeweiligen Fachabteilungen gelten. Hier können alle Mitarbeitenden ihre Ideen einbringen und die Nachhaltigkeitsleistung des VfL Bochum 1848 aktiv mitgestalten. Durch diese Arbeitsweise wollen wir die Partizipation und Motivation der Mitarbeitenden fördern.

In einem nächsten Schritt werden weitere Maßnahmen zu Zielsetzungen und Evaluation geprüft.

## BETEILIGUNG VON ANSPRUCHS-GRUPPEN

DNK 09



### UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM

Eine ausführliche **Stakeholder-Analyse** bis Juni 2023 durchführen sowie den **Dialog mit Stakeholdern** zu Nachhaltigkeitsthemen aufbauen (fortlaufend ab 2023).

#### SDG 17: Unterziel 17.16



Wir wollen die **Zukunftsfähigkeit** unseres Geschäftsmodells sicherstellen und führen deshalb den Beirat „Zukunft“ ein.

#### SDG 10: Unterziel 10.2.

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements spielen die Anspruchsgruppen (Stakeholder) eine besondere Rolle. Der VfL steht im ständigen Austausch bspw. mit Fans und Mitgliedern, aber auch mit Partnern und Sponsoren. Die VfL-Familie und das Umfeld des Vereins besteht aus diversen Anspruchsgruppen. Im Zuge der Masterarbeit zur Wesentlichkeitsanalyse wurden jedoch insgesamt sieben wichtige Stakeholder-Gruppen identifiziert:

## FANS

Unsere Fans und Mitglieder sind nicht nur eine zentrale Anspruchsgruppe, sondern auch eine besonders große, diverse und emotionale. Sie sind eine der tragenden Säulen des Klubs und haben eine besonders intensive Verbindung zum VfL. Daher ist es selbstverständlich, dass sie auch möglichst stark einbezogen werden sollen. Gleichzeitig ist es aufgrund der Vielzahl an Menschen nahezu unmöglich, alle gleichzeitig einzubinden. Es ist dennoch das Ziel, über passende Formate mit einer möglichst repräsentativen und wechselnden Anzahl an Fans und Mitgliedern in den Dialog zu kommen. Die Formate reichen von jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen des VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V. über die Arbeit des Fangremiums – von den Fans gewählte Vertreter, die im Austausch mit dem Klub stehen – bis hin zum FanForum, einem Format, bei dem Fans und Klub-Verantwortliche über wichtige Themen diskutieren. Außerdem gibt es eine Vielzahl von Veranstaltungen für Fans und Mitglieder.

Darüber hinaus werden die Kontaktmöglichkeiten fortlaufend weiter professionalisiert. Beispielsweise wird das erste eigene Service Center des VfL Bochum 1848 eröffnet. Dadurch wird die Kontaktaufnahme noch einmal leichter möglich sein und die Qualität der Unterstützung verbessert sich.

**Über verschiedene Kommunikationskanäle werden unsere Fans und Mitglieder mit Informationen versorgt. Diese reichen von Social Media-Aktivitäten über Homepagebeiträge bis hin zu Newsletter, VfL-App, VfL-Echo (Stadionmagazin) und MEIN VfL (Mitgliedermagazin).**

Als direkte – und damit besonders wichtige – Schnittstellen fungieren die Abteilungen Fanbelange und Mitgliederwesen. Diese stehen im direkten Austausch mit den jeweiligen Personenkreisen und kümmern sich um Anliegen, aber auch Konflikte. Sie schaffen eine Dialogplattform und begleiten Fans und Mitglieder.

Diese beschriebenen Maßnahmen geben uns wichtige Aufschlüsse darüber, was die Fans und Mitglieder bewegt und wie wir die Themen in unserer Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigen können. Auch für Fans und Mitglieder sind zu den bekannten Formaten neue geplant, um zu Nachhaltigkeitsthemen in den Austausch zu kommen.



## MITARBEITENDE (INKL. SPIELER UND SPIELERINNEN SOWIE NACHWUCHS)

Eine für die alltäglichen Abläufe und organisatorische Weiterentwicklung besonders wichtige Gruppe sind unsere Mitarbeitenden, die sich jeden Tag aufs Neue für den Verein einsetzen und unsere Werte mit Leben füllen. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, an den nachhaltigkeitsbezogenen Projektgruppen zu partizipieren und sich im Sinne der nachhaltigen Entwicklung einzubringen.







BOCHUM

7

STÖGER



## KOMMUNE

Als großer Sportverein in der Region tragen wir dazu bei, die Kommune insgesamt nachhaltiger zu gestalten. Deshalb stehen wir mit Stadt und städtischen Verbänden (bspw. Stadtsportbund Bochum) im **regelmäßigen Austausch**, um zukünftige Vorhaben gemeinsam anzugehen.

## GREMIEN

Auch im Bereich der nachhaltigen Entwicklung des VfL Bochum 1848 sind wir auf das Vertrauen unserer Gremien angewiesen. Regelmäßig wird in internen Treffen zwischen der Geschäftsführung und den Gremien über die Zukunft des Vereins entschieden.

## NGOs

NGOs (Non-governmental organisations) – zu Deutsch „Nichtregierungsorganisationen“ – sind Interessensverbände, die sich aus der Zivilgesellschaft heraus entwickelt haben und gemeinnützigen Zwecken dienen. Der VfL kooperiert beispielsweise mit vielen gemeinnützigen Vereinen. Zum einen unterstützen wir dabei ihre Arbeit, um uns lokal für die Interessen und Bedarfe schutzbedürftiger Menschen zu engagieren. Zum anderen entwickeln wir partnerschaftlich Themen und Projekte und profitieren gegenseitig von unserem Wissen und unseren Möglichkeiten. Die Zusammenarbeit mit solchen gemeinnützigen Organisationen ist somit ein essenzieller Teil unseres gesellschaftlichen Engagements und unserer nachhaltigen Entwicklung. NGOs sind auf ihren Gebieten bestens vernetzt, haben das Wissen von Expertinnen und Experten, den direkten Draht zur Zielgruppe und sind somit wichtige Partner, um Wirkung nach innen und außen zu erzielen.

## WISSENSCHAFT

Bei der Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie spielt die glaubwürdige Verankerung der Themen eine besondere Rolle. Bei unseren Inhalten orientieren wir uns an wichtigen globalen und wissenschaftlichen Standards. Nachdem bereits seit vielen Jahren eine enge Kooperation mit der **Ruhr-Universität Bochum** besteht, wurde im Jahr 2021 eine besondere Partnerschaft mit der **Hochschule Bochum** abgeschlossen. Die Hochschule bietet einen Bachelor- und zwei Masterstudiengänge im Bereich der Nachhaltigkeit an und ist in zahlreichen Forschungsprojekten aktiv, bei denen Nachhaltigkeit ein zentraler Aspekt ist.


Die Schwerpunkte der Zusammenarbeit liegen in der Durchführung gemeinsamer Informationsveranstaltungen (z. B. Fachvorträge) und der Bearbeitung praxisrelevanter Aufgabenstellungen im Themenfeld „Nachhaltige Entwicklung“. Die Vereinbarung gilt für Lehre, Forschung, Transfer und Beratung. **Damit ist die Hochschule Bochum einer der wichtigsten strategischen Partner im Bereich der Nachhaltigkeit** und die Meilensteine der Nachhaltigkeitsstrategie wurden immer mit gemeinsamen Projekten verknüpft. Darüber hinaus profitieren wir nicht nur von dem objektiven wissenschaftlichen Blick, sondern kommen auch mit vielen jungen Menschen und guten sowie kreativen Ideen in Kontakt.

## PARTNER UND SPONSOREN

Partner und Sponsoren sind nicht nur wirtschaftlich für den VfL wichtig. Zusammen gehen wir gemeinsame Themen an, die auf Nachhaltigkeit einzahlen. Um den Austausch und die gemeinsame Wirkung zu intensivieren, werden zukünftig themenspezifische Workshops etabliert.








**Unsere VfL-Partner stellen einen wichtigen Beitrag zur Leistungsfähigkeit des VfL dar. Mit unseren Partnern möchten wir uns weiterentwickeln, indem wir die gemeinsamen Potentiale nutzen, um nachhaltige Mehrwerte für die Gesellschaft zu schaffen.**

– DOMINIK PACHE  
SENIOR SALES & NACHHALTIGE  
PARTNERSCHAFTEN



Aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie konnten in der Saison 2021/22 keine Veranstaltungen, die die Teilnahme von vielen Menschen in Präsenz voraussetzen, geplant werden. Wichtige Themen, die von den verschiedenen Gruppen eingebracht wurden, erstreckten sich in der Saison 2021/22 durch die Corona-Pandemie besonders auf Sicherheitsbedürfnisse, aber auch die Gestaltung und Durchführung der Spieltage. Diese Themen wurden auf verschiedenste Weise an uns herangetragen. Durch eine einheitliche Kommunikation bspw. über unsere Internetseite oder den Newsletter an Mitglieder wurde versucht, alle Gruppen schnell und unkompliziert zu den Themen abzuholen.

Im Jahr 2023 werden neue Formate geplant, um mit den Stakeholdern zu Nachhaltigkeitsthemen in den Austausch zu gehen. Gemeinsam können wir die Themen nicht nur inhaltlich vorantreiben, sondern auch voneinander lernen. Das wollen wir nutzen, um unsere Wirkung auf die Umwelt und die Gesellschaft positiv zu gestalten. Im ersten Schritt wird eine ganzheitliche Stakeholderanalyse durchgeführt, um die Ergebnisse gezielt und bedarfsgerecht einbinden zu können.



## MITARBEITENDE

(INKL. SPIELER UND SPIELERINNEN SOWIE NACHWUCHS)

- Weiterentwicklung
- Werte des Vereins
- Partizipation
- Nachhaltige Entwicklung



## KOMMUNE

- Regelmäßiger Austausch mit Stadt und Verbänden
- Herausforderungen gemeinsam stemmen
- Ziel der nachhaltigen Kommune



## WISSENSCHAFT

- Verankerung unserer Nachhaltigkeitsstrategie
- Orientierung an globalen, wissenschaftlichen Standards
- Enge Kooperation mit Ruhr-Universität Bochum
- Besondere Partnerschaft mit der Hochschule Bochum



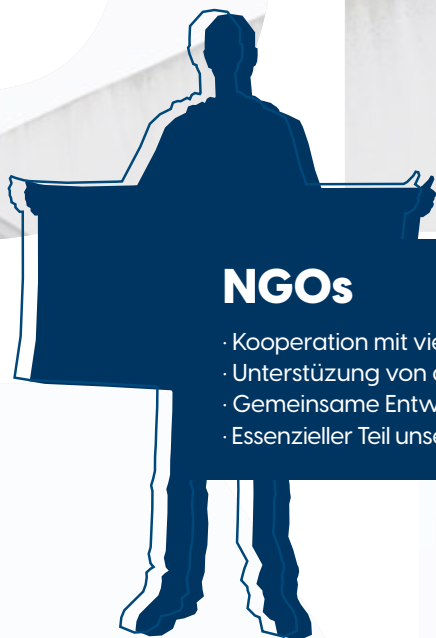
## FANS

- Zentrale Anspruchsgruppe
- Stetiger Dialog über zahlreiche Kanäle und Formate
- Verbesserung der Kontaktaufnahme
- Neue Formate und Kanäle in Planung



## GREMIEN

- Vertrauensbildung und -stärkung
- Regelmäßige Treffen zwischen GF und Gremien
- Gemeinsames Entscheiden über die Zukunft des Vereins



## NGOs

- Kooperation mit vielen gemeinnützigen Vereinen
- Unterstützung von deren Interessen, Arbeit und Zielen
- Gemeinsame Entwicklung von Themen und Projekten
- Essenzieller Teil unseres gesellschaftlichen Engagements

# DIE ANSPRUCHSGRUPPEN IN DER ÜBERSICHT





## JUNGE MENSCHEN BAUEN UNSERE WELT VON MORGEN

Neben dem Austausch mit den genannten Gruppen wollen wir zusätzlich den Austausch mit jüngeren Menschen stärken, um einerseits herauszufinden, wie der zukünftige Fußball und das Stadionerlebnis aussehen können, aber auch um ihnen Gehör zu verschaffen. Deshalb werden wir im Jahr 2023 den Beirat „Zukunft“ etablieren. Dieser wird aus mehreren Vertreterinnen und Vertretern im Alter von 14 – 25 Jahren bestehen, die in regelmäßigen Treffen die Möglichkeit bekommen, sich auszutauschen. Ihre Ideen und Bedürfnisse werden daraufhin der Geschäftsführung vorgestellt und sollen bei der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells einbezogen werden.

# INNOVATIONS- UND PRODUKT- MANAGEMENT

## DNK 10

Als Unternehmen in der Branche des Profifußballs sind wir kein klassisches Wirtschaftsunternehmen. Unser Kerngeschäft bezieht sich auf alle Produkte und Dienstleistungen, die mit dem sportlichen Wettkampf zu tun haben. So ist alles rund um den Spieltag für uns als relevant einzustufen. Da wir viele Produkte selbst beziehen, und diese nicht selbst entwickeln, können wir, wie in Kriterium vier beschrieben, zunächst darauf achten, dass wir diese möglichst nachhaltig einkaufen. Wichtig ist, dass Nachhaltigkeit bei jedem Schritt der Produktentwicklung mitgedacht wird. Beispiele hierfür sind das Angebot einer Bratwurst auf pflanzlicher Basis oder die Umstellung der Materialien, aus denen die Merchandise-Artikel hergestellt werden.

Ein klassischer Zielkonflikt in diesem Bereich ist, dass es wirtschaftlich für uns relevant ist, wenn mehr Menschen unsere Fanartikel kaufen. Aus ökologischer Perspektive ist es allerdings besser, wenn weniger Produkte hergestellt werden müssten, damit die Umwelteinwirkungen möglichst gering sind. In diesem Spannungsfeld gilt es nachhaltige Lösungen zu finden, die wirtschaftlichen Erfolg und soziale bzw. ökologische Mehrwerte verbinden.

Ein klassisches Innovationsmanagement oder Vorschlagswesen existiert noch nicht. Jedoch arbeiten wir zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsleistung in offenen Arbeitsgruppen der vier Fokusthemen an innovativen Lösungen. Die Treffen der jeweiligen Arbeitsgruppen sind für alle Mitarbeitenden frei zugänglich und werden frühzeitig kommuniziert. Dies ermöglicht es uns, innovative Ansätze noch bedarfsgerechter zu entwickeln.

Wie in Kapitel vier Kriterium, versuchen wir deshalb im ersten Schritt, die Produkte, die wir verkaufen, nachhaltiger zu beschaffen. Dazu zählen sowohl Materialien bzw. das Produktdesign, Verpackungen als auch Transportwege.

Zukünftig werden wir zudem neue Anreize schaffen, damit die Fanartikel möglichst lange gebraucht und nicht weggeworfen werden. Hierzu besteht ein regelmäßiger Austausch innerhalb der Projektgruppe „Nachhaltige Unternehmensführung und Lieferkette“ und es werden gemeinsam Lösungsmöglichkeiten skizziert.



## Was ist das Ziel des Beirats?

Junge Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen einzubinden und zu verstehen, um diese bei der Weiterentwicklung des Klubs abzubilden.

Der Beirat wird erstmals Ende April 2023 tagen und die letzten Wochen der Saison nutzen, um sich eine eigene Struktur (z. B. Nachfolgeregelung, Schwerpunktthemen, Aufteilung der Aufgaben) zu geben.

## Was kann der Beirat beim VfL bewirken?

- Der Beirat gestaltet die zukünftige VfL-Ausrichtung mit.
- Er bringt sein modernes Verständnis von (gesellschaftlichen) Themen ein.
- Durch seine Arbeit stößt er nach dem Motto „Eure Meinung ist entscheidend: Ihr könnt wichtige Prozesse beim VfL mitgestalten“ Veränderungsprozesse im Klub an.
- Mit seinen frischen Ideen ist er Impulsgeber nach dem Motto „Eure Meinung ist innovativ: Ihr könnt neue Projekte beim VfL anstoßen“.

In der Saison 2023/24 wird er dann erstmals über eine ganze Saison an den Themen arbeiten.

## Mögliche Themen sind:

- Kinderrechte und Kinderschutzkonzept
- Stadionerlebnis
- Merchandising
- Partnerschaften
- eSports
- Kommunikation
- Vielfalt

## BEIRAT ZUKUNFT

Wie in Kriterium neun beschrieben, führen wir den Beirat „Zukunft“ ein. Ein Ziel ist es, die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu identifizieren und daraus neue Ansätze und Projekte zu generieren. Dabei ist es essenziell, bei allen Entscheidungen das Thema Nachhaltigkeit konsequent mitzudenken.

Einen besonderen Stellenwert für unsere Zukunftsfähigkeit nehmen der Schutz, die Stärkung und insbesondere die Beteiligung junger Menschen ein.

Seit Jahren engagieren wir uns in Kooperation mit der Kindernothilfe als Vorreiter im Bereich Kinderschutz und arbeiten derzeit an Schulungskonzepten für den Breiten-sport. Doch sind junge Menschen – insbesondere Kinder – nicht nur schutzbedürftig, sondern auch sehr meinungsstark. Diese Meinungen umfassen auch klare Vorstellungen darüber, wie der Stadionbesuch in Zukunft aussehen soll und welche Erwartungshaltung gegenüber dem Fußball besteht. Solche starken Meinungen und Ideen möchten wir bei der Entwicklung der nachhaltigen Gesamtstrategie einbinden und haben daher das Gremium „Beirat Zukunft“ ins Leben gerufen. Dieses setzt sich aus jungen Menschen zwischen 14 und 25 Jahren zusammen, die damit der sogenannten „Generation Z“ angehören. Sie kommen aus den Bereichen Sport, Fans/Mitglieder und Nachhaltigkeit/Multiplikatoren. Gemeinsam wird an einer Vielzahl an Themen gearbeitet, die im Zusammenspiel mit den Fachabteilungen der Geschäftsführung präsentiert werden.





## HOCHSCHULE BOCHUM

Hochschulen sind Orte des kritischen Denkens, der Forschung und der Innovation. Sie identifizieren Herausforderungen und zeigen Konsequenzen auf. Durch Studien, Hochrechnungen und Zukunftsszenarien bieten sie Orientierung und tragen durch generiertes Handlungswissen zur Problemlösung und Zielerreichung bei. Die Kooperation mit der Hochschule Bochum ist für den VfL Bochum 1848 besonders im Nachhaltigkeitsbereich von großer Bedeutung, da wir gemeinsam neues Wissen schaffen, welches wir dann zur Verfügung stellen.





# 02

ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT  
(DNK 11 – 13)

# BLÜH AUF! BLUME IM REVIER

# ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

## EINLEITUNG

Der von Menschen verursachte Klimawandel schreitet in großen Schritten voran. Die Mengen an ausgebrachten klimaschädlichen Gasen steigen kontinuierlich an und sorgen dafür, dass sich die Erde aufheizt. Diese klimaschädlichen Gase werden vor allem durch das Verbrennen fossiler Energieträger wie Kohle, Gas und Öl verursacht. Diese Verbrennungsenergie wird zum Beispiel genutzt, um Strom und Wärme für die Herstellung von Produkten oder Gebäude zu erzeugen oder um Personen und Waren mit dem Auto, Flugzeug oder Schiff von A nach B zu transportieren. Mit unserer jetzigen Klimapolitik steuern wir auf eine Erderwärmung von durchschnittlich ca. 3°C zu. Die Wissenschaft ist sich jedoch einig, dass wir bereits bei einer durchschnittlichen Erhöhung der Erdtemperatur von 1,5°C unumkehrbare Schäden an unserer Umwelt erzeugen, die unser Leben deutlich negativ beeinflussen werden. Dafür bedarf es drastischer CO<sub>2</sub>-Einsparungen. Was das 1,5°C-Ziel betrifft, muss man es sich ungefähr so vorstellen: **Wir brauchen drei Punkte, liegen mit einem Tor zurück und befinden uns bereits in der Nachspielzeit.** Jede Sekunde zählt.

Unsere Aktivitäten als professioneller Fußballklub stehen mit nicht unerheblichen Verbräuchen natürlicher Ressourcen in Verbindung. In den folgenden Abschnitten soll dargelegt werden, welchen ökologischen Fußabdruck unsere Geschäftstätigkeiten haben und wie wir mit diesen aktuell umgehen beziehungsweise umgehen wollen.

Im Sinne von "Gefahr erkannt, Gefahr gebannt" verfolgen wir das klare Ziel, diesen Fußabdruck im ersten Schritt genau zu beziffern und darauf aufbauend Maßnahmen einzuleiten, um diesen schrittweise zu verkleinern.

Für den ökologischen Schwerpunkt in diesem Nachhaltigkeitsbericht dient besonders die Masterarbeit zur Ökobilanzierung nach OEF (siehe Info-Box) als wesentliche Grundlage. In ihr wurden für die Saison 2021/22 die ökologischen Auswirkungen in allen Wirkungskategorien (also auch CO<sub>2</sub>e) betrachtet.



## ÖKOBILANZ NACH OEF

Im Sommer 2022 hat der VfL Bochum 1848 eine **Ökobilanz nach dem OEF** für die Saison 2021/2022 erstellt. Der Organisation Environmental Footprint (OEF) wurde von der Europäischen Kommission entwickelt, um die Auswirkungen von unternehmerischen Aktivitäten ganzheitlich in allen Wirkungskategorien systematisch zu analysieren (und somit die Vermeidung von einer reinen CO<sub>2</sub>-Betrachtung zu vermeiden).

Im ersten Schritt werden dafür sämtliche Material- und Energieflüsse aus diesem Zeitraum erfasst: Zum Beispiel die Verbrauchswerte für Strom, Fernwärme, Wasser, Benzin und Diesel, sowie eingekaufte Produkte aus den Bereichen Merchandising, Catering, Facility Management und allgemeinen Arbeitsmaterialien. Im nächsten Schritt werden diese Energie- und Materialmengen mit bestimmten Emissionsfaktoren hinterlegt. Die Emissionsfaktoren liegen teilweise sehr genau vor und müssen speziell auf Produktebene oftmals unter Annahme von Fertigungs- und Lieferketten mit Hilfe von Computerprogrammen und Datenbanken modelliert und geschätzt werden. Hier gilt: Je höher die Datenqualität der Produkte und Prozesse, desto besser die Schätzung. Zum Schluss werden all diese Emissionen in bestimmte Wirkungsgrößen umgerechnet, wie beispielsweise den Einfluss auf den Klimawandel, Versauerung oder Überdüngung.

Durch unsere Tätigkeiten beeinflussen wir besonders folgende SDGs:

**13** MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



### SDG 13

Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

#### RELEVANTES UNTERZIEL

##### 13.1

Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken

##### 13.2

Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen

##### 13.3

Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern

#### WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?

Durch unsere Ökobilanzierung schaffen wir Transparenz über die ökologischen Auswirkungen unserer Aktivitäten. Wir möchten die Datenqualität unserer Ressourcenverbräuche durch Maßnahmen wie der Implementierung smarterer und kleinteiliger Verbrauchszähler stetig verbessern und auf dieser Grundlage Einsparpotenziale identifizieren. Außerdem haben wir eine Potenzialanalyse für die Verbesserung der Biodiversität an unserem Standort durchgeführt. Durch die Installation von E-Ladesäulen auf unserem Gelände helfen wir dabei, das Konzept der E-Mobilität voranzutreiben. Neben der Einflussnahme auf unsere Emissionen versuchen wir, die Stärkung unserer Resilienz gegenüber den Risiken des Klimawandels, wie Starkregen oder Dürren, gleichermaßen zu erhöhen.

**7** BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



### SDG 7

Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern

#### RELEVANTES UNTERZIEL

##### 7.2

Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen

##### 7.3

Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln

#### WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?

Wir bauen unsere eigene PV-Anlage und erzeugen dadurch eigene erneuerbare Energie. Wir prüfen laufend, ob und wann wir Geräte austauschen und gehen beider Beleuchtung sukzessiv auf LED über.





## SDG 12

### Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen

#### RELEVANTES UNTERZIEL

##### 12.5

Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern

#### WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?

Großveranstaltungen sind mit erheblichen Mengen Abfall verbunden. Bei unseren Spielen bieten wir zwar durch unser beschränktes Angebot bei Getränken und Speisen wenig Abfallquellen an, dennoch müssen wir hier noch mehr Maßnahmen ergreifen.





# IN ANSPRUCH- NAHME VON NATÜRLICHEN RESSOURCEN

## DNK 11

Damit an der Castroper Straße Fußball gespielt werden kann, werden natürliche Ressourcen in Anspruch genommen. Unser Spieltags-, Geschäftsstellen- und Spielstättenbetrieb ist energieintensiv – vor, nach und während der Heimspiele.

Unsere Stadionbesucherinnen und -besucher reisen aus der ganzen Region und weit darüber hinaus an und werden bei uns mit Speisen und Getränken versorgt. In unseren Fanshops gibt es das ganze Jahr über VfL-Merchandise-Artikel zu kaufen – online und vor Ort. Wesentliche Ressourcenverbräuche, die aus diesen Aktivitäten resultieren, sollen im Folgenden näher beschrieben werden:

## ELEKTRISCHER STROM

Wir benötigen elektrischen Strom primär für Beleuchtung, Kühlung, Belüftung, Stromheizungen und Catering. Hierbei setzen wir auf einen emissionsarmen Ökostromtarif der Stadtwerke Bochum. In der Saison 2021/22 wurden in Summe 1.698.883 kWh elektrischer Strom verbraucht. Das entspricht dem durchschnittlichen Jahresverbrauch von rund 680 Zwei-Personen-Haushalten.

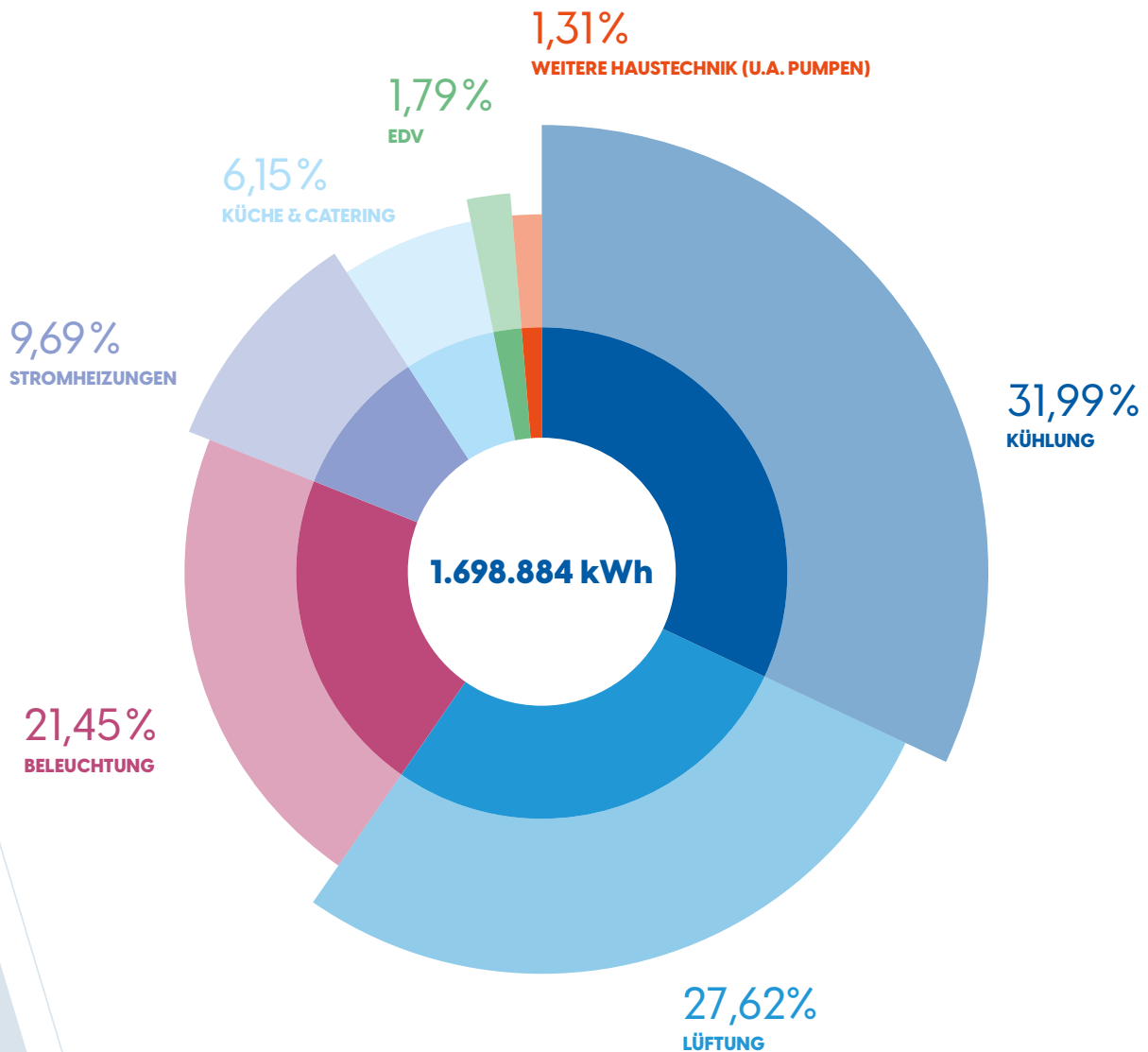
Aktuell können wir durch die Zählerstände auf unseren Abrechnungen sagen, wie viel Strom insgesamt verbraucht wurde. Diese Zahl allein lässt jedoch keine Rückschlüsse auf die genaue Verbrauchscharakteristik und somit Einsparpotenziale zu. Daher wurde im Rahmen der Ökobilanz versucht, den Gesamtverbrauch einzelnen Betriebseinheiten bzw. Verbrauchergruppen schätzungsweise zuzuordnen.

Die in der Tabelle „Stromverbrauch Saison 2021/22“ gezeigten Zahlen ergeben sich aus Berechnungen unter gewissen Annahmen. So wurden beispielsweise im ersten Schritt sämtliche Leuchtmittel an der Castroper Straße, von Flutlichtern und Tribünenbeleuchtung im Stadion über Rasenbeleuchtung bis hin zu den Deckenleuchten in den Büros, gezählt und mitsamt ihrer elektrischen Leistung in Watt erfasst. Im nächsten Schritt wurden die Benutzungstunden der einzelnen Lampen und Scheinwerfer pro Jahr geschätzt und mit der Leistungsaufnahme multipliziert. Analog zu diesem Vorgehen wurde mit sämtlichen Betriebseinheiten verfahren und die gesamten geschätzten Verbräuche addiert. Die prozentuale Abweichung der gesamten Schätzung zum tatsächlichen Verbrauch wurde im Anschluss als Korrekturfaktor für die einzelnen Betriebseinheiten verwendet, damit die Summe der Schätzungen dem tatsächlichen Verbrauch nahekommt.

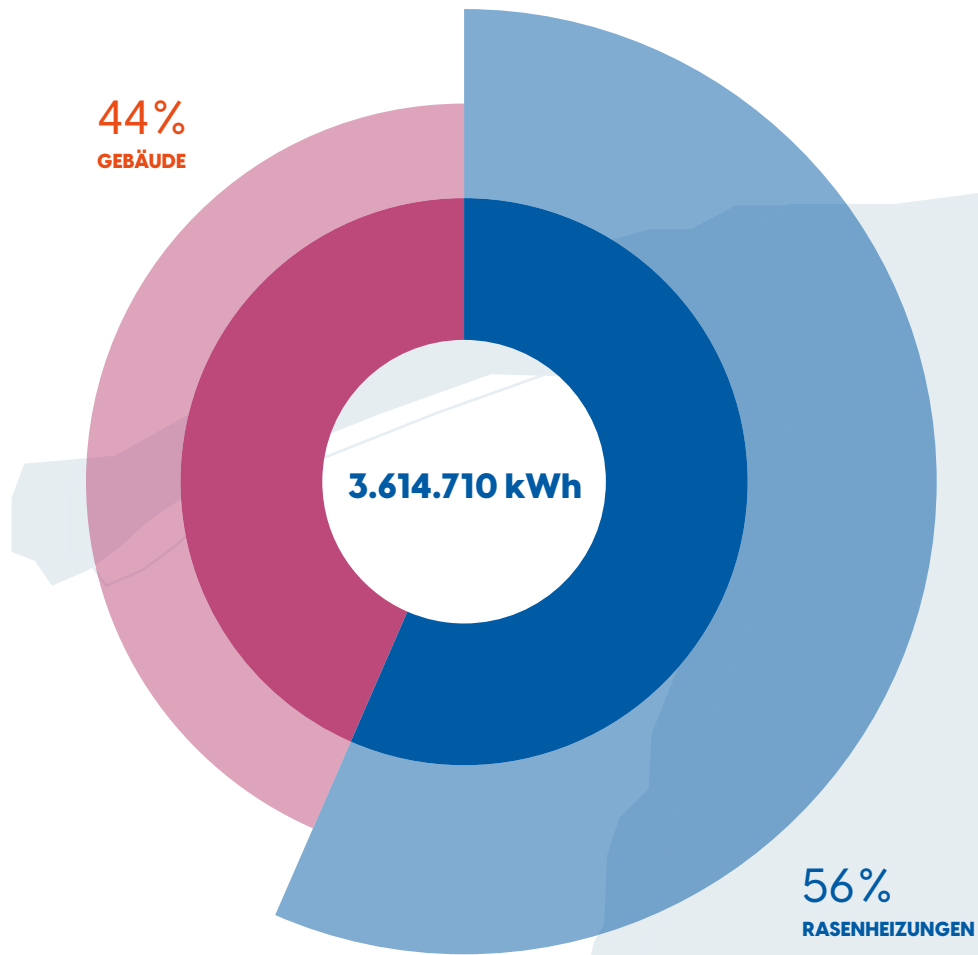
### Geschätzter Stromverbrauch 2021/22

Betriebseinheit	Verbrauch in kWh	Verbrauchsanteil in %
Kühlung	543.456	31,99 %
Lüftung	469.266	27,62 %
Beleuchtung	364.436	21,45 %
Stromheizungen	164.692	9,69 %
Küche & Catering	104.468	6,15 %
EDV	30.328	1,79 %
Weitere Haustechnik (u.a. Pumpen)	22.238	1,31 %
<b>Gesamt</b>	<b>1.698.884</b>	<b>100,00 %</b>

### Geschätzter anteiliger Stromverbrauch 2021/22



44%  
GEBÄUDE



56%  
RASENHEIZUNGEN

## FERNWÄRME

Fernwärme beschreibt die Belieferung von Gebäuden mit Wärmeenergie aus Kraftwerken. Diese Wärmeenergie wird dann über ein Wärmenetz zum Verbraucher transportiert. Fernwärme hat aus ökologischer Sicht den Vorteil, dass sie durch die so genannte Kraft-Wärme-Kopplung höhere Wirkungsgrade erzielt und somit energieeffizienter ist und weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen als konventionelle Heizungen (direktes Verbrennen von Erdgas oder Öl) verursacht.

Die Fernwärme beim VfL wird ungefähr zu einer Hälfte als Heizenergie für die Rasenplätze und zur anderen Hälfte zum Beheizen der Gebäude (primär Geschäftsstelle und Stadion) sowie Bereitstellung von warmem Wasser verwendet.

Die Rasenheizungen dienen dazu, den Rasen vor zu geringen Temperaturen und Frost zu schützen und somit den Trainings- und Spielbetrieb zu gewährleisten. Der Verbrauch korreliert sehr stark mit den Außentemperaturen und somit wurden mehr als 96% der Energie für die Rasenheizungen in den Monaten November 2021 – April 2022 verbraucht.

In den Gebäuden wird die Fernwärme überwiegend zum Heizen der Räumlichkeiten genutzt. Auch hier besteht logischerweise ein großer Zusammenhang mit den Außentemperaturen. Im gesamten Stadion gibt es auf sämtlichen Toiletten kein warmes Wasser, was im Sinne eines niedrigen Energieverbrauchs von Vorteil ist.

In der Saison 2021/2022 wurden in Summe 3.614.710 kWh Fernwärme verbraucht.

## MOBILITÄT

Der Ressourcenverbrauch für die Mobilität rund um den VfL gliedert sich in zwei Bereiche: zum einen die Mobilität unserer Mitarbeitenden sowie Profi- und Nachwuchsspieler und zum anderen die Mobilität der Fans an Heim- und Auswärtsspielen. Jeder Personenkilometer ist mit Ressourcenverbrauch und letzten Endes mit CO<sub>2</sub>-Emissionen behaftet.

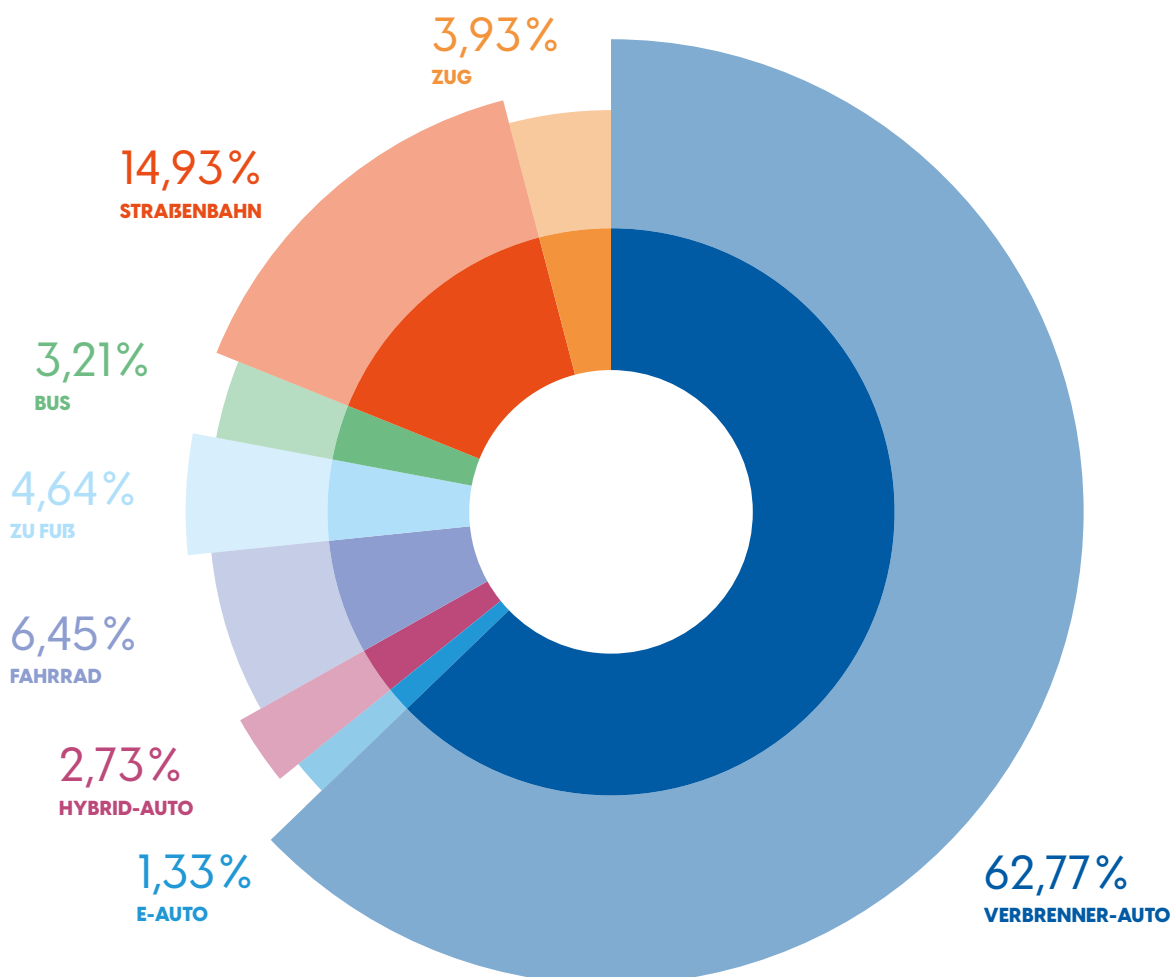
## FUHRPARK UND DIENSTREISEN (INKLUSIVE MANNSCHAFT)

Damit wir unserer Arbeit als professioneller Fußballklub nachgehen können, müssen wir immer wieder Strecken innerhalb und außerhalb von Bochum zurücklegen. Unsere Spieler sind 2021/2022 in der Regel per Mannschaftsbus, manchmal per Fernzug und in seltenen Fällen auch per Flugzeug zu ihren Auswärtsspielen und Trainingslagern an- und abgereist. Das Talentwerk verfügt über eine Flotte von Kleinbussen, mit denen die Nachwuchsspieler zum Training gefahren werden. Ebenso verfügen die Geschäftsstelle, das Scouting, sowie Trainerteam und Geschäftsführung über Dienstfahrzeuge. Zug- und Flugreisen werden über externe Dienstleister gebucht. Insgesamt wurden 77.120 Personenkilometer in Fernzügen und 142.212 Personenkilometer in Flugzeugen zurückgelegt. Mit dem VfL-Fuhrpark wurden für Dienstreisen 67.446 Liter Diesel und 6.337 Liter Benzin verbraucht. Die damit einhergehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen belaufen sich auf 209.058 kg.

## MITARBEITENDENMOBILITÄT

Der Großteil der Mitarbeitendenmobilität entfällt auf die Pendelmobilität zwischen Wohnort der Angestellten des VfL und dem Arbeitsplatz. In der Saison 2021/2022 haben VfL-Mitarbeitende in Summe 1.258.081 Personenkilometer durch Pendelmobilität zurückgelegt. Da es ökobilanziell teilweise einen erheblichen Unterschied macht, mit welchem Verkehrsmittel diese Personenkilometer zurückgelegt werden, macht es Sinn, diese zu unterscheiden. Bei der Erstellung der Ökobilanz wurden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des VfL mit Hilfe von elektronischen Fragebögen zu ihrem Anreiseverhalten befragt. Neben den Personenkilometern konnte somit auch erfasst werden, welche Verkehrsmittel dabei genutzt wurden. Die Personenkilometer teilen sich wie folgt auf die einzelnen Verkehrsmittel auf:

### Verkehrsmittel Mitarbeitendenmobilität 2021/22



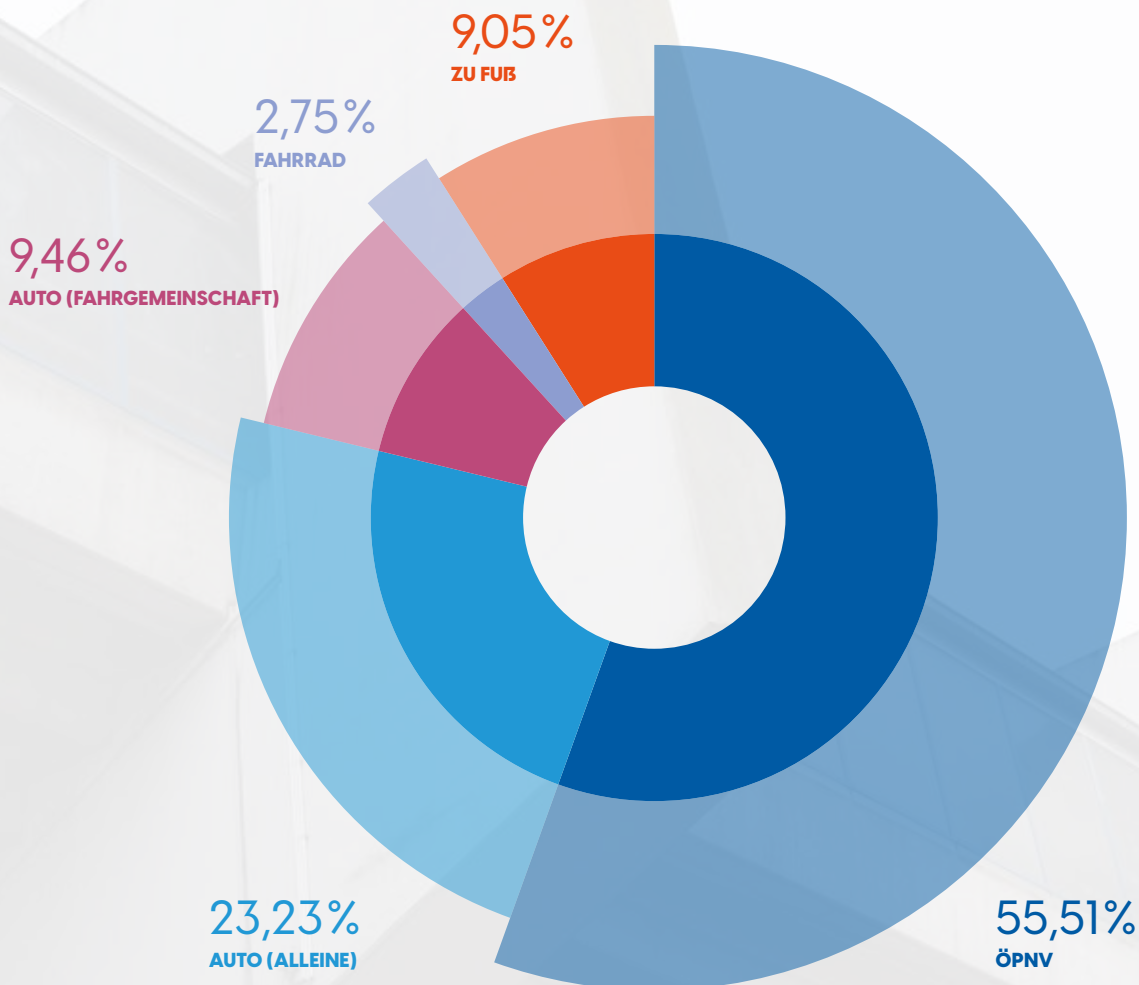
# FANMOBILITÄT

In der Kategorie Fanmobilität werden die Bewegungen der Stadionbesucherinnen und -besucher an Heimspielen beschrieben. Die Fans reisen aus der ganzen Region an und teilweise noch weit darüber hinaus. Somit unterscheiden sich die zurückgelegten Personenkilometer von Fan zu Fan erheblich. Darüber hinaus unterscheiden sich auch die Anreisearten wie ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß, PKW oder Zug und die damit verbundenen Umwelteinwirkungen deutlich. Da in der Saison 2021/2022 viele Spiele wegen der Corona-Pandemie ohne Zuschauende stattgefunden haben, haben wir die Auswertungen aus der Saison 2018/2019 herangezogen und werden zukünftig neue Umfragen durchführen, um ein aktuelles Bild zu erhalten.

Diese genau zu beziffern ist ausgesprochen schwierig. Für eine möglichst genaue Aussage haben wir im ersten Schritt über die Postleitzahlen der Ticketkaufenden die durchschnittlichen Entfernungen vom jeweiligen Wohnort zum Stadion ermittelt. Ausgenommen von dieser Betrachtung sind Dauer- und VIP-Karten. Im nächsten Schritt haben wir die Ergebnisse einer Umfrage zum Anreiseverhalten unserer Fans herangezogen.



## Anreiseverhalten der Fans (Stand 2018/2019)

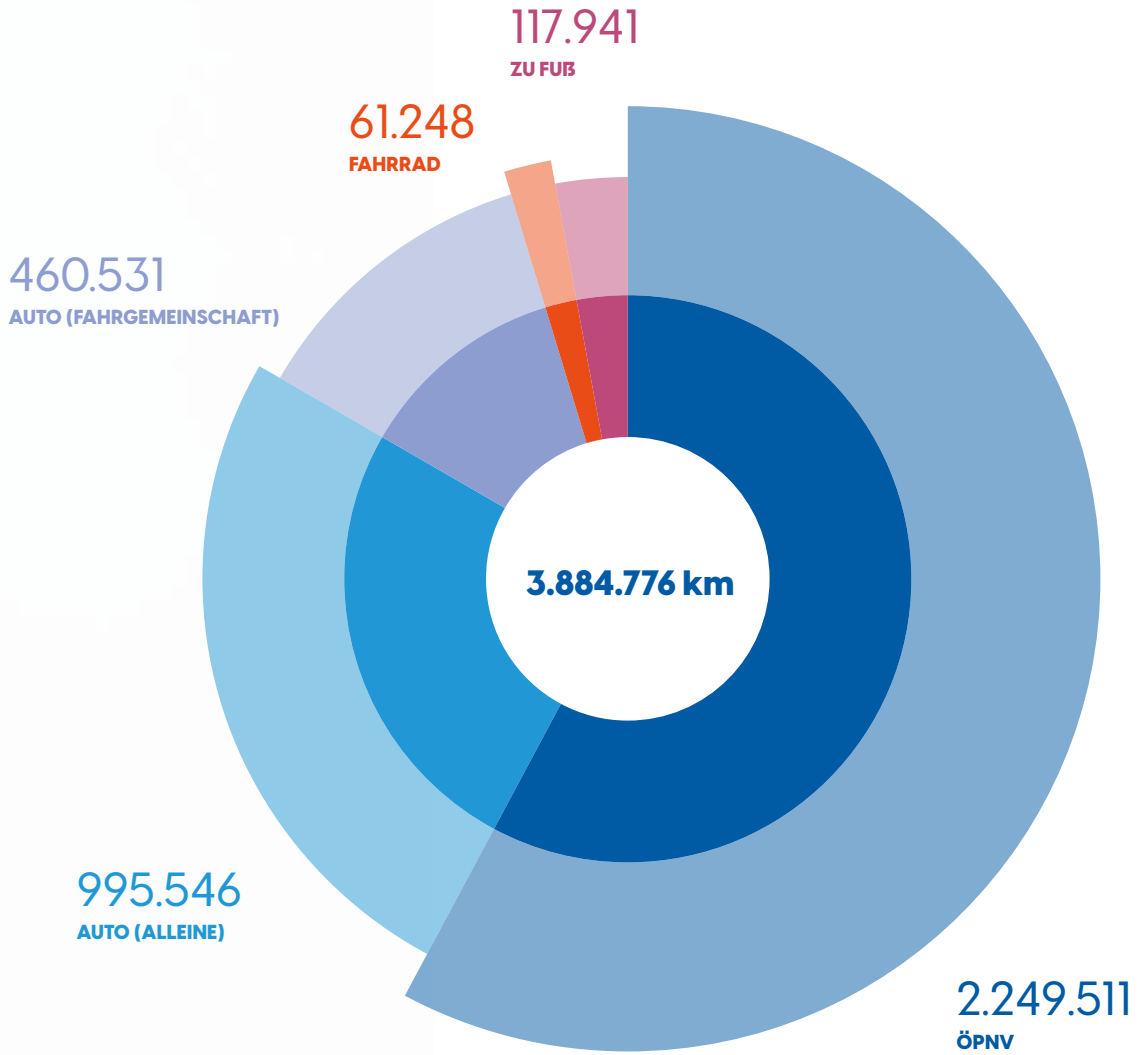






Die Entfernungsdaten wurden auf die tatsächlichen Stadionbesucherinnen und -besucher hochgerechnet und mit dementsprechenden Anreiseverhalten multipliziert. In Summe wurden 3.884.776 Personenkilometer zurückgelegt, welche sich wie folgt auf die Anreisearten ÖPNV, PKW (alleinreisend und Fahrgemeinschaft), Fahrrad und zu Fuß aufteilen:

**Personenkilometer Fans 2021/22**



**Insgesamt hat dieses Anreiseverhalten zu einem Ausstoß von schätzungsweise 520t CO<sub>2</sub> geführt.**

Kategorie	CO <sub>2</sub> -Emissionen in kg	Anteil in %
Mobilität Fans	519.489,43	53,92 %
Mobilität Mitarbeitende	234.896,96	24,38 %
Mobilität Fuhrpark & Geschäftsreisen	209.058,28	21,70 %
<b>Gesamt</b>	<b>963.444,68</b>	<b>100,00 %</b>



## MERCHANDISING UND CATERING

Unsere Merchandise-Artikel – vor allem die Textilien – werden teilweise energieintensiv hergestellt und über weite Strecken transportiert. Ebenso die Lebensmittel, die wir über unseren Catering-Dienstleister Aramark anbieten. Wie in DNK-Kriterium 4 – Tiefe der Wertschöpfungskette erläutert, stecken hinter diesen Produkten ganz unterschiedliche Fertigungs- und Lieferketten, die mit unterschiedlichen Ressourcenverbräuchen und Umwelteinwirkungen in Verbindung stehen. Gerade hier lohnt sich ein prüfender Blick, weil diese Verbräuche und Emissionen aufgrund der komplexen Vorketten nicht immer leicht zu beziffern sind. Wo wurde produziert? Wie viel und vor allem welche Energie wurde für die Produktion verwendet? Wie werden die Produkte transportiert und zwischengelagert? Diese Infos sind für eine genaue Berechnung essenziell, aber in der Regel nur schwer zu bekommen. Oftmals liegen den Lieferanten diese Informationen selbst nicht vor oder sie möchten sie aus verschiedenen Gründen nicht freigeben. Im Rahmen der Ökobilanz mussten die zugrundeliegenden Umwelteinwirkungen also auf Grundlage von allgemeinen Datensätzen für vergleichbare Produkte und Fertigungsschritte geschätzt werden.

### CATERING

Im Bereich des Caterings unterscheiden wir zwischen Public und VIP. Der Public-Bereich beinhaltet sämtliche Kioske, sowie Getränke- und Essensstände im Stadionumlauf sowie auf den Verweilflächen, die für alle Stadionbesucherinnen und -besucher zugänglich sind. Die VIP-Bereiche beinhalten unsere Stadtwerke Bochum LOUNGE und den BESTBETON VIP-TREFF.

In den Public-Bereichen wurde in der Saison 2021/2022 vorrangig Bier sowie Brat- und Currywurst abverkauft. Darüber hinaus Limonaden, Wasser, Laugengebäck und saisonal auch Glühwein. In den VIP-Bereichen gibt es ein großes und abwechslungsreiches Angebot an Speisen in Form eines Selbstbedienungs-Buffets. Getränke können am Tisch oder an den Theken bestellt werden.



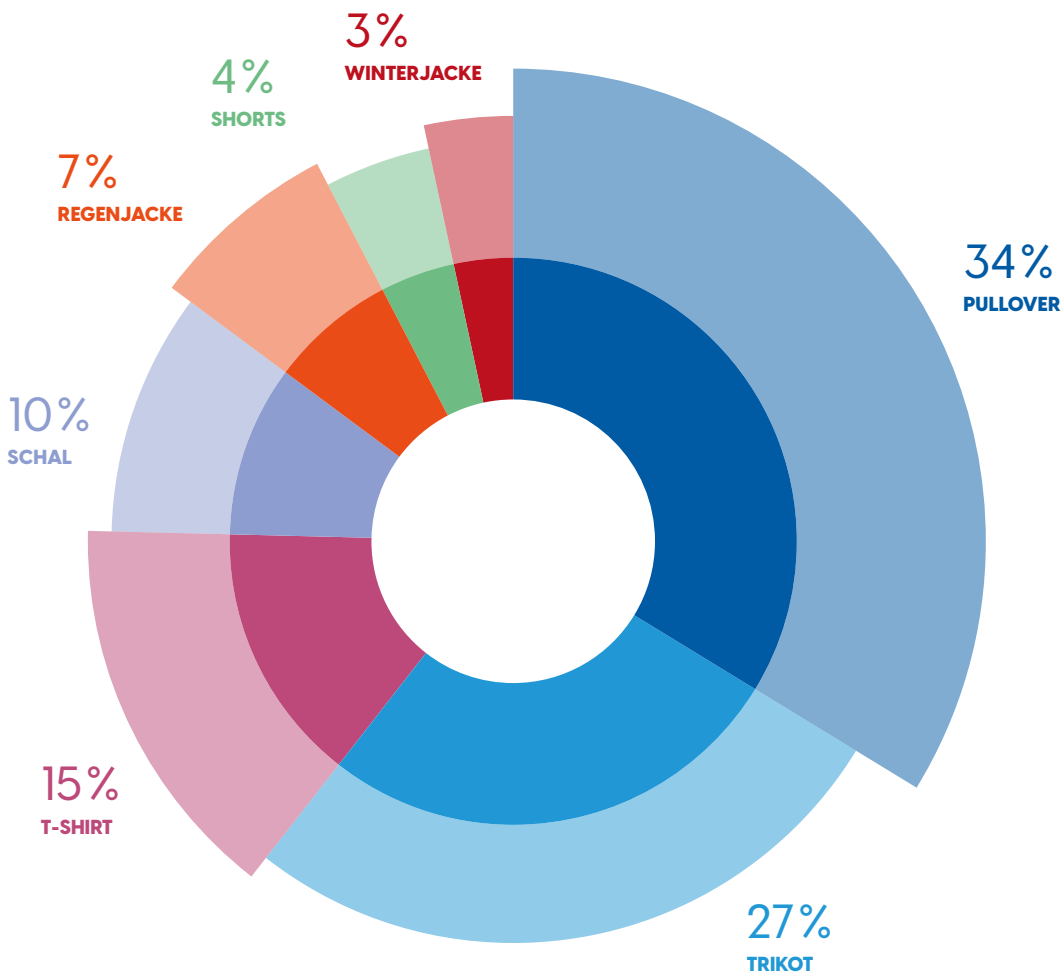
Da in den Public-Bereichen alle Getränke und Speisen einzeln abgerechnet werden, konnten genaue Daten über die Abrechnungen der Kassensysteme erhoben werden. Für die Abschätzung der Lebensmittelmengen in den VIP-Bereichen wurde in Zusammenarbeit mit dem Catering-Dienstleister Aramark ein repräsentatives Menü pro Person definiert und die entsprechenden Mengen auf die gesamte Gästezahl in den VIP-Bereichen hochgerechnet.

## MERCHANDISING

Für die Betrachtung der Merchandise-Artikel wurden die insgesamt bestellten Mengen der Saison 2021/22 herangezogen. Hier wird grob zwischen den Kategorien Textilien (z. B. Trikots, Schals, Pullover, T-Shirts, Jacken und Hosen) und sonstigen Merchandise-Artikeln (z. B. Tassen, Trinkflaschen, Brotdosen und Schokolade) unterschieden.

In Summe wurden 35.511 kg Textilien und 9.258 kg sonstiges Merch bestellt. Es zeigt sich sehr deutlich, dass die Textilien mit einem größeren ökologischen Fußabdruck behaftet sind und dementsprechend einen größeren Ressourcenverbrauch mit sich bringen. So entfallen über 90 % aller mit Merchandising in Verbindung stehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Produktgruppe der Textilien. In Summe wurden in der Saison 2021/22 durch die Bestellungen des gesamten Merchandising schätzungsweise 1.424.513kg CO<sub>2</sub> emittiert.

### Hotspot-Produkte CO<sub>2</sub>-Emissionen 2021/2022



## WASSER

Der Wasserverbrauch rund um das Vonovia Ruhrstadion kommt zum Großteil (ca. 86 %) durch die Bewässerung der Rasenplätze zustande und zu geringfügigen Anteilen durch die Nutzung innerhalb der Gebäude für bspw. Sanitärräume (Umkleide-, Wasch- und Toilettenräume) und Küchen.

Der gesamte Wasserverbrauch beim VfL betrug im Kalenderjahr 2021 rund  $25.561\text{m}^3$  (Kubikmeter), also rund 25,56 Millionen Liter. Das sind in etwa 6,8 olympische Schwimmbecken voll Wasser. Der Verbrauch wurde über die Jahresabrechnung des kommunalen Wasserversorgers ermittelt und bezieht sich deswegen auf ein Kalenderjahr. Der Wasserzähler wurde nicht zu Beginn und Ende der Saison abgelesen. Daher gilt die Annahme, dass der Verbrauch in einem Kalenderjahr (2021) gleich dem Verbrauch der betrachteten Saison ist (2021/2022).



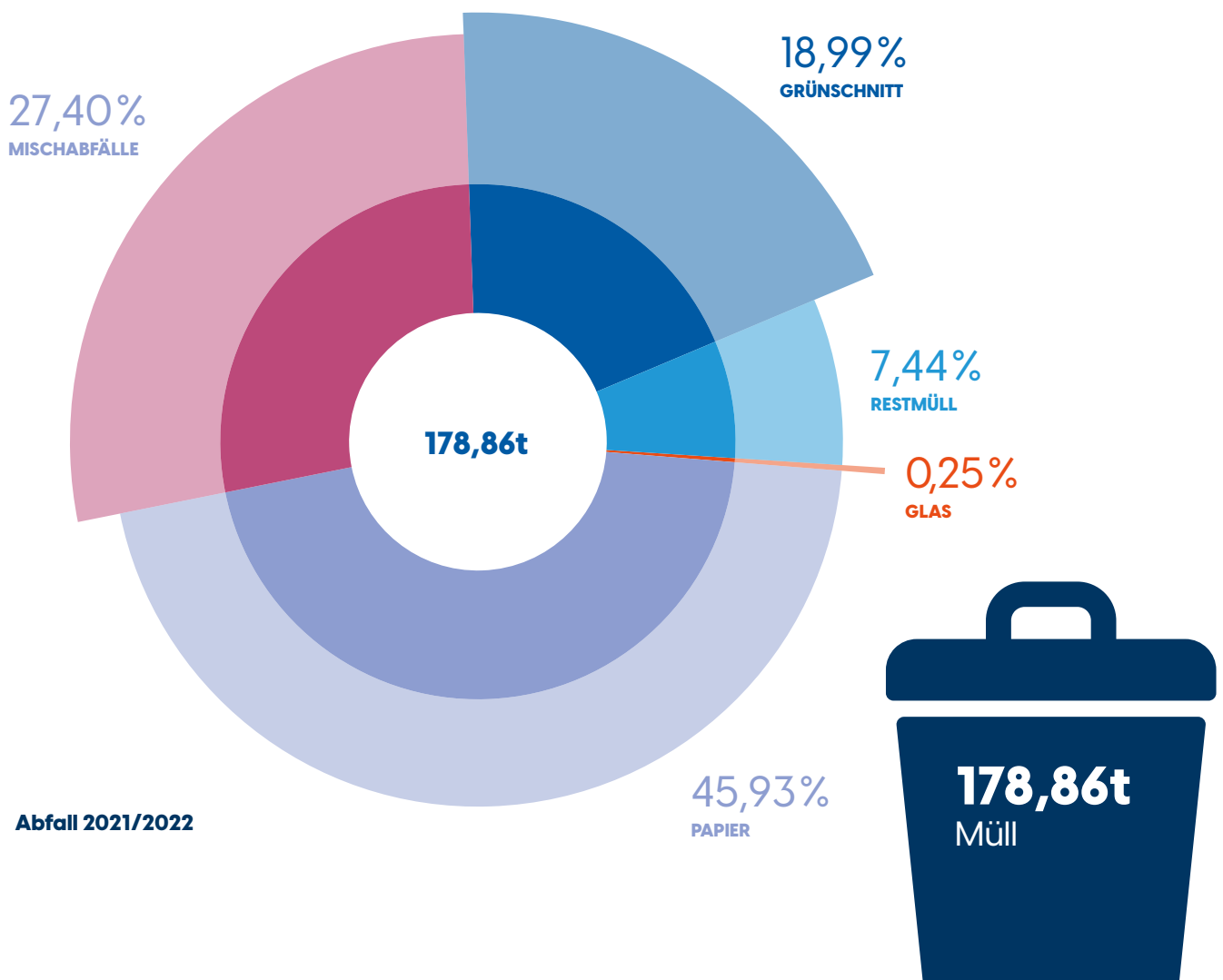


## ABFALL

Im Rahmen unserer Heimspiele – sportliche Großveranstaltungen mit insgesamt 265.507 Besucherinnen und Besuchern in 2021/2022 - entstanden vorwiegend Abfälle durch den Abverkauf von Speisen und Getränken. Die Abfälle im Bereich der Speisen sind Restmüll (Papierservietten, Pappschalen, Einweg-Geschirr aus Holz und Speisereste), bei den Getränkebechern handelt es sich um Einweg-Kunststoff-Becher aus PLA. Der Rohstoff für diese Becher wird aus Mais gewonnen und ist somit nachwachsend. Außerdem sind diese theoretisch kompostierbar. Allerdings muss fairerweise dazu gesagt werden, dass dies in den meisten Fällen nicht geschieht, sondern die Becher in der Regel wie normaler Restmüll verbrannt werden.

Innerhalb der Geschäftsstelle fallen Altpapier, Verpackungsabfälle, Restmüll und Glas an. Durch die Rasenplätze und Begrünung auf dem Gelände entstehen außerdem große Mengen an Grünschnitt.

In der Saison 2021/2022 sind insgesamt 178,86t Müll angefallen. Ermittelt wurde diese Zahl durch die Abrechnungen des Entsorgers. Sofern keine gravimetrischen Daten vorlagen, wurden die volumetrischen Daten mit Hilfe von entsprechenden Umrechnungsfaktoren ermittelt.



Abfall 2021/2022



74

# RESSOURCEN- MANAGEMENT

DNK 12



## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM



**Energieeffizienz** erhöhen

**SDG 7: Unterziel 7.3.**

Anteil von **erneuerbaren Energien aus Eigenerzeugung** erhöhen

**SDG 12: Unterziel 12.2.**

**Einsparungen** bei elektrischer Energie und Wärme (20 % zum Vorjahr)

**SDG 12: Unterziel 12.2.**



**Vermeidung bzw. Reduzierung** von Abfall u.a. durch die Reduzierung von Print-Medien und andere spieltagsbezogene Abfälle.

**SDG 12: Unterziel 12.5.**



Reduzierung des **Wasserverbrauchs**

**SDG 13: Unterziel 13.2.**

**Erstellung einer Umweltstrategie mit den Bestandteilen:**

- Analyse der Umweltauswirkungen
- Spielfeldbewirtschaftung
- Mobilität
- Energiemanagement
- Abfallmanagement
- Wassermanagement

**SDG 13: Unterziel: 13.1.**

**Innerbetriebliche Mobilität** nachhaltiger gestalten (Umstellung des Fuhrparks auf nachhaltigere Alternativen)

**SDG 13: Unterziel 13.2.**

Das übergeordnete Ziel des VfL Bochum 1848 ist es, den ökologischen Fußabdruck deutlich zu verringern. Um das zu realisieren, muss an vielen Stell-schrauben gedreht werden. Viele Prozesse, die lange Zeit Bestand hatten, müssen nun hinterfragt und teilweise grundlegend neu gedacht werden.

Wie im vorangegangenen Kapitel gezeigt wurde, entstehen an den verschiedensten Stellen unserer Aktivitäten Ressourcenverbräuche und Emissionen. Diese gehen mit Umwelteinwirkungen einher, welche das Risiko einer unumkehrbaren Veränderung des Klimas beschleunigen. Um unsere Umwelteinwirkungen und damit die Risiken zu minimieren, erarbeiten wir in der kommenden Saison mit dem Arbeitskreis „Ökologische Verantwortung“ konkrete Maßnahmen und Ziele. Ebenso sollen dort Richtlinien und Strukturen erarbeitet werden.

Da wir aktuell noch dabei sind, Ziele zu definieren, konkrete Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen sowie Daten zu erheben, die die Fortschritte möglichst präzise abbilden, können wir in unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht noch keine Fortschritte benennen.

## ERSTELLUNG EINER UMWELTSTRATEGIE

Um einen genauen Kurs für die ökologische Nachhaltigkeit des VfL festzulegen, wollen wir intern eine Umweltstrategie entwickeln. Diese soll sich mindestens aus den folgenden Bestandteilen zusammensetzen:

- **Analyse der Umweltauswirkungen**
- **Spielfeldbewirtschaftung**
- **Mobilität**
- **Energiemanagement**
- **Abfallmanagement**
- **Wassermanagement**

Um zu wissen, wo wir hinwollen, müssen wir zunächst wissen, wo wir stehen. Dafür bauen wir derzeit Strukturen auf, wie bspw. durch unser ESG-Tool (vgl. Kriterium 6), in welchem wir alle Daten mit Nachhaltigkeitsbezug sammeln. Darüber hinaus müssen unsere Daten genauer und detaillierter werden, damit wir zielführende Strategien und belastbare Reduktionspfade entwickeln können. Im Folgenden werden Unterziele formuliert, die uns dabei helfen sollen, eine ganzheitliche Umweltstrategie zu entwickeln.

## STEIGERUNG DER DATENQUALITÄT

Wie bereits beschrieben: Für eine messbare Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks sind möglichst präzise Daten unabdingbar. Das gilt zum einen für die direkten Ressourcenverbräuche, aber auch für die indirekten durch vor- und nachgelagerte Lieferketten und Nutzungen.

Aktuell kennen wir unsere Energieverbräuche beispielsweise in Summe, aber können unsere genaue Verbrauchscharakteristik und den Verbrauch einzelner Betriebseinheiten nur schätzen. Je genauer die vorliegenden Daten sind, desto besser lassen sich Potenziale zur Einsparung, Vermeidung und Effizienzsteigerung beziffern und konkrete Maßnahmen ableiten.

Eine deutlich schwierigere Aufgabe – wie im vorigen Kapitel erläutert – ist die genaue Bezifferung der Ressourcenverbräuche durch die von uns bezogenen Produkte wie beispielsweise Merchandising und Catering. Hier besteht ein noch sehr großes Potenzial für die Verbesserung der Datenlage. Unser Ziel ist es, in Absprache mit Lieferanten tiefere Erkenntnisse über die Ressourcenverbräuche und Umwelteinwirkungen entlang der Liefer- und Produktionsketten zu erlangen. Im ersten Schritt, um unseren eigenen Fußabdruck genauer zu kennen und zum zweiten, um unsere Produkte besser bewerten zu können.

Wie in Kriterium sechs näher erläutert, soll ein Nachhaltigkeits-Datenmanagement-Tool zur Steigerung der Datentransparenz eingeführt werden.



## ENERGIE

Die Gewinnung von Energie geht immer mit einem Verbrauch von Ressourcen einher. Daher ist es das Ziel, die Nutzung elektrischer und thermischer Verbraucher auf ein Minimum zu reduzieren. Dieses ist zu erreichen, indem entweder die Betriebsstunden oder die Leistung – im besten Fall beides – eines elektrischen Verbrauchers verringert werden.

So konnten im Rahmen von ÖKOPROFIT bspw. durch einfaches Abschalten von Heizungen und Kühlschränken in den Kiosken zwischen den Spieltagen signifikante Stromersparungen realisiert werden. Diese betragen in den Monaten Januar bis März 2020 ca. 22% im Vergleich zu den Monaten im Vorjahr 2019. In Summe konnten durch kombinierte Einsparungs- und Effizienz-Maßnahmen im Rahmen von ÖKOPROFIT schätzungsweise 500.000 kWh elektrische Energie eingespart werden.

Des Weiteren konnten zu Beginn des Jahres 2021 durch Anpassungen im Betrieb von Pumpen und Lüftungsanlagen weitere 66.000 kWh elektrische Energie eingespart werden.

Für die Definition präziser Einsparungsziele soll im ersten Schritt die Datenqualität unserer Verbräuche verbessert werden.

Um den Energieverbrauch weiter zu senken, muss nach Möglichkeit auch die Effizienz der Verbraucher erhöht werden. Dieses geht oft einher mit der Erneuerung von Verbrauchern, wie beispielsweise der Umrüstung konventioneller Leuchtmittel hin zu LED. Hier müssen die Kosten – sowohl umweltbezogen als auch betriebswirtschaftlich – und Nutzen in einem sichtbaren Zusammenhang stehen.

Seit Mitte des Jahres 2019 wurden viele Leuchtmittel in der Geschäftsstelle und rund um das Stadiongelände ausgetauscht. Damit geht immer ein Effizienzgewinn einher und somit auch eine Einsparung von ca. 50% bei gleichbleibenden Benutzungsstunden. Das Ziel ist es, den Anteil hocheffizienter Leuchtmittel an Orten mit hohen Benutzungsstunden weiter zu erhöhen.

Wir möchten, was elektrische Energie betrifft, aus der reinen Konsumentenrolle heraus zum Produzenten und teilweisen Eigenversorger werden. Das bedeutet, dass wir unseren Standort auf Möglichkeiten für das Errichten von beispielsweise Photovoltaik-Anlagen prüfen wollen. Eine erste Anlage soll bereits in der nächsten Saison ans Netz gehen. Das Ziel ist es, möglichst große Teile unseres Energieverbrauchs durch eigene Erzeugung aus Erneuerbaren Energien abzudecken.

Es ist geplant, in der kommenden Saison 2022/2023 eine PV-Anlage mit einer installierten Leistung von rund 100 kWp auf dem Dach der Geschäftsstelle zu installieren. Über den aktuellen Stand werden wir im Fortschrittbericht zu diesem Nachhaltigkeitsbericht informieren.







## REDUZIERUNG DES WASSERVERBRAUCHS

Wie im vorangegangenen Kapitel erläutert, verbrauchen wir signifikante Mengen an Wasser, um unsere Rasenplätze zu bewässern. Dafür haben wir im November 2021 in ein SKW-System für unsere Wasserzuleitung investiert. Diese Systeme sind mitunter in der Lage, den Wasserverbrauch für die Beregnungsanlagen auf den Rasenplätzen um bis zu 20 % zu reduzieren. Darüber hinaus suchen wir weiter nach Lösungen, damit wir den Verbrauch noch weiter senken.

## REDUZIERUNG VON ABFÄLLEN

Sowohl an unseren Heimspielen als auch durch den Betrieb in unserer Geschäftsstelle sowie Eventflächen fällt Abfall an. Dieser soll im ersten Schritt möglichst stark reduziert werden.

Zur Vermeidung von Abfällen an Spieltagen wollen wir im ersten Schritt von Einwegbechern auf Mehrwegbecher umstellen. Darüber hinaus wollen wir beispielsweise die Menge an Printmedien deutlich reduzieren.





## ERHÖHUNG DER UMWELTFREUNDLICHKEIT UNSERER PRODUKTE

Ein wesentlicher Schritt in der Verbesserung unserer ökologischen Nachhaltigkeit ist die Prüfung und möglicherweise Umstellung unserer angebotenen Produkte. Wie bereits beschrieben, unterscheiden sich Produkte je nach Fertigungsart, Material oder Herkunft teilweise drastisch in ihren negativen Einflüssen auf Klima und Umwelt. Diese wollen wir je nach Produktkategorie auf nachhaltigere Alternativen umstellen und berichten dazu ausführlicher in Kriterium 4.

# KLIMARELEVANTE EMISSIONEN

DNK 13

## UNSER ZIEL IN DIESEM KRITERIUM



**Jährliche Durchführung** einer CO<sub>2</sub>-Bilanz und nach Bedarf (spätestens jedoch alle 3 Jahre) Durchführung einer ganzheitlichen Ökobilanz

**SDG 13: Unterziel 13.2.**

## SCOPES SCOPES

Um die CO<sub>2</sub>-Emissionen von Organisationen präziser beschreiben zu können, unterscheidet man zwischen verschiedenen Betrachtungsbereichen, in denen sie anfallen – sogenannten Scopes. Insgesamt betrachten wir drei verschiedene Scopes.

**Scope 1** umfasst die direkten Emissionen, die bei uns ane Castroper entstehen, indem wir fossile Energieträger wie Benzin, Diesel oder Gas verbrennen.

**Scope 2** umfasst die indirekten Emissionen, die durch die Erzeugung von Strom und Fernwärme entstehen, welche wir am Standort verbrauchen.

**Scope 3** umfasst alle indirekten Emissionen, die in den Liefer- und Produktionsketten vor und nach uns entstehen. Beispielsweise durch das Bereitstellen von Produkten und Dienstleistungen, die wir beziehen und weiterverkaufen.





## CO<sub>2</sub> ÄQUIVALENTE CO<sub>2</sub> ÄQUIVALENTE

Die Einheit **CO<sub>2</sub> Äquivalente** (CO<sub>2</sub>e) beschreibt die Menge aller klimaschädlichen Gase, umgerechnet auf die Eigenschaften von CO<sub>2</sub>, also Kohlenstoffdioxid. Das Gas Methan hat beispielsweise ein 28-mal höheres Erderwärmungspotenzial als CO<sub>2</sub>. Zur Vereinfachung wird 1kg Methan in Bezug auf die Wirkung auf das Klima also mit 28kg CO<sub>2</sub>e angegeben. Methan ist kein CO<sub>2</sub>, verhält sich zu CO<sub>2</sub> jedoch um den Faktor 28 äquivalent, also gleichwertig.

### EINLEITUNG

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen für unsere Gesellschaft. Durch den Anstieg der Erderwärmung setzen wir uns Risiken wie bspw. häufiger auftretenden und länger anhaltenden Dürreperioden oder Überschwemmungen aus. Das Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) hat längst empfohlen, dass der Temperaturanstieg (im Vergleich zu 1990) nicht mehr als 1,5 °C betragen soll, um diese Risiken zu begrenzen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen alle Akteure der Gesellschaft ihre Umweltbelastungen deutlich reduzieren.

Für die Saison 2021/2022 wurde aus diesem Grund eine Ökobilanz nach dem Modell des OEF (Organisation Environmental Footprint) durchgeführt. Diese beschreibt die Umwelteinwirkungen, welche durch unsere Geschäftsaktivitäten durch die direkt und indirekt verursachten Material- und Energieflüsse verursacht werden. Eine der ermittelten Wirkungsgrößen beschreibt den Beitrag zum Klimawandel in kg CO<sub>2</sub>e.

Die Berechnung von CO<sub>2</sub>-Emissionen ist relativ einfach, solange die verbrauchten Mengen bestimmter Energieträger und Materialien sowie ihre Emissionsfaktoren bekannt sind und in Gänze vorliegen. Für die direkten Emissionen durch beispielsweise Strom, Fernwärme oder Kraftstoffe ist das gut nachvollziehbar, weil dem VfL die Verbräuche und Mengen in Form von Rechnungen vorliegen. Die Emissionen, welche zum Beispiel eingekaufte Produkte in Form ihrer vorgelagerten Produktions- und Lieferkette verursachen, liegen jedoch meist im Verborgenen. Diese Emissionen müssen durch Modelle unter Zuhilfenahme bestmöglicher Annahmen kalkuliert werden. Je mehr Informationen für diese Kalkulation vorliegen und je präziser diese sind, desto genauer wird die Schätzung.

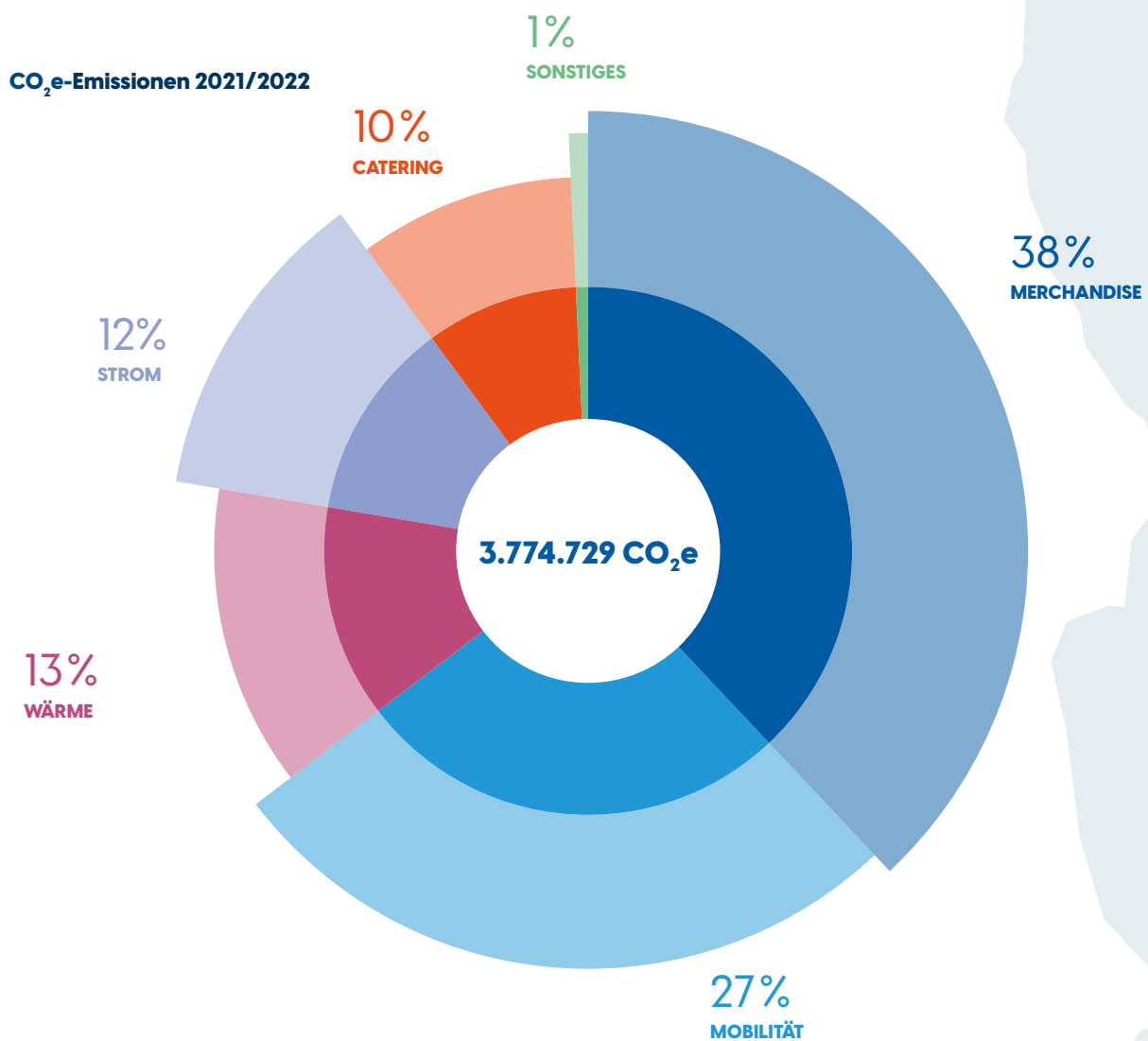




Im Folgenden sollen die wesentlichen Emissionsquellen erläutert und beziffert werden:

### Emissionen aufgeteilt in Geschäftsbereiche

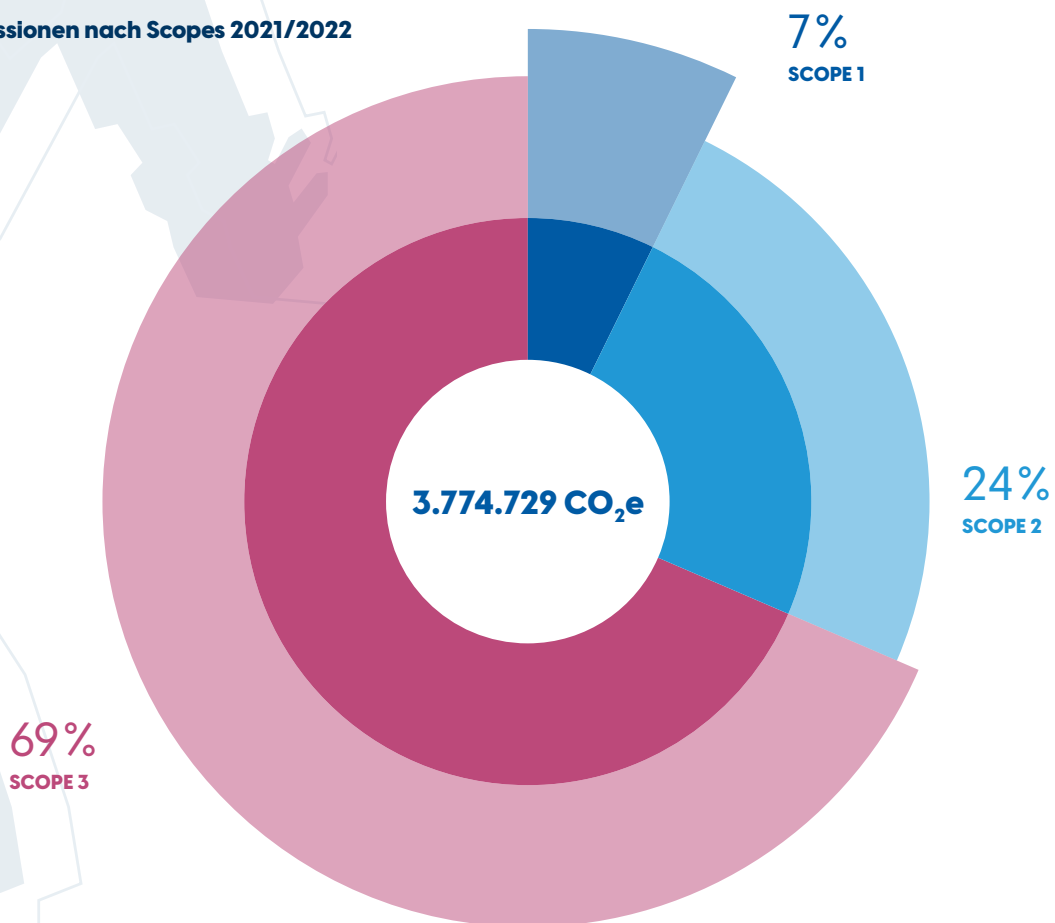
Emissionsquelle	Emissionen in kg CO <sub>2</sub> e	Anteil an Gesamtemissionen
Merchandise	1.424.513	38 %
Mobilität	992.463	26 %
Wärme	488.493	13 %
Strom	458.592	12 %
Catering	378.316	10 %
Sonstiges	32.352	1 %
<b>Summe</b>	<b>3.774.729</b>	<b>100 %</b>



## Emissionen aufgeteilt in Scopes

Betrachtungsbereich	CO <sub>2</sub> e [kg]	Prozentualer Anteil
Scope 1	272.824	7%
Scope 2	912.338	24%
Scope 3	2.589.567	69%
<b>Summe</b>	<b>3.774.729</b>	<b>100%</b>

CO<sub>2</sub>e-Emissionen nach Scopes 2021/2022



## MAßNAHMEN UND ZIELE ZUR REDUKTION VON TREIBHAUSGASEN

Aktuell haben wir noch keine konkreten Reduktionsziele. Wir haben unsere Emissionen erstmalig im Rahmen der Ökobilanz ermittelt und wissen nun, wo wir in etwa stehen. Die Ergebnisse basieren, wie bereits erläutert, überwiegend auf Schätzungen und Annahmen, deren Datengrundlage wir kontinuierlich verbessern wollen. Die großen Herausforderungen werden darin bestehen, belastbarere Informationen über die vorgelagerten Lieferketten und Reisegewohnheiten unserer Mitarbeitenden und Fans zu erhalten.

Unser Ziel ist es, in der kommenden Saison in der Lage zu sein, konkrete Ziele zur Reduktion benennen zu können. Dies erfordert eine noch tiefere Analyse des Status Quo sowie die Identifizierung von wirkungsvollen Maßnahmen, die eine entsprechende Reduktion gewährleisten können.

## 03

EINSTEHEN FÜR  
VIELFALT  
(DNK 14 – 17)





# AUßEN BLAU INNEN BUNT



LOVE FOOTBALL  
HATE RACISM

ZOLLER

23



# VIELFALT

## EINLEITUNG

Themen wie Leistungsdruck, Spielergehälter oder Gleichstellung von Frauen finden sich vielfach in der öffentlichen Debatte wieder. Ziel dieses Fokusthemas ist es darzustellen, wie der VfL als Arbeitgeber dazu beiträgt, intern eine Kultur zu schaffen, dass sich jeder Mensch wertgeschätzt fühlt. Themenschwerpunkte hierbei sind die Rechte und die Qualifikation aller Arbeitnehmerinnen und -nehmer wie bspw. der Gesundheitsschutz, die Vereinbarung von Familie und Beruf sowie die Förderung und Mitbestimmung aller Arbeitnehmerinnen und -nehmer unabhängig von Merkmalen wie Alter, sozialer Herkunft, sexueller Orientierung, ethnischer Herkunft oder Nationalität, Geschlecht oder geschlechtliche Identität, körperlicher oder geistiger Fähigkeiten sowie Religion und Weltanschauung. Dabei adressieren wir nicht nur die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle, sondern sind auch daran interessiert, Maßnahmen für die Menschen zu ergreifen, die für die Herstellung unserer Produkte verantwortlich sind. Auch ihnen gegenüber wollen wir unserer Sorgfaltspflicht als verantwortungsbewusster Arbeitgeber nachkommen (vgl. Kriterium 17).

Wie wir uns für Vielfalt in der gesamten VfL-Familie einsetzen, berichten wir in unserem Fokusthema „Soziale Verantwortung“ in Kriterium 18.



Durch unsere Tätigkeiten beeinflussen wir besonders folgende SDGs:

<p><b>4</b> HOCHWERTIGE BILDUNG</p> 	<p><b>SDG 4</b> Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern</p>
<p><b>RELEVANTES UNTERZIEL</b></p> <p><b>4.7</b> Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung</p>	<p><b>WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?</b></p> <p>Wir setzen uns intern dafür ein, dass wir eine Kultur schaffen, in der sich jede Person, die nach unseren Werten handelt, beim VfL willkommen fühlt, indem wir Führungskräfte und Mitarbeitende zu Themen wie Vielfalt schulen. Gemeinsam mit Partnern und Kooperationen versuchen wir unser Wissen zu nachhaltigen Themen konsequent auszubauen.</p>
<p><b>5</b> GESCHLECHTERGLEICHHEIT</p> 	<p><b>SDG 5</b> Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen</p>
<p><b>RELEVANTES UNTERZIEL</b></p> <p><b>5.1</b> Alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden</p> <p><b>5.5</b> Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen</p>	<p><b>WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?</b></p> <p>Uns ist bewusst, dass der Fußball weiterhin eine männerdominierte Branche ist. Wir setzen uns zusammen mit Kooperationspartnern für mehr Vielfalt im Fußball ein.</p>



**10 WENIGER UNGLEICHHEITEN**



**SDG 10**

Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern

**RELEVANTES UNTERZIEL**

**10.2**

Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion, wirtschaftlichem oder sonstigem Status zur Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern

**10.3**

Chancengleichheit gewährleisten und Ungleichheit der Ergebnisse reduzieren, namentlich durch die Abschaffung diskriminierender Gesetze, Politiken und Praktiken und die Förderung geeigneter gesetzgeberischer, politischer und sonstiger Maßnahmen in dieser Hinsicht

**WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?**

Wir erarbeiten eine Vielfaltsstrategie, in der als erstes ein Status Quo ermittelt werden soll, auf welchem wir dann Ziele und Maßnahmen aufbauen werden, um eine Kultur der Toleranz und Wertschätzung sicherzustellen.

Die Grundsätze dieser Vielfaltsstrategie gelten bereits jetzt schon bei uns. Es gibt viele Ansätze und Kooperationen, die unsere Zielsetzung bereits unterstützen. Darüber hinaus haben wir einige Maßnahmen, die Chancengleichheit zur Selbstverständlichkeit machen (kein Gender-Pay-Gap, gemischte Projektgruppen usw.). Diese wollen wir aber im Rahmen der Vielfaltsstrategie systematisieren und weitere Potenziale ausschöpfen.



# ARBEIT- NEHMER- RECHTE

DNK 14

## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM



Bis Ende 2023 ein **betriebliches Gesundheitsmanagement** aufbauen und somit die Bewegung am Arbeitsplatz und Gesundheitsangebote fördern.

### SDG 3: Unterziel 3.4.

Ein **ganzheitliches Gesundheitskonzept** für Spielerinnen und Spieler erarbeiten.

### SDG 3: Unterziel 3.4.



In Deutschland sind viele Rechte der Arbeitnehmenden bereits gesetzlich geregelt. Dennoch ist es wichtig, eine Kultur zu leben, in der die Menschen wahrgenommen, gehört und wertgeschätzt werden. Das wird nämlich nicht gesetzlich geregelt, ist aber mindestens genauso wichtig.

Zusätzlich zum Standort in Deutschland führt der VfL auch internationale Geschäftstätigkeiten aus. Dazu gehören bspw. das internationale Scouting oder Trainingslageraufenthalte im Ausland. Bei allen ausländischen Arbeitseinsätzen gilt deutsches Arbeitsrecht. Der Fokus unserer Geschäftstätigkeit liegt jedoch eindeutig in Deutschland.

Der VfL ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Das macht sich auch in der Anzahl der Mitarbeitenden bemerkbar. Wir sind stolz auf unsere „alten Hasen“, die teilweise seit Jahrzehnten den VfL treu begleiten und ihn zu dem gemacht haben, was er heute ist. Zusammen mit neueren Mitarbeitenden, die frische Blicke und Ideen mit einbringen, haben wir eine wertvolle Mischung aus Menschen, die jeden Tag den Verein ein kleines Stück besser machen.

Arbeitsbedingte Krankheiten wie bspw. Rückenbeschwerden oder Probleme an den Augen durch lange Bildschirmzeiten nehmen in unserer Gesellschaft immer mehr zu. Wenig Bewegung und Stress bergen zudem das Risiko von mentalen und psychischen Erkrankungen. Durch die Corona-Pandemie wurden diese Effekte verstärkt. Das hat wiederum Auswirkungen auf die Leistung und das Wohlbefinden aller. In der Saison 2021/2022 gab es keine schweren Verletzungen bei unseren Mitarbeitenden. Die schwersten Verletzungen passieren aufgrund ihrer Tätigkeit bei den Lizenzspielern. Bei der Genesung unterstützt unsere medizinische Abteilung so gut es geht, sodass es schnellstmöglich und gesund wieder auf den Platz geht.



**Als Arbeitgeber möchte der VfL die besten Talente finden, entwickeln und fördern. Dabei möchten wir die vielfältigen Potentiale der Gesellschaft nutzen, um den VfL bestmöglich für die Zukunft aufzustellen.“**

– MAREIKE WORTMANN  
PERSONALREFERENTIN

Der VfL macht allen Mitarbeitenden bereits einige Angebote im Bereich Gesundheit. Neben der Möglichkeit, ein Fahrrad zu leasen, gibt es das Angebot, den Kraftraum der Profis mitzubেনutzen oder in der Betriebsmannschaft mitzuspielen. Außerdem wartet jede Woche frisches Obst auf allen Etagen unserer Geschäftsstelle. Unser Anspruch ist es aber, diese Möglichkeiten auszubauen, um weiterhin ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld gewährleisten zu können. Deshalb erarbeiten wir ein **betriebliches Gesundheitsmanagement**, in welchem festgehalten wird, wie wir zukünftig zusammenarbeiten wollen und welche Angebote der VfL seinen Mitarbeitenden macht. Außerdem werden anonyme Befragungen durchgeführt, die über die psychische Gesundheit und der Zufriedenheit der Mitarbeitenden Hinweise gibt.

Besonders der Profifußball steht unter hohem Druck und dadurch unsere Spieler auch. Deshalb ist es unser Anspruch, durch ein ganzheitliches Gesundheitskonzept eine Basis zu schaffen, alle Beteiligte zu schützen und die Gesundheit zu fördern.

Zur Ausgestaltung und Erreichung dieser Ziele haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, an unseren Projektgruppen teilzunehmen. Alle Personen bekommen auf diese Weise die Möglichkeit, sich in den Themen einzubringen und ihre Ideen zu verwirklichen.

## RISIKEN IN DER ZULIEFERKETTE

Es wäre zu einfach, den Kreis der Arbeitnehmerinnen und -nehmer auf die Personen zu beschränken, die in Bochum und Umgebung arbeiten. Vielmehr ist es wichtig, auch die Personen einzubeziehen, die all unsere Produkte in der Wertschöpfungskette herstellen. Denn ohne sie hätten wir bspw. keine Trikots oder Fußballbälle. Einen besonderen Blick auf die Wahrung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette werfen wir in Kriterium „Menschenrechte“ (DNK 17).

# CHANCEN- GERECHTIGKEIT

DNK 15

## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM



**Fortlaufende Sensibilisierung** der Mitarbeitenden, Spielerinnen und Spieler und Ordnungskräfte zu Vielfaltsthemen

**SDG 4: Unterziel 4.7.**

**Entwicklung einer Diversitätsstrategie** bis Ende 2023 mit den Dimensionen Mitarbeitende, Gesellschaft, Fans und Mitglieder, Frauenfußball und Partnerschaften

**SDG 5: Unterziel 5.1.**

**SDG 10: Unterziel 10.3.**



**„Fair-Play“ im Recruiting** durch gendersensible Sprache optimieren

**SDG 5: Unterziel 5.1.**

**SDG 10: Unterziel 10.2.**



**Optimierung der Barrierefreiheit** durch Anpassung der Gebäudeinfrastruktur oder der Internetseite auf neueste Standards

**SDG 10: Unterziel 10.3.**

**Die Angebote des Klubs ausweiten**, um weiterhin ein familienfreundlicher Arbeitgeber zu sein

**SDG 10: Unterziel: 10.3.**

**Toleranz für Vielfalt** durch gezielte Maßnahmen stärken (sowohl bei Fans als auch in der Geschäftsstelle)

**SDG 10: Unterziel: 10.3.**

Durch eine **sozialverträgliche Ticketpreisgestaltung** einen fairen Zugang zu Spielen sicherstellen

**SDG 10: Unterziel: 10.3.**



Der Fußball wird allgemein als Querschnitt der Gesellschaft bezeichnet, weil alle Teile der Gesellschaft regelmäßig aufeinandertreffen. Zu den Spielen an der Castroper Straße reisen Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten, unabhängig von ihrer sozialen oder ethnischen Herkunft, ihrem Geschlecht, ihrer sexuellen Orientierung, ihrer Religionszugehörigkeit oder Weltanschauung, ihrem Lebensalter, ihrer physischen, psychischen oder anderer Fähigkeiten an, um bei ihrem VfL mitzufiebern. **Der Fußball schafft auf diese Art eine besondere Gemeinschaft und ein verbindendes Element für alle Mitglieder unserer Gesellschaft, was niemanden ausschließen soll.**

Um diese Vielfalt zu fördern, engagiert sich der VfL Bochum 1848 im Rahmen von vielen Kooperationen, Projekten und Aktionen sowie durch öffentlichkeitswirksame Maßnahmen an einer Förderung von Vielfalt und Toleranz. Einige dieser Beispiele finden sich auch in dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wieder (bspw. unsere Projektarbeit wie in Kriterium „Gemeinwesen“ geschrieben oder weiter unten zu Arbeitnehmerbelangen). Dennoch bleibt die Herausforderung, dass der Fußball – auch außerhalb des Stadions – an einigen Stellen noch nicht den statistischen Querschnitt der Gesellschaft widerspiegelt. Diese strukturellen gesellschaftlichen Herausforderungen können wir nicht im Alleingang lösen, doch wir können zu einem diverseren Bild an der Castroper beitragen.

In unserer Satzung und unserem Leitbild ist klar verankert, dass wir uns gegen jedwede Form von Diskriminierung und für eine **offene und wertschätzende Gesellschaft** aussprechen. Diese Aspekte wollen wir leben und uns konsequent daran orientieren. Unser Ziel ist es, allen Mitgliedern der Gesellschaft eine Partizipation am VfL zu ermöglichen, um die Stärken und Chancen einer vielfältigen Gesellschaft zu nutzen.

Auch auf der Ebene der Leitungsorgane möchten wir dieses Potenzial nutzen, um den VfL bestmöglich für die Zukunft aufzustellen. In der Saison 2021/2022 waren unsere Leitungsorgane (Vorstand/Präsidium, Geschäftsführungs- sowie Geschäftsleitungsebene) männlich besetzt. Hier möchten wir bis Ende 2023 eine Strategie entwickeln, die klar regelt, was unser Verständnis von Vielfalt ist, welche Maßnahmen wir ergreifen möchten, um die Vielfalt auf allen Ebenen bei uns zu steigern. Diese Strategie erstreckt sich über die folgenden Dimensionen: Mitarbeitende, Gesellschaft, Fans und Mitglieder, Frauenfußball und Partnerschaften. Auf diese Weise versuchen wir das Thema Vielfalt ganzheitlich anzugehen. Thematisch wirkt sich das auf sowohl auf die Ausgestaltung von Bewerbungsprozessen, Schulungen, aber auch auf die Weiterentwicklung des Stadionerlebnisses aus und reicht bis in unser Partnernetzwerk hinein.

Neben dieser strategischen Zielsetzung gehen wir die Themen Chancengleichheit und Vielfalt allerdings auch bereits jetzt schon in unterschiedlichen Bereichen an.



## KEIN PLATZ FÜR DISKRIMINIERUNG

In der Geschäftsstelle und unserem Partnernetzwerk wollen wir Strukturen für mehr Toleranz und Vielfalt schaffen. Bereits seit mehreren Jahren kooperieren wir mit der **Diakonie Ruhr** und beschäftigen **inklusive Arbeitskräfte** in technischen Bereichen wie bspw. in der Haustechnik.

Dennoch erstreckt sich das Thema für uns über viele weitere Bereiche. Ein Beispiel ist das Thema „Außendarstellung als Arbeitgeber“. Gemeinsam mit NGO's werden wir an diesen Themen wie **gendersensible Sprache** arbeiten und bspw. durch eine Anpassung im Wording unsere Bewerbungsprozesse optimieren.

Zusätzlich werden wir interne Schulungen und Workshops anbieten, um alle Mitarbeitenden für das Thema zu sensibilisieren. Hierfür erarbeiten wir derzeit Konzepte und passende Inhalte. Bereits 2008 hat der VfL als Arbeitgeber die „**Charta der Vielfalt**“ unterzeichnet. Denn wir sind überzeugt: Gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt haben eine positive Auswirkung auf den VfL Bochum 1848 als Organisation und zudem auf die Gesellschaft in Deutschland.

## ELTERNZEIT & PFLEGE FÜR ANGEHÖRIGE

Für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie spielt gerade in der Familiengründung die Elternzeit eine wichtige Rolle. Diese steht beiden Elternteile rechtmäßig zu, allerdings ist es immer noch so, dass in Unternehmen eine Kultur herrscht, in der es bspw. nicht normal ist, dass Männer mehrere Monate in Elternzeit gehen oder Frauen nach langer Elternzeit bei der Rückkehr in andere Positionen gelenkt werden. Wir wollen uns beim VfL Bochum 1848 aktiv gegen diese Klischees einsetzen und **unterstützen alle Eltern bei der Umsetzung sowie beim Wiedereinstieg**.

Aber nicht nur Kinder spielen bei Familienangelegenheiten eine große Rolle. Auch die **Pflege von Angehörigen** nimmt viel Zeit in Anspruch und geht häufig mit zusätzlicher Belastung einher. Durch eine **freie Arbeitszeitgestaltung** und Möglichkeiten, von zuhause aus zu arbeiten, bieten wir allen Mitarbeitenden zunächst die mögliche Flexibilität, ihren persönlichen Bedarfen entgegenzukommen. Damit ist es häufig aber nicht getan. Deshalb prüfen wir intern, welche zusätzlichen Maßnahmen wir den Mitarbeitenden anbieten können, um insgesamt die Zufriedenheit zu stärken.

## BARRIEREFREIHEIT

Wir können in unserem Stadion nie komplett frei von Barrieren sein. Wir können aber im Rahmen unserer Möglichkeiten unser Bestes geben, diese so gering wie möglich zu halten. An Spieltagen setzen wir bereits folgende Maßnahmen um:

- **Services durch Behindertenfanbetreuung**
- **Blindenradio/Blindenreportage**
- **Behindertenparkplätze in unmittelbarer Nähe zum Stadion**
- **Ticketbestellung für Rollstuhlfahrende, Sehbeeinträchtigte und Gehörlose barrierefrei per E-Mail**
- **Service-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter der BOGESTRA am Bahnhof zur Unterstützung beim Einstieg in die Straßenbahn**

Außerdem gibt es neben der deutschen Version unserer Internetseite auch eine englische. Wir prüfen derzeit weitere Möglichkeiten und neueste Standards, um den Zugang zu den Informationen möglichst barrierearm zu gestalten.



## TOLERANZ

An Spieltagen kommt es im und um Stadion immer wieder zu Gewalt, Diskriminierung und Hass. Der VfL Bochum 1848 grenzt sich hierzu konsequent ab. Denn wir sind das Zuhause für alle blau-weißen Fans, unabhängig von ihrer sozialen und ethnischen Herkunft, ihrem Geschlecht, ihrer sexuellen Orientierung, ihrer Religionszugehörigkeit oder Weltanschauung, ihrem Lebensalter, ihrer physischen, psychischen oder sonstigen Eigenschaften. Wir versuchen dieses Thema von beiden Seiten aus zu begegnen. Einerseits werden wir neue Anreize schaffen, die Toleranz für ein vielfältiges Miteinander zu erhöhen, andererseits wollen wir den Menschen, die sich unsicher oder bedroht fühlen, oder sogar Gewalt bzw. grenzüberschreitendes Verhalten erfahren haben, einen sicheren Ort bieten. Deshalb führen wir in 2023 eine **Anlaufstelle als diskretes Hilfsangebot** ein. Jede hilfesuchende Person wird ernst genommen und wird dort eine professionelle Betreuung bekommen. Die Abläufe sollen durch kommunikative Maßnahmen, Ansprechpersonen und ein Fallmanagement sichergestellt werden.

Diskriminierendem Verhalten wollen wir allerdings ganzheitlich begegnen. Deswegen versuchen wir auch intern, unsere Mitarbeitenden für dieses Thema zu sensibilisieren.

## TICKETPREISGESTALTUNG

Unser Ziel ist es, eine faire Ticketpreisgestaltung zu gewährleisten. Die Saison 2021/2022 war unsere erste Bundesligasaison seit dem Abstieg 2009/2010. Mit dem Aufstieg ging eine Erhöhung der Ticketpreise einher. Unser Ziel ist es trotzdem, im Verhältnis zu anderen Klubs unserer Größe die Preise nur moderat zu erhöhen und immer ein **sozialverträgliches Maß** zu wahren.

Wir bieten außerdem **ermäßigte Tickets** an und verkaufen zudem zu jedem Spiel Karten für seh- und schwerbehinderte Menschen. Ermäßigte Tickets erhalten bei uns Schülerinnen und Schüler (Vollzeit) sowie Auszubildende, Studierende, arbeitslose Personen, Seniorinnen und Senioren (ab 65 Jahren) und schwerbehinderte Personen (ab GdB50). Weitere Infos hierzu gibt es auch auf unserer Internetseite im Ticketonlineshop.

Neben Ermäßigungen für einzelne Personen bieten wir regelmäßig **Freikarten** für verschiedenste regionale Einrichtungen an und versuchen diesen Personen einen schönen Stadionaufenthalt zu ermöglichen.

# QUALIFIZIERUNG

## DNK 16

Wir sind sich permanent ändernden Rahmenbedingungen ausgesetzt, wie bspw. dem demografischen Wandel, Digitalisierungsprozessen oder Fluktuation. Der sportliche Erfolg hat ebenfalls Einfluss auf den gesamten Klub (Unsicherheit). Gleichzeitig ist es das Ziel, durch nachhaltiges Wirtschaften so viel Sicherheit und Stabilität in einer Branche zu schaffen, die aufgrund der Saisonzyklen Schwankungen unterworfen ist. Dieser Dynamik im Arbeitsalltag gerecht zu werden, ist eine herausfordernde Aufgabe. Das erstreckt sich einerseits auf die Mitarbeitenden in der Geschäftsstelle, welche für das operative Geschäft verantwortlich sind, sowie unsere Profiabteilung, andererseits auch auf unsere Ausbildung im Talentwerk.

Die Digitalisierung ist dabei Fluch und Segen zugleich. Durch sich ändernde Technologien oder Methoden ist es wichtig, kontinuierlich am Ball zu bleiben. Damit unsere Mitarbeitenden für ihre Tätigkeiten qualifiziert sind und es weiterhin bleiben, bietet der VfL die Möglichkeit für alle, sich themenspezifisch fortzubilden. Im Profifußball reichen die Themen bspw. von Rasenpflege über Verkaufstrainings bis hin zu Anti-Diskriminierung oder Jahresabschluss. Bisher haben wir keine systematische Erfassung der angefallenen Stunden für Fort- und Weiterbildung, werden diese aber zukünftig durch die Einführung einer neuen Zeiterfassungssoftware erfassen können und berichten deshalb im nächsten Nachhaltigkeitsbericht hierüber ausführlicher.

Dabei spielt allerdings nicht nur die fachliche Perspektive eine Rolle, sondern auch, wie in Kriterium 14 bereits im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements erwähnt, die mentale und die psychische Gesundheit. Die lange Bildschirmzeit und das parallele Bearbeiten vieler Aufgaben sind Risikoquellen für Stress und Unwohlsein.

Unser Ziel ist es, auch in diesem Bereich die Angebote weiter auszubauen, um diese Entwicklungen zu begleiten und Stressquellen zu minimieren. Dazu entwickeln wir im ersten Schritt eine interne Umfrage, um die Qualität und Wahrnehmung unseres bereits bestehenden Angebots zu erfahren. Daraufhin wird geprüft, in welche Richtung und möglicherweise mit welchem Partner wir das Angebot erweitern können, um möglichst allen Mitarbeitenden eine Möglichkeit zu bieten, sich zu entwickeln.

So vielfältig wie die Themenschwerpunkte unserer Arbeit sind auch die Personen dahinter. Unsere Belegschaft be-

### UNSER ZIEL IN DIESEM KRITERIUM



Fortlaufend alle Mitarbeitende durch **Fort- und Weiterbildungsangebote** stärken und entwickeln

#### SDG 4: Unterziel 4.3.

steht aus einigen „Urgesteinen“ und vielen neuen Gesichtern. Unser Wissen teilen wir nicht nur untereinander, sondern geben es auch im Rahmen von Ausbildungsplätzen weiter. In der Saison 2021/2022 haben wir die Berufe „Kauffrau/-mann für Büromanagement“ und „Kauffrau/-mann/ für Einzelhandel“ ausgebildet. Außerdem vergeben wir im Rahmen der Hochschulkooperationen mit der Ruhr-Universität Bochum sowie der Hochschule Bochum regelmäßig Plätze für Praktika und Abschlussarbeiten.

Die nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) geschaffene innerbetriebliche Beschwerdestelle ist ein übergreifender Personenkreis aus Beschäftigten des VfL Bochum 1848, der sich Beschwerden zu Konflikten am Arbeitsplatz, Mobbing, Sexueller Belästigung und Diskriminierung annimmt. Die Beschwerdestelle prüft eingehende Beschwerden nach einem entwickelten Fallmanagement und entwickelt Vorschläge für bedarfsgerechte Lösungen. In Einzelfällen können die Unternehmensführung oder externe





Fachstellen, wie z. B. Mediatoren, Anwaltskanzleien oder Beratungsstellen hinzugezogen werden. Alle Beratungen finden in geschützter Atmosphäre statt. Informationen, persönliche Daten und Gesprächsinhalte werden strikt vertraulich behandelt.

Im Berichtszeitraum wurden zwei Diskriminierungsfälle gemeldet, welche zum Schutz der betroffenen Personen nicht weiter vertieft werden. Beide Fälle wurden intern geprüft, nachverfolgt sowie gelöst und abgeschlossen.

Neben der Qualifizierung von Mitarbeitenden ist im Profifußball eine weitere Betrachtungsebene von Bedeutung: die Ausbildung von Nachwuchsspielern. Wir bilden in unserem Talentwerk seit Jahren zahlreiche Lizenzspieler aus. Dabei sind die Fußballausbildung unserer Feldspieler und die individuelle Ausbildung unserer Torhüter, die fortlaufende Weiterentwicklung unserer jungen und engagierten Trainer sowie das Scouting die drei wichtigsten Bereiche.

Ein regelmäßiger Austausch mit unseren Trainerinnen und Trainern, interne Schulungen sowie das Begleiten und ständige Reflektieren aller Trainingseinheiten führen dazu, dass die Spielphilosophie der Profimannschaft bis in die jüngsten Talentwerk-Teams in leistungs- und altersangepasster Form verankert ist.





# MENSCHENRECHTE

## DNK 17

Wir beziehen viele Produkte von externen Lieferanten, welche teilweise nicht durch deutsches Recht abgesichert sind. Trotzdem wollen wir Verantwortung für unsere Produkte und besonders für die Menschen übernehmen, welche an der Herstellung beteiligt sind. Denn genau genommen gehören auch sie zur VfL-Familie.

Besonders die Textilbranche gehört zur Hochrisikobranche, in der Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit leider immer noch präsent sind. Diese Verletzungen von Rechten finden vor allem beim Rohstoffanbau und in der Konfektion von Textilien statt. Von diesen Risiken können wir uns nicht freisprechen und müssen uns dessen Auswirkungen bewusst werden, wenn wir unsere Artikel verkaufen. Aufgrund der Relevanz des Trikots gehen wir besonders auf die textile Kette ein und legen dar, wie wir versuchen, mehr Transparenz zu schaffen und die Sicherstellung von Menschenrechten zu gewährleisten.

Aktuell wird die Wertschöpfungskette nicht eigenständig überprüft und es werden keine Besichtigungen von Produktionsstandorten durchgeführt. Das liegt einerseits an mangelnden personellen Ressourcen sowie fehlendem Know-how in Bezug auf Audits und andererseits an Reiseeinschränkungen in Folge der Covid-Pandemie. Es wurde bisher nur im Rahmen der FAIR WEAR zertifizierten Ware indirekt nach sozialen Kriterien geprüft, langfristig sollen vor allem im Textilbereich Besichtigungen der Produktionsstandorte durchgeführt werden. Bis dahin wird mit offiziellen Siegeln gearbeitet. Die finale Auswahl, welche Zertifikate zukünftig Grundvoraussetzung für den Einkauf eines Textils sind, ist noch offen und erfolgt im Laufe der Saison 2022/2023. Als Grundlage dienen die bisherigen Regelungen.



## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM



Die Erstellung eines **Code of Conduct** in 2023.

### SDG 8: Unterziel 8.7. und 8.8.

Wir werden gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern Produktionsbesichtigungen durchführen. Hierzu erstellen wir zunächst einen **Besichtigungsplan im Jahr 2023**.

### SDG 8: Unterziel 8.8.

Vor allem im Bereich des Ausrüsters ist die Umstellung auf nachhaltige Alternativen und die Verbesserung von Produktionsbedingungen aufgrund der vertraglichen Verpflichtungen herausfordernder als bei Eigentextil-Lieferanten. Bisher mussten keine Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten aufgrund von Missachtung nachhaltiger Kriterien beendet werden. In der Saison 2022/2023 sollen sowohl ein **Einkaufsleitfaden** als auch ein **Code of Conduct** entwickelt werden, um Vorgaben im Einkauf einzuhalten und eine Grundlage für mögliche Verstöße vorliegen zu haben. Der Verein legt Wert auf langfristige Geschäftsbeziehungen, sodass bei verschärften Nachhaltigkeitskriterien den Lieferanten eine Frist gesetzt werden soll, in der die Vorgaben umgesetzt werden können, um somit die Geschäftsbeziehung langfristig und nachhaltig zu gestalten und eine gemeinsame Entwicklung erzielen zu können. Mit dem Wechsel zum Ausrüster Mizuno erhofft der Verein sich zudem eine größere Einflussnahme bei der Thematik Nachhaltigkeit, um auch die Produktion der Ausrüsterware nachhaltiger zu gestalten. Dabei gilt es, den Zielkonflikt des einerseits angestrebten nachhaltigen Konsums und andererseits der geplanten Umsatzsteigerungen durch jährlich neue Kollektionen zu berücksichtigen und langfristig eine gemeinsame Lösung zu finden, wie bspw. die Optimierung bzw. die Schließung von Kreisläufen.



# 04

SOZIALE  
VERANTWORTUNG  
(DNK 18 – 20)







# ALLES GEBEN STATT ALLES NEHMEN



# SOZIALE VERANT- WORTUNG

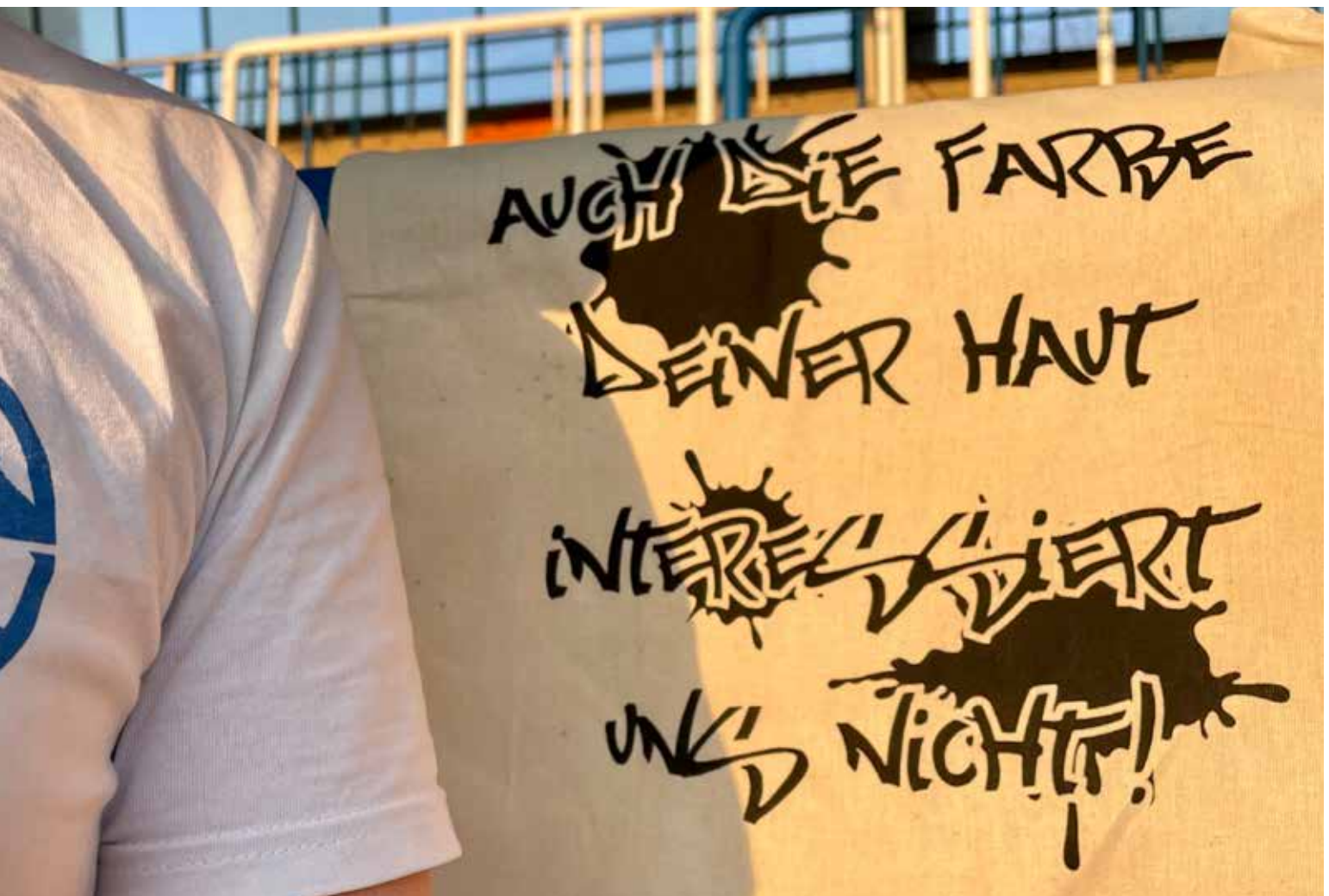


## EINLEITUNG

Die soziale Verantwortung ist seit der Vereinsgründung des VfL Bochum 1848 fest verankert. Als bodenständiger, authentischer und nahbarer Klub ist der Bezug zu der Stadt Bochum sowie der Region von besonderer Bedeutung. Schon in der Vereinssatzung steht: **„Der Verein fördert das verbindende Element des Fußballsports zwischen Nationalitäten, Kulturen, Religionen und sozialen Schichten. Unabhängig von Geschlecht, Abstammung, Herkunft, religiöser Überzeugung, sozialer Stellung oder sexueller Identität bietet er seinen Mitgliedern eine sportliche Heimat“.**

Auch in seinem im Jahr 2007 verabschiedeten und bis heute gültigem Leitbild hat sich der VfL seiner sozialen Verantwortung verpflichtet. So heißt es: „Wir verpflichten uns den Werten des Sports: Toleranz, Fairplay, Solidarität und Gleichheit leben wir vor“. Angesichts von spürbaren Veränderungen im politischen und gesellschaftlichen Umfeld ist das Leben und Handeln nach den Werten des Sports von umso höherer Bedeutung. Der VfL möchte hinsichtlich gesellschaftlicher Herausforderungen sensibilisieren und durch die Umsetzung von Projekten und Initiativen gemeinsam mit seinen Partnern eine Verbesserung anregen. Die bewusste Umsetzung von gesellschaftlichem Engagement wird in der Gesellschaft immer stärker gefordert. Projekte im sozialen und ökologischen Bereich gewinnen seit Jahren mehr und mehr an Bedeutung.

Als professioneller Fußballverein wollen wir unsere positive Kraft nutzen, um zur Lösung und Eindämmung gesellschaftlicher Herausforderungen bestmöglich beizutragen. Die Verantwortung für die Gesellschaft ist dabei für den VfL nicht Pflicht, sondern ein Selbstverständnis und Teil der DNA. Die Themenschwerpunkte richten sich dabei an den regionalen Bedürfnissen in und rund um Bochum. Sie sind nachhaltig ausgerichtet, um eine langfristige und größtmögliche Wirkung zu erzielen. Diese Wirkung möchten wir regelmäßig messen, um eine Optimierung zu ermöglichen.



Mit unserer CSR-Dachmarke **HIER, WO DAS HERZ NOCH ZÄHLT** möchten wir unseren Teil dazu beitragen, gesellschaftliche Herausforderungen zu lösen, ein Umdenken in der Gesellschaft vorantreiben und somit allen Teilen in der Gesellschaft ein lebenswertes Leben ermöglichen. Unter dem Themenschwerpunkt BOCHUMER GEMEINSCHAFT haben wir alle Themen und Projekte zusammengefasst, die sich mit Bildung, interkulturellem Verständnis, Integration und Inklusion beschäftigen. Im Bereich der BOCHUMER GESUNDHEIT fördern wir Themen wie Gesundheitsvorsorgen, gesündere Ernährung und ausreichende Bewegung. Im Themenbereich der BOCHUMER UMWELT möchten wir ein Projekt im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit umsetzen. Dabei sind uns unsere Möglichkeiten bewusst und wir möchten unsere vorhandenen Ressourcen maximal wirkungsvoll einsetzen.

Einen besonderen Fokus richten wir bei der Umsetzung unserer Projekte auf die Förderung von Kindern und jungen Erwachsenen. Dazu stehen wir im engen Kontakt mit den entsprechenden Anspruchsgruppen (z. B. Jugendamt Bochum und Stadtverwaltung), um unsere Wirkung vor allem dort zu erzielen, wo sich die größtmöglichen Chancen bieten. Um Kindeswohlgefährdungen und physischer oder psychischer Gewalt gegen Kinder präventiv entgegenzuwirken, hat der VfL gemeinsam mit der Kindernothilfe und der Organisation In safe Hands e.V. mit **„Kinderschutz anne Castroper“** ein eigenes Kinderschutzkonzept entwickelt, welches auf allen Ebenen des Vereins umgesetzt wird.

In unserer Wesentlichkeitsanalyse sind die Bereiche „Inklusion und Integration“, „Bildung“, „Diversität und Antidiskriminierung“ sowie „Gesundheit“ als wesentlich identifiziert worden. Deshalb setzen wir in der Berichterstattung den Fokus auf diese Themen und werden uns in der zukünftigen Ausrichtung der Projekte ebenfalls an dieser Priorisierung orientieren.

Durch unsere Tätigkeiten beeinflussen wir besonders folgende SDGs:



**SDG 3**

Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern

RELEVANTES UNTERZIEL	WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?
<p><b>3.4</b> Bis 2030 die vorzeitige Sterblichkeit aufgrund von nichtübertragbaren Krankheiten durch Prävention und Behandlung um ein Drittel senken und die psychische Gesundheit und das Wohlergehen fördern</p>	<p>Durch Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche, aber auch Erwachsene, tragen wir zum körperlichen Wohlbefinden sowie zum mentalen und psychischen Ausgleich bei.</p>



**SDG 4**

Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern

RELEVANTES UNTERZIEL	WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?
<p><b>4.7</b> Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung</p>	<p>Durch die Weiterentwicklung unserer Projekte tragen wir durch Wissensvermittlung dazu bei, dass immer mehr Menschen über wichtige gesellschaftliche Themen wie bspw. Kinderschutz sensibilisiert werden.</p> <p>Weitere Formate hierzu sind geplant.</p>



**16** FRIEDEN,  
GERECHTIGKEIT  
UND STARKE  
INSTITUTIONEN



**SDG 16**

Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen

**RELEVANTES UNTERZIEL**

**16.2**

Missbrauch und Ausbeutung von Kindern, den Kinderhandel, Folter und alle Formen von Gewalt gegen Kinder beenden

**16.5**

Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren

**WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?**

Durch die Etablierung unseres Konzepts „Kinderschutz an der Castrop“ tragen wir zum einen intern dazu bei, dass die Kinder beim VfL geschützt werden. Durch „Kinderschutz von der Castrop“ befähigen wir Menschen in Breitensportvereinen, ebenfalls ein solches Konzept zu implementieren, um das Wohlergehen von Kindern sicherzustellen.

Durch unseren Ethik- und Verhaltenskodex stellen wir sicher, dass sich intern alle an die von uns definierten Regeln halten. Um das Themenfeld ganzheitlich zu bedienen, befinden wir uns in der Entwicklung eines Compliance Managementsystems.

**17** PARTNER-  
SCHAFTEN  
ZUR ERREICHUNG  
DER ZIELE



**SDG 17**

Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

**RELEVANTES UNTERZIEL**

**17.16**

Die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung ausbauen, ergänzt durch Multi-Akteur-Partnerschaften zur Mobilisierung und zum Austausch von Wissen, Fachkenntnissen, Technologie und finanziellen Ressourcen, um die Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern zu unterstützen

**WIE TRAGEN WIR DAZU BEI?**

Wir haben bereits wirkungsvolle Partnerschaften, mit denen wir Projekte umsetzen und sind immer auf der Suche nach neuen Partnern, mit denen wir die nachhaltige Entwicklung im Verein und in der Region vorantreiben können.



# GEMEINWESEN

DNK 18

## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM



**Weiterentwicklung des Konzepts** für regionales, nachhaltiges Engagement („**HIER, WO DAS HERZ NOCH ZÄHLT**“). Dazu zählt das Einführen eines Leuchtturmprojektes für den Bereich BOCHUMER UMWELT sowie die Wirkungsmessung von Projekten und der Ausbau der Wissensvermittlung in den Bereichen Gesundheit und Ernährung.

**SDG 3: Unterziel 3.4.**

**SDG 4: Unterziel 4.7.**

**SDG 17: Unterziel 17.16.**

Die Sicherstellung sowie **regelmäßige Weiterentwicklung des Kinderschutzkonzepts**.

Darunter fällt auch der Ausbau des Wissenstransfers durch **Schulungsmaßnahmen für Breitensportvereine**.

**SDG 10: Unterziel 10.2.**

**SDG 16: Unterziel 16.2.**



Der VfL ist in der Region tief verankert. Dies zeigt sich an vielfältigen Verknüpfungen. Einerseits ermöglicht der Klub Arbeitsplätze und bietet ein Identifikationsmerkmal für die gesamte Region. Andererseits profitiert der VfL auch von der Region und nutzt bspw. die Infrastruktur und weitere Gegebenheiten, die das Ruhrgebiet ausmachen. In der untenstehenden Tabelle wird aufgezeigt, wie der VfL zum Gemeinwohl beiträgt, bspw. durch Steuer-, Lohn-, und Gehaltszahlungen.

Durch ein langfristiges und umsichtiges Wirtschaften ist es möglich, durch die Beteiligung an verschiedenen gesellschaftlichen Projekten **das Gemeinwesen der Region zu stärken und einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme zu leisten.**

Erzeugter wirtschaftlicher Wert	Einheit	2021/22
Erlöse*	TEUR	65.759
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	TEUR	1
<b>Ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert</b>		
Löhne und Gehälter	TEUR	28.386
Soziale Abgaben	TEUR	2.785
Betriebskosten	TEUR	25.584
Abschreibungen	TEUR	1.949
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	TEUR	400
Steuern	TEUR	669
<b>Einbehaltener wirtschaftlicher Wert</b>		
Jahresüberschuss	TEUR	5.988

\*Umsatzerlöse zzgl. Sonstige betriebliche Erträge (T€ 3.884).

## SCHUL-NETZWERK „SCHULE OHNE RASSISMUS – SCHULE MIT COURAGE“

Das Courage-Netzwerk „Schule ohne Rassismus – Schule mit Courage“ bringt gemeinsam mit Schulen die Anti-Rassismus-Arbeit voran. Der VfL hat die Patenschaft für sieben Schulen in der Region übernommen, um gemeinsam mit ihnen das Thema zu erarbeiten.

Gemeinsam mit diesen Partnerschulen möchte der VfL die Schülerinnen und Schüler frühzeitig ermutigen, sich für Zivilcourage und ein vielfältiges Miteinander im Alltag auszusprechen. Durch die Patenschaften und regelmäßige Austauschformate soll das Netzwerk untereinander gestärkt werden, sodass alle Seiten von der Partnerschaft profitieren.

Denn sowohl auf als auch neben dem Platz gilt beim VfL: Rassismus, Antisemitismus, Diskriminierung und Ausgrenzung haben beim VfL Bochum 1848 keinen Platz. Die BOCHUMER GEMEINSCHAFT steht für **Gleichheit, Solidarität, Toleranz und Fairplay.**

Im größten Schulnetzwerk in Deutschland mit über 3.800 Schulen ist das Projekt „Schule ohne Rassismus – Schule mit Courage“ für alle Schulen gedacht. Es bietet Schülerinnen und Schüler sowie Pädagoginnen und Pädagogen die Möglichkeit, das Klima an ihrer Schule aktiv mitzugestalten. Und zwar, indem sie sich bewusst gegen jede Form von Diskriminierung, Mobbing und Gewalt wenden. Insgesamt werden durch das Projekt mehr als zwei Millionen Schülerinnen und Schüler erreicht.



# DIVERSITÄT UND ANTIDISKRIMINIERUNG



# INKLUSION UND INTEGRATION



## HEIMSPIEL BOCHUM. GEMEINSAM BLAU-WEIß

Gemeinsam mit dem Fanprojekt Bochum und der Ev. Stiftung Overdyck führen wir das Projekt „Heimspiel Bochum. Gemeinsam Blau-Weiß“ durch. Es adressiert die Integration junger Menschen und wird durch die Landesarbeitsgemeinschaft der Fanprojekte NRW e. V. initiiert.

Es werden Bildungselemente und Sport miteinander verbunden. Neben Ferienwochen, die aus Workshops zu Bewerbungstrainings oder beruflichen Themen sowie Fußballtrainings bestehen, machen die Jugendlichen Ausflüge in und rund um Bochum, um die Stadt und die kulturellen Gegebenheiten besser kennenzulernen. Die Örtlichkeiten rund um das Vonovia Ruhrstadion dienen dem Projekt als zentraler Anlaufpunkt und attraktiver Standort für die Vermittlung von Themen und Werten. Aufgrund der Corona-Pandemie konnten die ersten Veranstaltungen lediglich digital stattfinden. Es werden außerdem Bewerbungstrainings- und Berufsvorbereitungsangebote gemacht. Diese werden von der Agentur für Arbeit in Bochum unterstützt.

Gefördert wird das Projekt vom Ministerium für Kinder, Familie, Flüchtlinge und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen.





## KOOPERATION MIT DER GESELLSCHAFT BOCHUM-DONEZK

Bei dem Ukraine-Engagement des VfL ist die Kooperation mit der Gesellschaft Bochum-Donetsk hervorzuheben. Zahlreiche Menschen sind immer noch auf der Flucht, andere sind dem Krieg zum Opfer gefallen. Der VfL Bochum 1848 verurteilt den russischen Angriff und bekennt sich solidarisch zur Ukraine sowie den Menschen in dem Land. Bochum und die Ukraine haben eine besondere Verbindung. Bereits seit 35 Jahren besteht eine Städtepartnerschaft zwischen der VfL-Heimatstadt und Donetsk.

Schon seit Beginn der kriegerischen Auseinandersetzungen organisieren wir gemeinsame Hilfs- und Spendenaktionen mit der „Gesellschaft Bochum-Donetsk e.V.“. So gab es beispielsweise zu verschiedenen Heimspielen VfL-Spendenwagen, an denen dringend benötigte Hilfsgüter gesammelt wurden. Auch das Talentwerk hat sich bereits mit einer großen Sport-Kleidungs spende an der Aktion beteiligt. Seit Kriegsbeginn liefert die „Gesellschaft Bochum-Donetsk e.V.“ regelmäßig zahlreiche LKW-Ladungen mit den benötigten Hilfsgütern bis in die Ukraine.

# ZAHLEN, DATEN & FAKTEN.



**Sachmittelspenden  
für die Gesellschaft  
Bochum-Donetsk e.V.**

- Je 2 VfL-Spendenwagen beim DFB-Pokalheimspiel gegen den SC Freiburg sowie bei den Heimspielen gegen die SpVgg Greuther Fürth und Borussia Mönchengladbach
- Abgabestelle für Sachspenden im Ostkurventreff
- Spende mehrerer Paletten Nahrungsmittel vom VfL-Partner READY TO EAT

**Stadionführung  
für geflüchtete  
Kinder und  
Jugendliche**



## VfL CHARITY GOLFTURNIER

Auch das VfL CHARITY-GOLFTURNIER stand im Namen der Ukraine-Hilfe. Im Zuge des Turniers sind 26.491 € zusammengekommen, die an das Ukraine-Projekt der Kindernothilfe gegangen sind.

14.308 €  
SPENDEN DURCH  
VfL-FANS

20.048 €  
TRIKOTVERSTEIGERUNG  
VON MARLON

50.000 €  
SPENDE VOM VfL

84.356 €

**Finanzielle Spendenaktion  
über betterplace.org**



**Sondertrikot beim  
Heimspiel gegen Borussia  
Mönchengladbach mit  
Unterstützung des Haupt-  
sponsors Vonovia und des  
Premium Partners VIACTIV.**

**Einbindung in  
den Blau-Weißen  
Bewegungsraum**



Im Rahmen unseres Bewegungsprojekts „Blau-Weißer Bewegungsraum“ konnten alle Kinder und Jugendlichen aus der Geflüchteten-Unterkunft an der Unterstraße in Bochum-Langendreer jeden Freitag kostenlos an einer Bewegungseinheit mit zwei Übungsleiter\*innen des VfL teilnehmen.



**Teilnahme am Ferienprogramm  
der VfL-FußballSCHULE**

10 Kinder konnten in der ersten Woche der Osterferien 2022 kostenlos am Feriencamp der VfL-Fußballschule teilnehmen. Fußballschuhe, Trainingskleidung etc. wurden durch den VfL gestellt.



# BILDUNG

## KOOPERATION MIT SPECIAL OLYMPICS NRW

Mit den Special Olympics NRW hat der VfL einen Partner im Themenbereich der Inklusion, der sich die Partizipation und Förderung von Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung durch Sport und Bewegungsprojekte auf die Fahne geschrieben hat. Gemeinsam mit Special Olympics NRW veranstaltete der VfL auch in diesem Jahr im Rahmen der Europäischen Fußballwoche ein gemeinsames Athleten-Training für Menschen mit geistiger Behinderung. Am Trainingszentrum an der Hiltropfer Straße nahmen so rund 35 Sportlerinnen und Sportler an einem Trainingstag unter professioneller Anleitung der Jugendtrainer des Talentwerks teil. Auf einige technische Übungen folgte eine große Torschussübung. Der Trainingstag endete mit einem Abschlussturnier, welches für viel Freude bei den Teilnehmenden sorgte!

Auch in Zukunft wird es wieder gemeinsame Aktionen mit den Special Olympics NRW geben. Im Juni 2023 finden die Special Olympics World Games in Berlin statt. Im Rahmen des Host-Town-Programms wird die Stadt Bochum die Delegation aus Finnland in Bochum begrüßen dürfen. Neben der sportlichen Vorbereitung auf die Wettkämpfe wird den Athletinnen und Athleten auch ein schönes Rahmenprogramm in Bochum geboten.



## KOOPERATION MIT DER HOCHSCHULE BOCHUM

Unsere Kooperation zum Thema Nachhaltigkeit besteht mit der Hochschule Bochum seit April 2021.

Diese besondere Zusammenarbeit hat bereits in den ersten eineinhalb Jahren Früchte getragen. Gemeinsam wurden in Form von Abschlussarbeiten die Projekte Wesentlichkeitsanalyse, Ökobilanz und Nachhaltigkeitsberichterstattung für den Verein entwickelt. Die ersten beiden konnten schon erfolgreich abgeschlossen werden.

Die Schwerpunkte der Zusammenarbeit liegen in der Durchführung gemeinsamer Informationsveranstaltungen (z. B. Fachvorträge) und der Bearbeitung praxisrelevanter Aufgabenstellungen im Themenfeld „Nachhaltige Entwicklung“ in Form von Lehrforschungsprojekten, Bachelor- und Masterarbeiten. Die Vereinbarung gilt für Lehre, Forschung, Transfer und Beratung. Auf diese Weise profitieren alle Seiten, besonders aber die Studierenden durch ihre praxisnahe Anwendung, von der Kooperation.



## SOCCER MEETS LEARNING

In Zusammenarbeit mit dem Fanprojekt Bochum führt der VfL Bochum 1848 das Projekt „soccer meets learning“ durch.

Die Idee ist, die Räumlichkeiten eines professionellen Fußballvereins als Lernzentrum und die Begeisterung der Kinder für den Fußball zu nutzen, um zum Lernen zu motivieren. In den außergewöhnlichen Räumlichkeiten werden verschiedene Angebote aus den Bereichen der politischen Bildung angeboten. Diese Idee stammt ursprünglich aus der englischen Premier League, findet aber hier mindestens genauso Anklang.

Räumlichkeiten innerhalb des Stadions werden für diese Zeit in Klassenzimmer gewandelt und sind das Lernzentrum für dieses außerschulische Bildungsangebot.

Pro Kurs werden drei Tage im Stadion verbracht, um sich in verschiedenen Modulen detailliert mit den einzelnen Inhalten auseinanderzusetzen. Dabei achtet die Kursleitung besonders darauf, dass die theoretischen Einheiten immer wieder durch interaktive Übungen, Stadionführungen oder kleine Spiele aufgelockert werden.

Wir sind bereits seit der Gründung von „Lernort Stadion“ im Jahr 2009 dabei und damit Gründungsmitglied. Dem entsprechend fanden die Feierlichkeiten zu zehn Jahren „Lernort Stadion“ auch in Bochum statt.

## FUßBALL TRIFFT KULTUR

In unserem Projekt „Fußball trifft Kultur“ führen wir wöchentliche Trainingseinheiten gepaart mit einem zusätzlichen Angebot von Unterrichtsstunden und kulturellen Veranstaltungen durch. Dieses Projekt findet bereits seit der Saison 2015/2016 an den Standorten Bochum und Herne in Kooperation mit der Organisation LitCam statt.

In das Projekt eingebunden sind die Werner-von-Siemens-Schule in Bochum und die Mont-Cenis-Schule in Herne. VfL-Spieler Christopher Antwi-Adjei und VfL-Spielerin Gizem Kilic sind Paten des Projekts. Gleichzeitig übernimmt Gizem Kilic die Kursleitung und ist wöchentlich vor Ort.

Ziel der Kooperation ist es, Bildung und Integration zu stärken, insbesondere für benachteiligte Kinder. Zum Ende eines jeden Schuljahres findet ein Abschlussturnier statt. Im Rahmen dieses Turniers treten dann die Teams der einzelnen Projektstandorte gegeneinander an.





# GESUNDHEIT



# BLAU-WEIßER BEWEGUNGSRAUM

Seit Februar 2022 ist das Projekt „Blau-Weißer Bewegungsraum“ unser Leuchtturmprojekt für den Bereich der BOCHUMER GESUNDHEIT. Eingeführt wurde es, weil sich Kinder und Jugendliche in Deutschland immer weniger bewegen. Das zeigt unter anderem der Deutsche Kinder- und Jugendsportbericht. Den Großteil des Tages verbringen Heranwachsende wenig aktiv in Betreuungseinrichtungen oder vor Bildschirmen. Durch die Corona-Pandemie hat sich die Situation weiter verschärft. Für eine gute und ganzheitliche (Persönlichkeits-)Entwicklung ist Bewegung allerdings essenziell. Die DFL Stiftung hat deswegen gemeinsam mit 22 Erst- und Zweitligisten das Programm **„Bundesliga bewegt“** ins Leben gerufen, damit Kinder und Jugendliche nachhaltig in Bewegung gebracht werden. Das Potenzial des Profifußballs soll als Türöffner dienen und Akteurinnen sowie Akteure in den Sozialräumen vernetzen.

Das Programm wurde bis August 2022 mit Mitteln eines von der Bundesregierung finanzierten Förderprogramms umgesetzt. **„AUF!leben – Zukunft ist jetzt.“** ist ein Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Das Programm ist Teil des Aktionsprogramms der Bundesregierung **„Aufholen“** infolge der Corona-Pandemie.

**Weg vom Bildschirm! Raus auf den Sportplatz! Mit dem Blau-Weißen Bewegungsraum möchten wir Kindern und Jugendlichen einen aktiven und gesunden Lebensstil mit ausreichender Bewegung näherbringen. Niedrigschwellig, ohne Leistungsdruck und mit viel Spaß möchten wir den Kindern in unseren Sozialräumen die Freude am Sport vermitteln.**

– ANGELINA BIELA  
BEWEGUNGSKOORDINATORIN  
„BLAU-WEIßER BEWEGUNGSRAUM“

Der VfL Bochum 1848 beteiligt sich an der Aktion mit der eigens gegründeten Initiative „Blau-Weißer Bewegungsraum“. Im Rahmen der Initiative kooperiert der VfL mit der Ev. Kindertageseinrichtung „Rasselbande“, der Michael-Ende-Schule und der Willy-Brandt-Gesamtschule im Sozialraum Bochum Langendreer. **Hierbei führen qualifizierte Übungsleiterinnen und -leiter des VfL Bochum 1848 mit den Kindern und Jugendlichen hochwertige, sportartübergreifende und aufeinander aufbauende Bewegungsangebote durch.** Darüber hinaus gab es Highlight-Veranstaltungen und ein Netzwerktreffen mit vielen wichtigen Aktiven des Sozialraumes, aus den Einrichtungen, den Breitensportvereinen und dem Jugendamt.

Im ersten Halbjahr des Projekts nahmen wöchentlich durchschnittlich 66 Kinder und Jugendliche aus den vier Partner-Einrichtungen am abwechslungsreichen Sportprogramm teil.

Mittelfristig soll ein weiterer Sozialraum in Bochum erschlossen werden, in dem an ausgewählten Einrichtungen Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche geschaffen werden. Langfristig wollen wir mit dem Blau-Weißen Bewegungsraum flächendeckend in allen Bochumer Sozialräumen vertreten sein, in denen wir mit dem Programm echte Mehrwerte bieten und Lücken schließen können. Darüber hinaus haben wir den Anspruch, mit dem Projekt wichtige Akteurinnen und Akteure zu vernetzen und bestehende Angebote geschickt miteinander zu kombinieren. Somit können wir für die Kinder und Jugendlichen den größtmöglichen Nutzen erzeugen und unsere Kontakte, unser Know-how und Ressourcen optimal einsetzen.





## FUßBALLFANS IM TRAINING

Unter dem Motto „**Dein Heimspiel. Dein Verein. Deine Gesundheit.**“ wurde das Programm „Fußballfans im Training“ (FITT) eingeführt. Das Projekt wird seit der Rückrunde der Saison 2016/2017 in Vereinen der Bundesliga und 2. Bundesliga in Zusammenarbeit mit dem Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT Nord) in Kiel und der Deutschen Krebshilfe durchgeführt. Seit der Saison 2018/2019 werden auch in Bochum Inhalte zu den Themen Bewegung, aktiverer Lebensstil, gesündere Ernährung sowie ein nachhaltiger Gewichtsverlust an übergewichtige Fans vermittelt.

Innerhalb von zwölf Wochen lernen die Teilnehmenden Hintergründe zu diesen Kernthemen und wie sie das Erlernte praktisch im Alltag anwenden können. Zur Einübung dienen praktische Einheiten, die im Vonovia Ruhrstadion stattfinden. Bei diesen kommt neben der sportlichen Aktivität auch der Spaß nicht zu kurz. Die Teilnahme an den Kursen ist kostenlos. Einzige Voraussetzungen sind ein Body-Mass-Index (BMI) von mindestens 28 und ein Alter zwischen 35 und 65 Jahren. Es gibt separate Kurse für Frauen und Männer, an denen allein in der Saison 2021/2022 20 Frauen und 39 Männer teilnahmen.

Die sportliche Leitung der Kurse liegt bei der VfL-Spielerin und Projektpatin Mara Wilhelm und dem ehemaligen Talentwerk-Psychologen und Sportpsychologen Prof. Dr. René Paasch.



## STEP KICKT!

Das Projekt „step kickt!“ ist ein interaktiver Schritte-Wettbewerb für Kinder der 3. und 4. Klasse und wurde von der DFL Stiftung und der Cleven-Stiftung entwickelt. Im Frühjahr 2021 hat auch der VfL Bochum 1848 dieses Projekt eingeführt und versucht die Kinder spielerisch für mehr Bewegung zu motivieren und über gesunde Ernährung aufzuklären. Dadurch, dass das Projekt in mehreren Vereinen der Bundesliga und 2. Bundesliga durchgeführt wird, können die Klassen der verschiedenen Standorte im Wettbewerb gegeneinander antreten und der Klassenverband wird gestärkt.

In der Saison 2021/2022 nahmen für den VfL die dritten und vierten Klassen der Michael-Ende-Schule an dem Projekt teil. Über den Zeitraum sammelten die 137 teilnehmenden Kinder zusammen 37.597.193 Schritte und legten dabei eine Distanz von 25.190 km zurück.

Unterstützt wurden sie von ihrem Projektpaten Herbert Bockhorn, der die Kinder mit mehreren Videobotschaften durch das Projekt führte. Insgesamt nahmen an „step kickt!“ Schulkinder von zwölf Profi-Vereinen teil. Hierbei wurden über 536 Mio. Schritte gesammelt. Zusammen umrundeten die Kinder so rund neun Mal die Erde und legten unfassbare 359.269 km zurück!

Neben der Bewegungs-Challenge standen für die Schulkinder im Laufe der Saison auch einige Highlight-Veranstaltungen an. So gab ihnen VfL-Koch Kai „Tomate“ Emmendorfer im Rahmen eines Kochkurses Einblicke in die gesunde und ausgewogene Ernährungsweise. Zudem stand bei einer weiteren Highlight-Veranstaltung das Thema Bewegung im Fokus. Dabei konnten die Kinder noch einmal fleißig zusätzliche Schritte sammeln.

Abschließend erhielten die Eltern der Kinder im Rahmen eines Elternabends spannende Einblicke in die Themen Ernährung, Sport und Motivation.



## BUNTER BALL

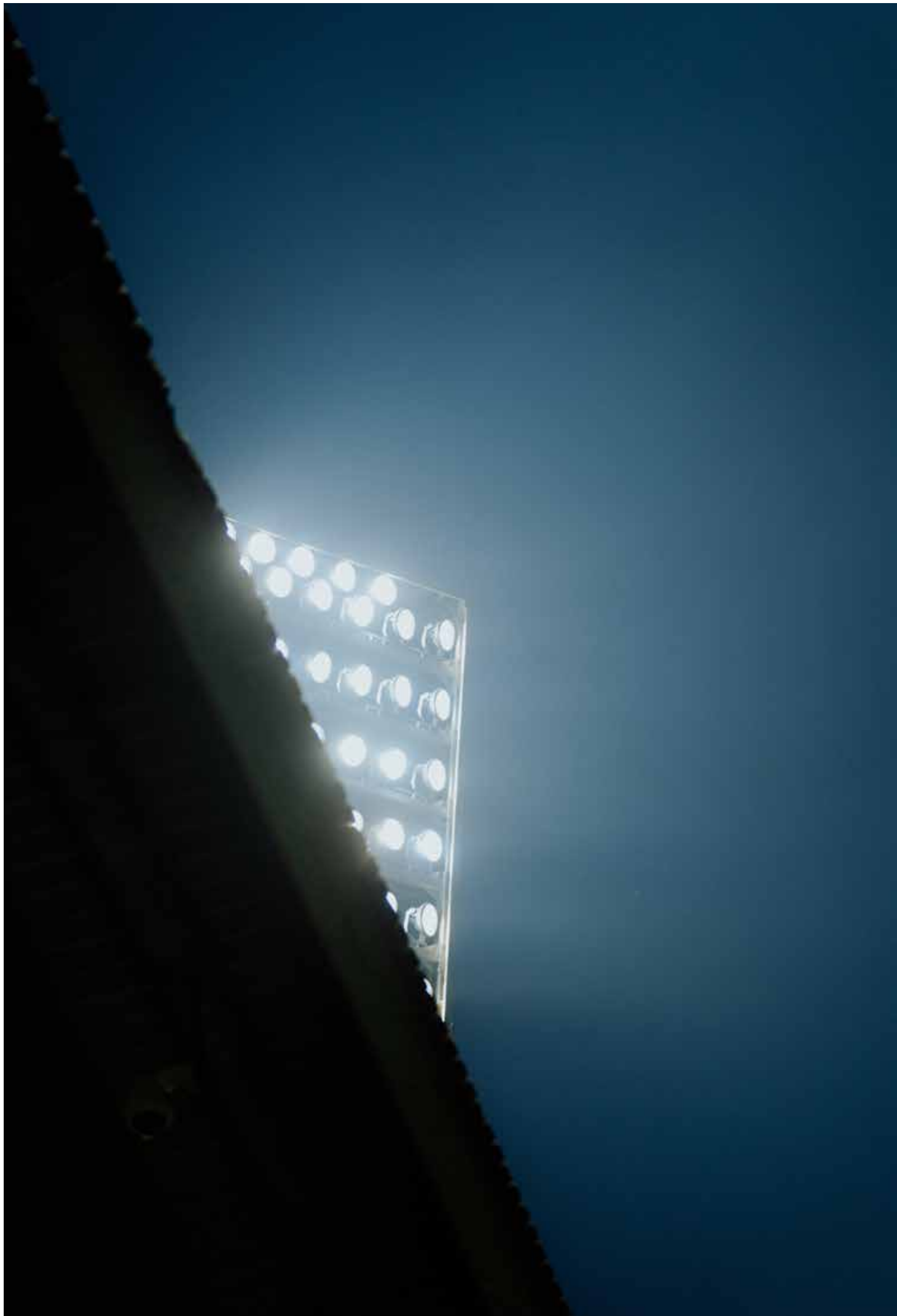
Im Rahmen von „Bunter Ball“ werden Schülerinnen und Schüler durch sportpädagogische Trainerinnen und Trainer von der 1. bis zur 4. Klasse in wöchentlichen AGs begleitet. Ziel ist es, durch den Sport die emotionalen, sozialen und interkulturellen Kompetenzen der Kinder zu verbessern und damit zu einem vorurteilsfreien und wertschätzenden interkulturellen Zusammenleben beizutragen. Die Kinder werden außerdem zu mehr sportlicher Betätigung motiviert, weshalb sie gesünder leben und aufwachsen. Die zu entwickelnden Kompetenzen werden fortlaufend anhand wissenschaftlicher Standards gemessen. Auf diese Art und Weise kann die erwünschte Wirkung des Projekts transparent nachvollzogen werden.

„Bunter Ball“ ist ein Projekt, das von der gemeinnützigen Organisation In safe hands e.V. ins Leben gerufen wurde und in Bochum aus einem Bündnis zwischen dem VfL Bochum 1848, In safe hands e.V. und der VIACTIV Krankenkasse durchgeführt wird.

Im Schuljahr 2021/2022 erreichte „Bunter Ball“ wöchentlich bis zu 19 Grundschulklassen an fünf Partnerschulen in Bochum und Herne. Mit einem Team von 18 Coaches wurden kreative und verantwortungsvolle Lösungen für wechselnde Hygienerichtlinien gefunden. So fanden die AGs einer Schule im zurückliegenden Sommer beispielsweise erneut auf einem der Kunstrasenplätze des VfL statt.







# POLITISCHE EINFLUSSNAHME

## DNK 19

Der VfL Bochum 1848 ist sich seiner besonderen Rolle in der Stadt und der Region bewusst. In den verschiedensten Fachgebieten bringt er sich im Dialog mit seinen Themen und Erfahrungen ein. Darüber hinaus gibt es eine enge Verbindung zu städtischen Bereichen, die unseren eigenen Betrieb betreffen. Da sich sowohl das Vonovia Ruhrstadion als auch Flächen rund um das Stadion in städtischer Hand befinden, ist der fortlaufende und konstruktive Austausch von besonderer Bedeutung. Darüber hinaus engagiert sich der VfL als sozialer Akteur in der Stadt und der Region. Dieses gesellschaftliche Engagement beruht auf den Werten des VfL-Leitbilds und der Satzung. Ein besonderer Fokus liegt auf Themengebieten wie Gesundheit und Bewegung, Kinderschutz, (Umwelt-)Bildung, Integration und Inklusion. Aber auch der Bereich der Wohltätigkeit spielt eine große Rolle. Dieses Engagement, welches unter dem Dach der CSR-Marke „HIER, WO DAS HERZ NOCH ZÄHLT“ stattfindet, wird im Kriterium „Gemeinwesen“ ausführlicher dargestellt.

Neben dieser regionalen Ausrichtung engagieren wir uns auch in verschiedenen Gremien der Deutschen Fußball Liga e.V. (DFL), zu deren Mitgliedern wir zählen, und den entsprechenden Klub-Netzwerken. Zudem besteht ein Austausch mit verschiedenen Ministerien und gemeinnützigen Organisationen, um Themen wie Lieferkettenmanagement voranzutreiben.

Wir sind weder parteipolitisch aktiv noch Mitglied einer Partei. Auch Parteispenden leisten wir nicht.

# GESETZES- UND RICHTLINIEN-KONFORMES VERHALTEN

DNK 20



## UNSERE ZIELE IN DIESEM KRITERIUM

Durch die Einführung eines **Compliance Managementsystems** die Wahrung der Sorgfaltspflicht konzeptionell verankern und ein Bewertungssystem für Partnerschaften entwickeln



**SDG 16: Unterziel 16.5.**  
**SDG 17: Unterziel 17.16.**

Fairplay ist einer der wichtigsten Grundgedanken im Sport. Entsprechend ist dieser Wert auch in unserem Leitbild fest verankert. Auch wenn wir unsere Spiele im Nachwuchs- und im Profibereich mit viel Leidenschaft bestreiten, ist es immer wichtig, dass die Spielregeln eingehalten werden. Dabei geht es nicht nur darum, Regeln passiv einzuhalten, sondern auch zu überlegen, wie man einen positiven Beitrag zum fairen Umgang untereinander leisten kann.

Das, was für uns so selbstverständlich auf dem Platz gilt, zählt in gleicher Form auch für die anderen Bereiche unseres Klubs.

## **ENTWICKLUNG VON REGELUNGEN DURCH INTERNEN ARBEITSKREIS**

Die Entwicklung von Standards, die der Einhaltung von Regeln dienen, ist üblicherweise kein partizipativer Prozess. Dennoch ist es auch in diesem sensiblen Themenbereich wichtig für uns, möglichst alle mitzunehmen. Aus diesem Grund wurde im Jahr 2018 ein interner Arbeitskreis gegründet, der eine Vielzahl von Themen im Bereich der Richtlinien und Informationen erarbeitet. In dem Arbeitskreis können sich alle Mitarbeitenden des VfL Bochum 1848 engagieren. Die Inhalte werden in kleinen Projektgruppen erarbeitet, durch die Geschäftsführung beschlossen und nach der Finalisierung im Rahmen von kurzen Vorträgen der Belegschaft vorgestellt. Ein wichtiger Aspekt dieser Arbeit ist es, die bereits bestehenden Regelungen zu vereinheitlichen und neue Ideen zu entwickeln. Aktuell gibt es elf Kapitel, die von Regelungen zu Krankheit, Urlaub, Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiter Vorteile oder Reisekosten bis zur Zeiterfassung reichen. Außerdem wurden durch den Arbeitskreis bereits zahlreiche gemeinschaftsfördernde Veranstaltungen für die Geschäftsstelle organisiert.

## **INNERBETRIEBLICHE BESCHWERDESTELLE**

Die nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) geschaffene innerbetriebliche Beschwerdestelle ist ein übergreifender Personenkreis aus Beschäftigten des VfL Bochum 1848, der sich Beschwerden zu Konflikten am Arbeitsplatz, Mobbing, Sexueller Belästigung und Diskriminierung annimmt. Die Beschwerdestelle prüft eingehende Beschwerden nach einem entwickelten Fallmanagement und entwickelt Vorschläge für bedarfsgerechte Lösungen. In Einzelfällen können die Unternehmensführung oder externe Fachstellen, wie z. B. Mediatoren, Anwaltskanzleien oder Beratungsstellen hinzugezogen werden. Alle Beratungen finden in geschützter Atmosphäre statt. Informationen, persönliche Daten und Gesprächsinhalte werden strikt vertraulich behandelt.

## **KINDERSCHUTZ ANNE CASTROPER**

Unter dem Titel „Kinderschutz anne Castroper“ hat der VfL Bochum 1848 als erster deutscher Profiverein im Jahr 2019 gemeinsam mit In safe hands e.V. und der Kindernothilfe ein präventives, ganzheitliches und systematisches Kinderschutzkonzept erarbeitet. Dieses gilt für alle Abteilungen des VfL und beinhaltet unter anderem Verhaltensrichtlinien, Inhalte zur Personalpolitik, ein Fallmanagementsystem, Kommunikationsstandards und eine Risikoanalyse. Insbesondere das Talentwerk, die VfL-FUSSBALLSCHULE und die Mitgliederabteilung entwickeln außerdem zusätzlich fortlaufend individuelle Maßnahmen zur Umsetzung der Inhalte. Wir werden unter anderem weitere Umfragen durchführen, um herauszufinden, ob sich Kinder weiterhin sicher und geschützt fühlen. Zusätzlich wurde das Konzept „Kinderfreundliches Stadion“ angestoßen. Über die Entwicklungen informieren wir im nächsten Nachhaltigkeitsbericht. Die Kinder, Eltern, VfL-Trainerinnen und Trainer und VfL-Mitarbeitenden werden in die Prozesse einbezogen. Im Sinne der nachhaltigen Wirkung werden die Inhalte regelmäßig überprüft und weiterentwickelt. Durch das Kinderschutzkonzept möchte der VfL Bochum 1848 Kindeswohlgefährdungen sowie physischer oder psychischer Gewalt gegen Kinder präventiv entgegenwirken. Die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen ist ein wertvoller Bestandteil der täglichen Arbeit im Verein. Darüber hinaus sollen Kinder und Jugendliche aber auch gestärkt und beteiligt werden.



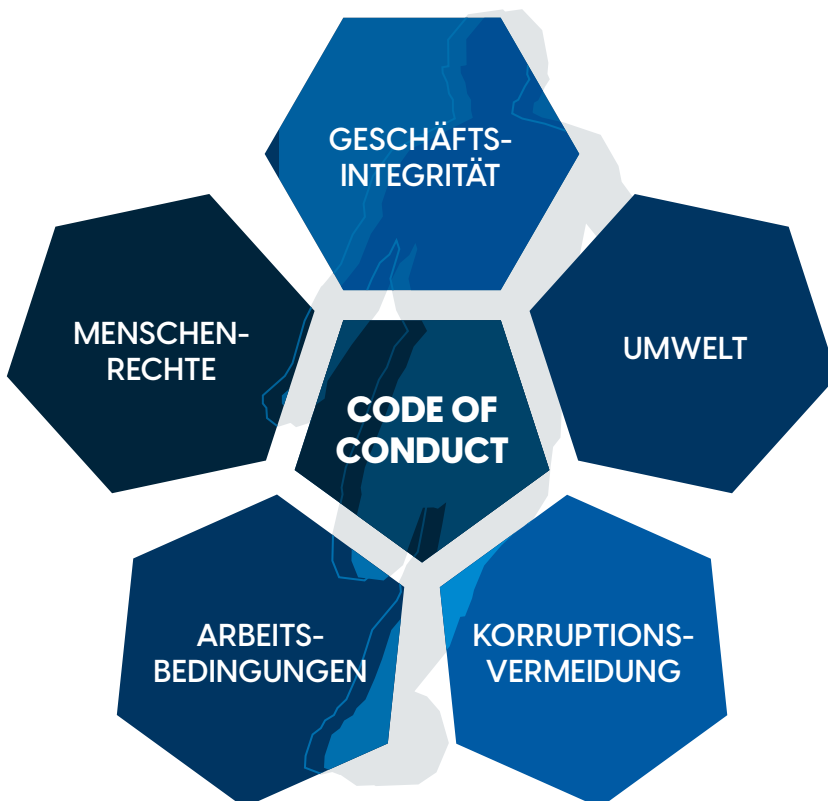
## VERHALTENSKODEX AUF GRUNDLAGE DES LEITBILDS

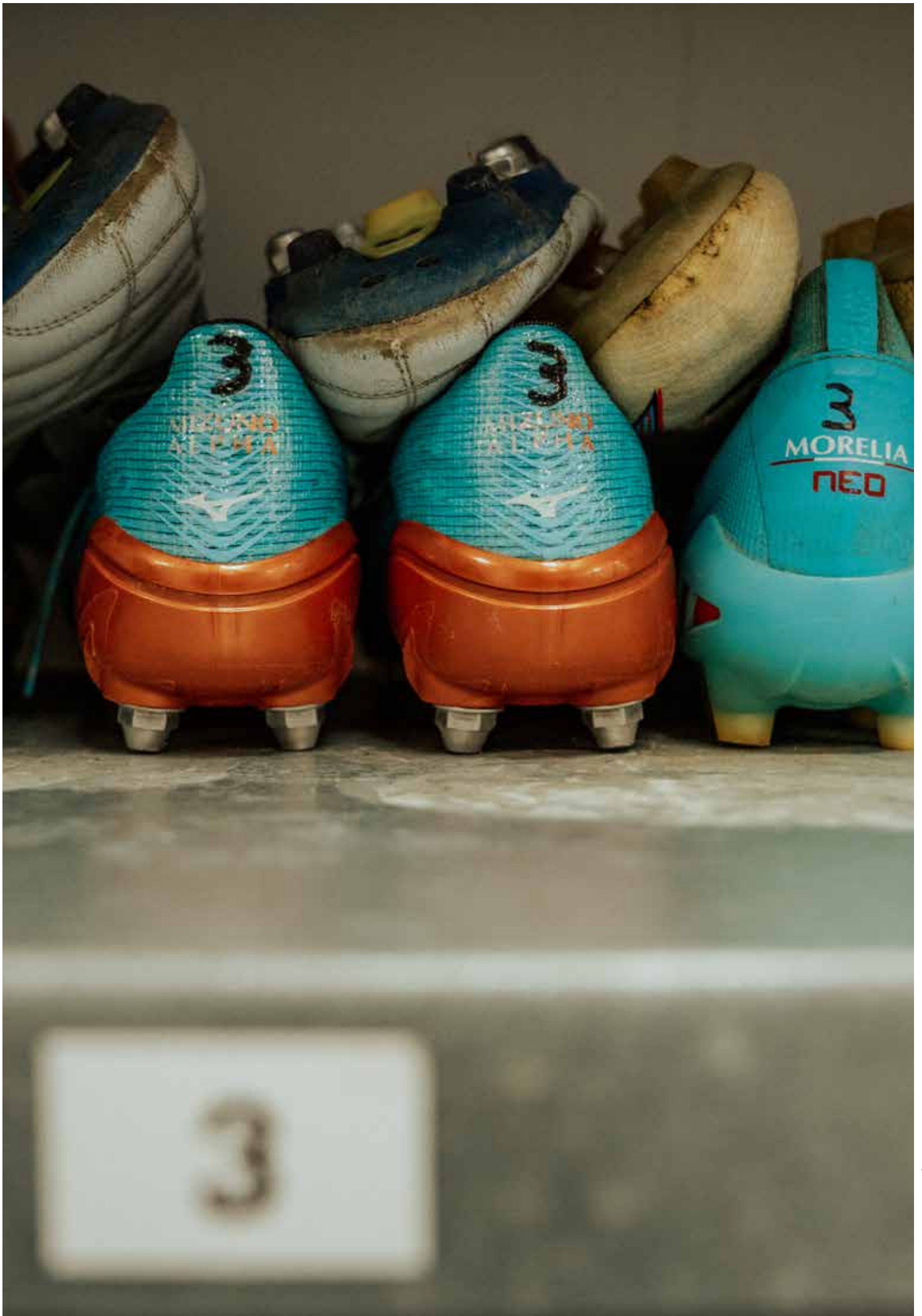
Neben diesen Inhalten, die eine wichtige Orientierung für alle bieten, sind allerdings auch rechtsverbindliche Spielregeln wichtig, die auf den Werten des VfL Bochum 1848 basieren. Daher wird im Jahr 2023 ein Ethik- und Verhaltenskodex ins Leben gerufen, der für alle Mitarbeitenden des VfL Bochum 1848 Fußballgemeinschaft e.V und der ausgegliederten Kapitalgesellschaft, der VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA gilt. Verstöße gegen den Ethik- und Verhaltenskodex werden angemessen und konsequent sanktioniert. In einem nächsten Schritt ist sowohl der Aufbau eines Compliance-Management-Systems als auch die Einführung eines Hinweisgebersystems geplant.

Mit der Einführung von Verhaltenskodex und Compliance-Management-System werden auch die Schulungen für Führungskräfte und Belegschaft erweitert, um für die jeweiligen Inhalte zu sensibilisieren. Grundsätzlich wird dazu das bewährte Format genutzt, das auch bei der Präsentation von neuen Richtlinien des Internen Arbeitskreises Anwendung findet. Darüber hinaus wird es bei Bedarf vertiefende Workshops geben.

## CODE OF CONDUCT FÜR LIEFERANTEN UND PARTNER

Wie bereits in Kriterium 17 beschrieben, ist auch bei Partnerschaften und Dienstleistungen die Festlegung von verbindlichen Richtlinien elementar. Daher entwickelt der VfL Bochum 1848 einen Code of Conduct für Partner und Lieferanten. Dieser beruht auf dem Verhaltenskodex und den VfL-Werten. Die Einführung soll schrittweise erfolgen. Durch den CoC sollen jedoch keinesfalls Partner ausgeschlossen werden, die nicht idealtypisch nachhaltig agieren. Vielmehr soll die Anzahl der nachhaltigen Partnerschaften zunehmen. Gleichzeitig ist es aber auch das Ziel, sich mit langjährigen Partnern gemeinsam weiterzuentwickeln und nachhaltige Lösungen für die Partnerschaft zu finden.







# 05

## GLOSSAR



# A

## ANSPRUCHSGRUPPEN

**Anspruchsgruppen** (auch: Stakeholder) sind juristische oder natürliche Personen bzw. Personengruppen aus dem Unternehmensumfeld, die entweder einen direkten Einfluss auf die Geschäftstätigkeit haben oder von den Geschäftsaktivitäten betroffen sind.

# B

## BIODIVERSITÄT

**Biodiversität** oder auch: biologische Vielfalt beschreibt die Vielfältigkeit allen Lebens auf drei Ebenen:

1. Die Vielfalt der Ökosysteme (Wälder, Steppen, Meere etc.),
2. Die Vielfalt der Arten und
3. die genetische Vielfalt innerhalb einer Art.

Die drei Ebenen sind auf komplexe Art und Weise voneinander abhängig. Ein gesundes Ökosystem ist auf die Vielfalt der in ihr lebenden Arten angewiesen, um gut zu funktionieren. Eine kleine Änderung im Ökosystem hat wiederum Auswirkungen auf die Artenvielfalt.<sup>1</sup>

# C

## CHANCENGERECHTIGKEIT

Gemäß der Definition des Dudens bedeutet **Chancengerechtigkeit** „gerechte Bedingungen, Voraussetzungen für alle bei Ausbildung und gesellschaftlich-sozialer Entwicklung“. Dies bedeutet, dass ethnische Herkunft & Nationalität, Geschlecht & geschlechtliche Identität, körperliche und geistige Fähigkeiten, Religion & Weltanschauung, sexuelle Orientierung, die soziale Herkunft und das Alter keine Rolle spielen dürfen. Die Definition der Chancengerechtigkeit beschreibt einen Idealzustand, der durch das Beitragen aller am gesellschaftlichen Leben partizipierenden Gruppen, Institutionen & Personen zu erreichen gilt.

## CORPORATE CITIZENSHIP

**Corporate Citizenship** (CC) bezeichnet das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, um sich als „gute Bürger“ zu präsentieren. Typische Formen des Engagements sind Spenden- und Sponsoringmaßnahmen oder die Freistellung von Mitarbeitern für gemeinnützige Zwecke (Corporate Volunteering).

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**Corporate Social Responsibility** (CSR) bezeichnet die unternehmerische Übernahme von Verantwortung gegenüber den Auswirkungen der Geschäftsaktivitäten auf die Gesellschaft und die Umwelt. Ebenfalls darunter fällt auch das Steuern dieser Auswirkungen im Rahmen von Projekten, sodass positive Wirkungen verstärkt (Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung) und negative Wirkungen minimiert oder sogar ganz vermieden werden.

# D

## DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX (DNK)

Der **Deutsche Nachhaltigkeitskodex** ist ein Berichtsstandard, um die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen darzustellen. Er ist unterteilt in insgesamt 20 Themenfelder und ist von allen Unternehmen, unabhängig ihrer Größe und Rechtsform, anwendbar.

<sup>1</sup> [www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d](http://www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d)



## E

### EFFIZIENZ

Wenn ein Fußballspieler nur zwei Schüsse auf das Tor braucht, um ein Tor zu erzielen, dann ist er **effizient**. In der Klimaschutzdebatte wird der Begriff sehr ähnlich verwendet und meint eine Verbesserung der Kosten-Nutzen-Relation in Hinblick auf die benötigten Ressourcen. Pro genutzter Ressourceneinheit kann also mehr produziert werden oder im Umkehrschluss: bei gleichbleibender Produktion werden weniger Ressourcen benötigt als vorher. Effizienzsteigerungen ist häufig das einzige Mittel, was Politik und Wirtschaft als Lösung für den Klimaschutz betrachten. Gefahren davon sind beispielsweise der sogenannte Rebound Effekt. Nichtregierungsorganisationen, Aktivisten und Aktivistinnen sowie Forscher und Forscherinnen fordern häufig ein Zusammendenken von Suffizienz, Konsistenz und Effizienz.<sup>2</sup>

### EMISSION

Der Ausstoß oder die Abgabe von Stoffen, die in die Atmosphäre gelangen, wie bspw. die **Emission** von Treibhausgasen.

### EU-TAXONOMIE

Die **EU-Taxonomie** ist ein Klassifizierungssystem für nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten. Sie wurde im Rahmen des EU-Aktionsplans für nachhaltige Finanzierungen entwickelt und verpflichtet, bestimmte Unternehmen ihre Umsätze, Investitionsausgaben und Betriebsausgaben in nachhaltige und nicht nachhaltige Aktivitäten aufzuschlüsseln.

### ESG

Mit **ESG** sind die Bereiche Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung) gemeint. In Unternehmen wird ESG meist mit Nachhaltigkeit synonym verwendet, da diese drei Säulen die Basis für das Nachhaltigkeitsmanagement sind. ESG-Verantwortliche sind Personen in einem Unternehmen, die sich mit Nachhaltigkeitsthemen befassen und diese vorantreiben.

## F

### FAIRTRADE

Produkte mit dem **Fairtrade**-Siegel stammen aus einem zertifiziert fairen Handel mit dem Ziel, die Kleinbauern sowie Arbeiter und Arbeiterinnen in Entwicklungsländern zu fördern und ihre Position auf dem Weltmarkt nachhaltig zu verbessern. Bei der Vergabe des Siegels müssen spezifische internationale Fairtrade-Standards eingehalten werden, die soziale, ökonomische und ökologische Aspekte beinhalten.

## G

### GESCHÄFTSMODELL

Das **Geschäftsmodell** legt modellhaft oder in Form von logischen Zusammenhängen dar, wie Unternehmen einen Mehrwert (in Form von Erträgen oder einem Kundennutzen) generieren.

### GESETZESKONFORMES VERHALTEN

**Gesetzeskonformes Verhalten** bezieht sich auf die Vermeidung von Korruption und Kartellabsprachen oder auf die Einhaltung von gesetzlichen Regelungen, z. B. zu Daten-, Umwelt- oder Arbeitsschutz (Compliance). Richtlinienkonformes Verhalten hingegen bezeichnet die Einhaltung selbstgesetzter Verhaltensmaximen einer Organisation in Form von Verhaltenskodizes usw. (Integrity). Damit umfasst dieses Kriterium die Komponenten Legalität und Legitimität gleichermaßen. (Quelle: DNK Leitfaden)

<sup>2</sup> [www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d](http://www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d)

## GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD

Der **Global Organic Textile Standard (GOTS)** definiert über die gesamte textile Kette weltweit einheitliche und anspruchsvolle Kriterien für die Verarbeitung von Textilien, welche aus zertifiziert biologisch erzeugten Naturfasern bestehen. Diese Kriterien beinhalten die Schritte des Faseranbaus, die umweltfreundliche und sozialverträgliche Herstellung sowie eine einheitliche Kennzeichnung der Produkte. Textilprodukte, die gemäß GOTS zertifiziert wurden, beinhalten mindestens 70 Prozent biologisch erzeugte Naturfasern.

## GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Die Standards der **Global Reporting Initiative** sind eine der global bekanntesten Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Das Ziel ist es, durch Standardisierung eine Vergleichbarkeit zu schaffen zwischen den Nachhaltigkeitsberichten. Außerdem soll die Qualität der Berichte erhöht werden.

## GREENHOUSE GAS PROTOCOL

Das **Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)** ist eine der aktuell am weitesten verbreiteten Standards zur Bilanzierung von Treibhausgasemissionen.

# I

## IPCC

**IPCC** ist eine Abkürzung für das »Intergovernmental Panel on Climate Change«. Der IPCC ist eine Art Sachverständigenrat, der regelmäßige wissenschaftliche Berichte zu den Ursachen und Auswirkungen des Klimawandels vorlegt und darin ebenso konkrete Maßnahmen vorschlägt. Er gilt als wichtigster Ratgeber für die UN-Klimakonferenzen.<sup>3</sup>

# K

## KOHLENSTOFFDIOXID (CO<sub>2</sub>)

**Kohlenstoffdioxid** ist ein Gas, das aus Kohlenstoff und Sauerstoff besteht. Im Zusammenhang mit dem Klimawandel wird häufig auch von Kohlenstoffdioxid als Treibhausgas gesprochen. Der Anstieg von CO<sub>2</sub> in der Atmosphäre ist seit der Industrialisierung stark angestiegen und führt zu einem Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur. Pflanzen lagern CO<sub>2</sub> in ihren Blättern ein, beim Verbrennen von Pflanzen und fossilen Brennstoffen, wird das CO<sub>2</sub> wieder freigesetzt.<sup>4</sup>

# N

## NACHHALTIGKEIT

**Nachhaltigkeit** bedeutet, dass wir die Ressourcen unseres Planeten nur so viel nutzen, dass zukünftige Generationen ihn ebenfalls nutzen und auf der Erde leben können. Nachhaltigkeit hat eine intergenerationale (über mehrere Generationen hinweg) Komponente und eine intragenerationale Komponente: alle Menschen innerhalb einer Generation sollen ein lebenswertes Leben auf dieser Erde haben. Die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales müssen außerdem immer zusammen gedacht werden, da bspw. eine Wirtschaft ohne eine gesunde Umwelt langfristig nicht existieren kann.

## NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

In der **Nachhaltigkeitsstrategie** legt jede Organisation ihren geplanten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung fest und wie sie sich in Bezug auf Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchte. Darunter zählen ebenfalls Methoden und Instrumente zur ganzheitlichen und systematischen Umsetzung von nachhaltiger Entwicklung in Organisationen. Durch die Formulierung von mittel- und langfristigen Zielen wird der Inhalt besonders greifbar.

<sup>3</sup> [www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d](http://www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d)

<sup>4</sup> [www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d](http://www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d)

## NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

**Nachhaltige Entwicklung** ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. Nachhaltigkeit bezieht sich dabei in der Regel mindestens auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte.

## NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Unter **Nachhaltigkeitsmanagement** ist die Integration und Umsetzung von Konzepten und Instrumenten zur Verbesserung sozialer, ökologischer und ökonomischer Aspekte in der Organisation gemeint. Das Nachhaltigkeitsmanagement dient zur Erreichung der in der Nachhaltigkeitsstrategie festgelegten Ziele.

## O

### ÖKOBILANZ

Unter der **Ökobilanz** versteht man eine systematische Analyse der Umweltwirkungen von Produkten während des gesamten Lebensweges oder Unternehmen. Dazu gehören sämtliche Umweltwirkungen während der Produktion, der Nutzungsphase und der Entsorgung des Produktes, sowie die damit verbundenen vor und- nachgeschalteten Prozesse (z. B. Herstellung der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe).

### ORGANISATION ENVIRONMENTAL FOOTPRINT

Der **Organisation Environmental Footprint** (OEF) ist eine Methode zur Ökobilanzierung und wurde von der Europäischen Kommission entwickelt, um die Auswirkungen von unternehmerischen Aktivitäten ganzheitlich in allen Wirkungskategorien systematisch zu analysieren (und somit die Vermeidung von einer reinen CO<sub>2</sub>-Betrachtung zu vermeiden).

## P

### PARISER KLIMASCHUTZABKOMMEN

Das **Klimaabkommen von Paris** ist eine Vereinbarung der insgesamt 195 Mitgliedstaaten der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC). Es wurde am 12. Dezember 2015 in Paris verabschiedet und sieht die Begrenzung der menschengemachten globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 °C, bestenfalls nicht deutlich mehr als 1,5 °C, gegenüber vorindustriellen Werten vor.

### PROFIFUßBALL

Der **Profifußball** bezeichnet die berufliche Ausübung des Fußballsports. Amateurspieler dürfen bspw. nur bis zu einer gewissen Grenze entlohnt werden. In Deutschland gibt es drei Profi-Ligen: Die Bundesliga, die zweite Bundesliga und die dritte Liga.

## R

### RESSOURCE

**Ressourcen** sind für einen Produktionsprozess oder für die Bereitstellung von Dienstleistungen die definierten Mittel in materieller (bspw. Rohstoffe) oder immaterieller Art (bspw. Zeit oder Arbeitskräfte).

## S

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)

Die **Sustainable Development Goals** (SDGs) sind die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Im Jahr 2015 wurden diese 17 Ziele mit insgesamt 169 Unterzielen im Rahmen der Agenda 2030 von den Mitgliedsstaaten verabschiedet. Mit dem Ziel einer „Transformation der Welt zum Besseren“ bilden Schwerpunkte in den Bereichen Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft deshalb auch für Unternehmen einen wichtigen Orientierungsrahmen im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung.

## T

### TREIBHAUSGASE

**Treibhausgase** sind Gase in der Atmosphäre, die Strahlung entweder absorbieren oder reflektieren. Sie sind der Motor des Treibhauseffekts. Es gibt zahlreiche Treibhausgase. Die wichtigsten sind Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>), Methan (CH<sub>4</sub>), Lachgas (N<sub>2</sub>O), Ozon (O<sub>3</sub>). Treibhausgase haben sowohl natürliche als auch menschengemachte Ursachen. Bei den Treibhausgasen, die der Mensch in die Atmosphäre entlässt, spricht man vom menschengemachten (altgriechisch: anthropogenen) Treibhauseffekt.<sup>5</sup>

## V

### VIELFALT

Unter **Vielfalt** verstehen wir die Repräsentation von Menschen in den Persönlichkeitsdimensionen Geschlecht & geschlechtlicher Identität, körperliche und geistige Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, soziale Herkunft, sexuelle Orientierung, Alter, ethnische Herkunft & Nationalität.

## W

### WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die **Wertschöpfungskette** ist die vollständige Abfolge von Aktivitäten oder Akteuren, die Werte in Form von Produkten oder Dienstleistungen schaffen oder empfangen. Aktivitäten können sein: Rohstoffbeschaffung, Vorfertigung, Veredelung, Vertrieb, Logistik sowie Recycling und Entsorgung gebrauchter Produkte.<sup>6</sup> Bei der Analyse der Emissionen ist es bspw. wichtig, alle Wertschöpfungsstufen in die Berechnung einzubeziehen, um ein möglichst genaues Bild der Umweltauswirkungen zu erlangen.

### WESENTLICHKEIT

Der Grundsatz der **Wesentlichkeit** (auch: Materialität) besagt, dass beim Jahresabschluss alle Tatbestände offengelegt werden müssen, die wesentlich (engl.: material) sind, weil sie wegen ihrer Größenordnung Einfluss auf das Jahresergebnis haben (Outside-In-Perspektive). Im DNK wird das Prinzip Wesentlichkeit zusätzlich auf unternehmerische Aktivitäten angewendet, die auf soziale und ökologische Aspekte bedeutende Auswirkungen haben (Inside-Out-Perspektive). Ein solcher Berichtsmaßstab unterstützt dabei, den Berichtsrahmen einzugrenzen und besonders wichtige Informationen hervorzuheben. Bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung finden sich in den einzelnen Rahmenwerken unterschiedliche Ansätze, welche Informationen wesentlich und damit berichtspflichtig sind.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> [www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d](http://www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/nachhaltigkeits-glossar/#g-a-d)

<sup>6</sup> Vgl. DNK Glossar

<sup>7</sup> Vgl. DNK Glossar



Eine **Wesentlichkeitsanalyse** ist ein Instrument im Nachhaltigkeitsmanagement mit dem Ziel einer Priorisierung der Themen für das jeweilige Unternehmen. Darauf aufbauend können im Nachhaltigkeitsmanagement gezielt Schwerpunkte gesetzt und mehr Wirkung erzielt werden. Eine Wesentlichkeitsanalyse wird in regelmäßigen Abständen durchgeführt. Eine bestimmte Vorgehensweise hierbei wird nicht vorgegeben, weshalb jedes Unternehmen den Prozess für sich selbst aufsetzt.

## Z

### ZIELE

**ZIELE** beschreiben einen wünschenswerten Zustand, der zu einem bestimmten Zeitpunkt in der Zukunft durch entsprechendes Verhalten erreicht werden soll. Quantitative Ziele sind mit einer Zahl hinterlegt, z. B. die Reduktion des Energieverbrauchs um 20 % gegenüber einem bestimmten Zeitpunkt/-raum. Qualitative Ziele beschreiben einen Zustand, der erreicht werden soll. Auch sie sollten so formuliert sein, dass eindeutig festgestellt werden kann, ob das Ziel zum Zeitpunkt X erreicht wurde oder nicht, z. B. die Einrichtung eines Betriebskindergartens.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Vgl. DNK Glossar

# IMPRESSUM

## KONZEPTION UND HERAUSGEBER

VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA  
Castroper Straße 145  
44791 Bochum

Telefon: +49 (0) 234 - 95 18 48

Telefax: +49 (0) 234 - 95 18 826

E-Mail: [service@vfl-bochum.de](mailto:service@vfl-bochum.de)

Internet: [vfl-bochum.de](http://vfl-bochum.de)

## PROJEKTLÉITUNG

Matthias Mühlen & Felicitas Breuing

## ANLAUFSTELLE FÜR FRAGEN

Fragen bezüglich dieses Berichts und der Nachhaltigkeitsstrategie richten Sie bitte an: [engagement@vfl-bochum.de](mailto:engagement@vfl-bochum.de)

## GESTALTUNG

BECKDESIGN GmbH  
print · web · sound · motion  
Auf der Heide 3  
D-44803 Bochum

Telefon: +49(0) 234 - 936 486 25

Internet: [beckdesign.de](http://beckdesign.de)

## BILDNACHWEIS

VfL Bochum 1848 (Dustin Bialas, Tim Kramer, Marc Niemeyer, Alexander Schwarz, Jan Aben)

Getty Images

Imago Images

Shutterstock

## REDAKTIONELLE HINWEISE

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht der VfL Bochum 1848 GmbH & Co. KGaA. Redaktionsschluss für diesen Bericht war der 30.06.2022. Darüber hinaus wurden wesentliche Entwicklungen bis einschließlich 01.02.2023 berücksichtigt.

## WEITERE HINWEISE

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt. Berichtszeitraum ist die Saison 2021/2022. Die Angaben beziehen sich grundsätzlich auf den Zeitraum vom 01. Juli 2021 bis 30. Juni 2022.

