



RUSSIA ARN



NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2023

DIE FOHLEN





LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

der Fußball erreicht Millionen Menschen in Deutschland und hat nicht nur deshalb eine besondere Stellung und Vorbildfunktion in unserer Gesellschaft. Borussia Mönchengladbach als größter Verein der Stadt und der Region ist für viele Fans eine wichtige Identifikationsgröße. Daher wollen wir Verantwortung übernehmen und vorangehen.

Nachhaltiger zu wirtschaften sowie verantwortungsbewusst mit Mensch und Umwelt umzugehen, ist genauso unsere Überzeugung, wie erfolgreich Fußball spielen zu wollen. Im Frühjahr 2023 wurden wir vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke als nachhaltiger wirtschaftendes Unternehmen ausgezeichnet. Darauf haben wir uns nicht ausgerichtet – im Gegenteil. Der ZNU-Standard

bringt auch die Verpflichtung mit sich, weiter an sich zu arbeiten. Borussia hat von den Nachhaltigkeitsexperten auch Aufgaben und Verbesserungsmöglichkeiten auferlegt bekommen und diese bereits in Angriff genommen. Denn unser Ziel muss es sein, auch im Frühjahr 2024 die Anforderungen des ZNU-Standards zu erfüllen.

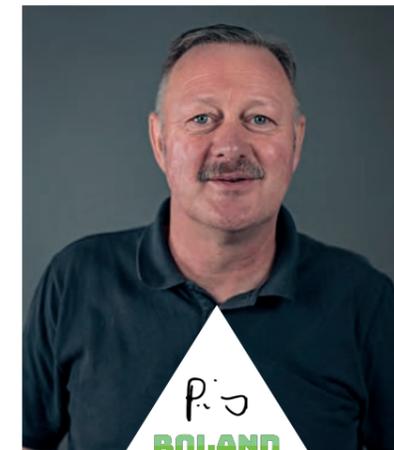
Nachhaltigkeit geht längst weit über das allgemeine Verständnis von ökologischen Themen hinaus und findet sich im Grunde in allen Aspekten unseres täglichen Handelns wieder. Auf den folgenden Seiten informieren wir Sie umfangreich darüber, was wir im Jahr 2023 im Sinne der Nachhaltigkeit auf den Weg gebracht haben, welche Schritte wir zuletzt gegangen sind und welche Ziele wir uns für die Zukunft setzen. Unterteilt

haben wir diesen Bericht in vier Kategorien: Unternehmensführung, Umwelt, Wirtschaft und Soziales.

Wir lernen selbst auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit stetig hinzu. Und eine Erkenntnis ist besonders wichtig: Der Prozess, sich zu verbessern, wird nie abgeschlossen sein. Begleiten Sie uns ein Stück weit auf diesem Weg. Viel Spaß beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts! ◆



Stephan Schippers
**STEPHAN
SCHIPPERS**
GESCHÄFTSFÜHRER



Roland Virkus
**ROLAND
VIRKUS**
SPORTDIREKTOR/
GESCHÄFTSFÜHRER



Markus Aretz
**MARKUS
ARETZ**
GESCHÄFTSFÜHRER

NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2023

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Intro	06
Anstoß: Den eingeschlagenen Weg fortsetzen	08
Dialogkultur: Der Mitglieder-Talk	10
Code of Conduct: Handeln mit Verantwortung	12
CSR-Stabsstelle	13
Human Resources	14
Vertrauenspersonen	16
Fanarbeit: Borussias Fanbeauftragte	18
Jugendhilfe De Kull	20
Ordnerschulung	22
Schulungen im NLZ	24
Kurzpass: Weitere Meldungen	28

UMWELT

Intro	30
Anstoß: Der neue CO ₂ -Fußabdruck	32
Energieverbrauch: PV-Anlagen	34
Catering: Wie Foodwaste vermieden wird	36
Mobilität: Fahrradspieltag	38
Blühwiesen	41
Infografik: So grün ist der BORUSSIA-PARK	42
Kurzpass: Weitere Meldungen	44

WIRTSCHAFT

Intro	46
Digitalisierung	48
Nachhaltiges Sponsoring	50
Mobilität: Stadionpartner NEW	52
Lieferkettenmanagement	54
Borussia-Stiftung	56
Merchandising	60
Kurzpass: Weitere Meldungen	62

SOZIALES

Intro	64
FohlenMasters	66
Lernort Stadion: Bildungspark MG	70
Zeitzeugen-Gespräch	72
Borussias Frauen- und Mädchenabteilung	74
Inklusion: Der Lebenshilfe-Cup	76
FohlenWelt	78
FohlenElf: Besuch in Gedenkstätte	80
Verlegung Stolpersteine	82
Barrierefreiheit: Borussias Inklusionsbeauftragte	84
Kinderschutzkonzept	85
Kurzpass: Weitere Meldungen	86

UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

Anstoß | Den eingeschlagenen Weg fortsetzen

08

Dialogkultur | Der Mitgliedertalk

10

Code of Conduct | Handeln mit Verantwortung

12

Stabsstelle | CSR & Nachhaltigkeit

13

Human Resources | Borussias HR-Managerin im Interview

14

Vertrauenspersonen | Ansprechpartner bei Problemen

16

Fanarbeit | Borussias Fanbeauftragte

18

De Kull | Angebote des Jugendzentrums

20

Abteilungen | Ordnerschulungen

22

FohlenStall | Schulungen im Nachwuchsleistungszentrum

24

Kurzpass | Weitere Meldungen 2023

28



DEN EINGESCHLAGENEN WEG FORTSETZEN

Borussia will sich nach der ZNU-Zertifizierung als nachhaltiger wirtschaftendes Unternehmen stets weiter verbessern. Deshalb hat der Verein inzwischen auch die Verantwortung zum nachhaltigen Handeln in seine Satzung aufgenommen

Das Ergebnis war eindeutig. Mit großer Mehrheit haben Borussias Mitglieder im April 2023 auf der jährlichen Mitgliederversammlung dem Antrag auf Satzungsänderung in Teil I, Paragraph 2 (Vereinszweck) der Vereinssatzung zugestimmt. Somit hat der VfL die gesellschaftliche Verantwortung zum nachhaltigen Handeln in die Satzung aufgenommen. Der neue Abschnitt 4 des entsprechenden Paragraphen lautet nun:

In Anerkennung seiner Verantwortung, zur Zukunftssicherung der künftigen Generationen beitragen zu müssen und angelehnt an die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen, nehmen der Verein und seine mehrheitlich verbundenen Körperschaften eine aktive Rolle in der Transformation zu einer ganzheitlich nachhaltigen Gesellschaft ein.

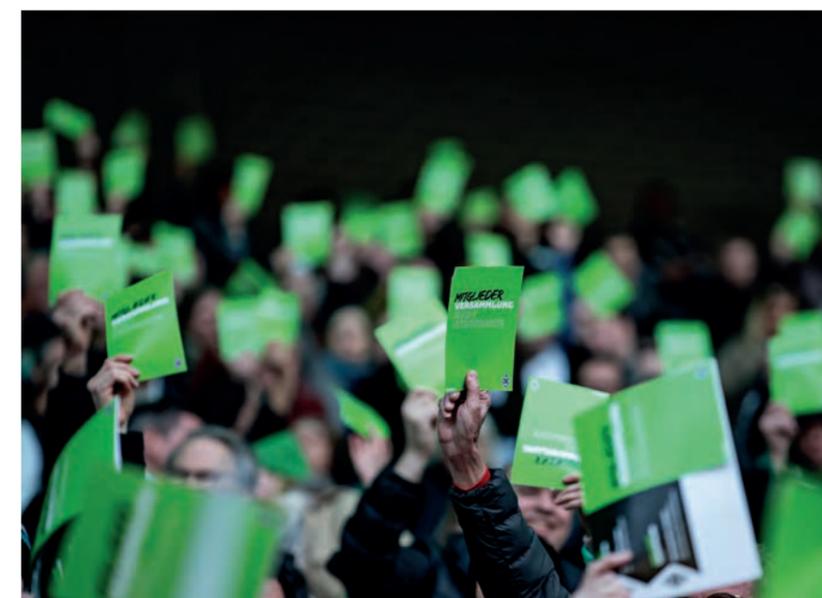
„Nachhaltigkeit ist kein Trendthema. Borussia folgt nicht dem Zeitgeist, sondern will als verantwortungsvoller Verein, Unternehmer und Arbeitgeber handeln“, sagt Geschäftsführer Stephan Schippers. „Darum war für uns die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Satzung des Muttervereins als Teil des Vereinszwecks von besonderer Bedeutung. Dass dies auch dem Wunsch unserer Vereinsmitglieder entspricht, hat das einstimmige Voting der Versammlung im April 2023 eindrucksvoll bewiesen.“ Neben dieser Satzungsänderung hat Borussia im Jahr 2023 auch erstmals offizielle Unternehmensziele niederge-

schrieben. Neben Zielen wie „Sportlicher Erfolg der Profimannschaft“ und „Wirtschaftliche Gesundheit des Unternehmens aus eigener Kraft; Unabhängigkeit bewahren“ sind dort beispielsweise auch die Ziele „Fortsetzen des Weges zu mehr Nachhaltigkeit und Schärfung des Bewusstseins für klimabewusstes Handeln“ sowie „Optimierung des Frauen- und Mädchenfußballs im Sinne der gesellschaftlichen Verantwortung des Fußballs“ notiert.

Bereits im Frühjahr 2023 hatte sich Borussia vom Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke (ZNU) als nachhaltiger wirtschaftendes Unternehmen zertifizieren lassen. 2024 steht die erneute Überprüfung durch die Experten an. Denn um den ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften weiterhin tragen zu dürfen, muss sich der VfL jedes Jahr aufs Neue auf Herz und Nieren checken lassen.

Dabei gibt es natürlich auch immer etwas zu verbessern. Manchmal sind es gefühlte Kleinigkeiten, die schnell umsetzbar sind. So war beispielsweise die Rubrik „Nachhaltigkeit“ auf Borussia's Homepage nicht unmittelbar zu finden. Inzwischen ist sie als Hauptrubrik im Themenreiter direkt, einfach und übersichtlich implementiert.

Im Jahr 2023 hat Borussia zudem eine neue Stelle für eine HR-Managerin geschaffen und besetzt, um die Unternehmenskultur insgesamt weiter zu verbessern. Für eine verstärkte Dialogkultur sind regelmäßige Mitarbeiterbefragungen, Sponsorentreffen und Roundtables sowie externe Umfragen unter verschiedenen Zielgruppen (Fans, Dauerkarten-Inhaber, Mitglieder etc.) zum Usus geworden. Bestehende Lieferketten werden einer Prüfung unter-



zogen, auch Neu-Verträge müssen den Anforderungen des eigens geschaffenen „Code of Conduct“ entsprechen, das Abfallmanagement soll weiter verbessert werden. Es ist eindeutig: Der Weg zu mehr Nachhaltigkeit ist ein kontinuierlicher Prozess und ein Unternehmen kann überall und jederzeit noch Aspekte verbessern. „Es werden immer mehr Bereiche und Prozesse mit Nachhaltigkeitsthemen verknüpft und auf Verbesserungspotenziale überprüft. Das ist sehr viel Detailarbeit und offenbart auch oft Zielkonflikte“, weiß Geschäftsführer Markus Aretz und bringt als Beispiel den Stadionrasen ins Spiel. Dieser soll stets im perfekten Zustand gehalten werden, um die besten Voraussetzungen für den sportlichen Erfolg zu bieten. Auf der anderen Seite benötigt der Rasen in der dunklen und kalten Jahreszeit dafür die Unterstützung der Rasenheizung und von Beleuchtungsanlagen, die viel Energie verbrauchen. „Hier wird täglich experimentiert, wie weit Einsatzzeiten der Heizung oder von Lampen reduziert werden können“, erklärt Aretz.

Oder auch das Ziel, die Fanbasis und die Zahl der Stadionbesucher weiter auszubauen, aber gleichzeitig zu wissen, dass durch Fanmobilität etwa ein Drittel der CO₂-Emissionen rund um Borussia entstehen.

Für Fans, die teilweise über 100 Kilometer anreisen und wegen der lokalen Infrastruktur an ihrem Wohnort auf PKW angewiesen sind, gebe es hier keine schnelle, umfassende Lösung. „Trotzdem heißt es hier dranbleiben und Angebote schaffen, zum Beispiel durch den Ausbau von Ladeinfrastruktur am BORUSSIA-PARK oder die Entwicklung einer Fahrgemeinschafts-App.“



Mit dem „FohlenClub – Der Mitglieder-Talk“ in der FohlenWelt hat Borussia ein Format ins Leben gerufen, das es VfL-Mitgliedern ermöglicht, mit Protagonisten des Vereins in den direkten Dialog treten zu können

KLARTEXT UNTER BORUSSSEN

Einmal in Ruhe und ausgiebig mit Geschäftsführer Stephan Schippers über die finanziellen Hintergründe des Vereins, mit Geschäftsführer Sport Roland Virkus über den Umbau der FohlenElf oder mit Nils Schmadtke, Sportdirektor Lizenz, über Borussia's Scouting sprechen. Das können VfL-Mitglieder seit Mitte 2023 beim neu eingeführten „FohlenClub – Der Mitgliedertalk“. Ein exklusives Angebot für vereinstreue Fans.

Talks auch exklusiv bleiben und nicht in die Öffentlichkeit dringen sollten. „Dieses sehr gute Format ist nicht nur für die Mitglieder eine gute Gelegenheit, einmal ins direkte Gespräch mit uns zu kommen und vielleicht einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Es ist genauso für uns eine gute Gelegenheit, im Austausch mit den Vereinsmitgliedern eine direkte Resonanz auf unser eigenes Handeln zu erhalten“, sagt Schippers. Der mehrfach aufbrandende

Etwa 200 Borussia-Mitglieder hatten sich beispielsweise für den ersten „FohlenClub – Der Mitgliedertalk“ beworben, 40 wurden ausgelost und konnten im Bökelberg-Kino der FohlenWelt mit Stephan Schippers und Roland Virkus über die aktuelle Lage Borussia's und der FohlenElf diskutieren. Borussia's Mitgliederbetreuung hatte das Talk-Event ins Leben gerufen, um den VfL-Mitgliedern eine Plattform zu geben, mit Borussia's Protagonisten in den direkten Dialog treten zu können. Und moderiert von Stadionsprecher Torsten „Knippi“ Knippertz wurde zwischen den Borussia'sinnen und Borussia's und den beiden VfL-Geschäftsführern Klartext gesprochen.

Dabei ging es vor allem um den Umbau des sportlichen Bereichs, die finanziellen Möglichkeiten des Vereins und viele andere Themen rund um Fans und FohlenElf. Zuvor hatte Knippi die im Vereinsmuseum Versammelten eingeschworen, dass die Inhalte dieses exklusiven

Zwischenapplaus zeigte, dass Talkgäste und Publikum in den meisten Punkten auf einer Wellenlänge waren.

In der zweiten Auflage gaben Nils Schmadtke und Mario Vossen, Chefkoordinator Scouting, exklusive Einblicke in Borussia's Scouting, die Kaderplanung und Spielerverpflichtungen.

Der „FohlenClub – Der Mitglieder-Talk“ findet alle acht Wochen in der FohlenWelt statt. Mitglieder zahlen den ermäßigten Eintrittspreis von 10 Euro (Erwachsene) und erhalten neben einem Platz im Bökelberg-Kino zum Talk (19:00 Uhr) auch die Möglichkeit, sich vorab ab 18:00 Uhr und nach der Gesprächsrunde bis 21:00 Uhr exklusiv in der FohlenWelt umzusehen. Außerdem ist auch ein Gutschein für ein Getränk in der FohlenSportsbar inbegriffen. Bewerben können sich Mitglieder jeweils über ein Online-Formular, das auf www.borussia.de zu finden ist. ♦



STABSSTELLE CSR & NACHHALTIGKEIT

Die Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit ist bei Borussia unmittelbar an die Geschäftsführung angeschlossen

KONTAKT

Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit

MARKUS FRIEBEN:
Stabsstellenleiter

CHRISTINA KRÜGERKE:
Nachhaltigkeitsmanagerin

Kontakt: nachhaltigkeit@borussia.de

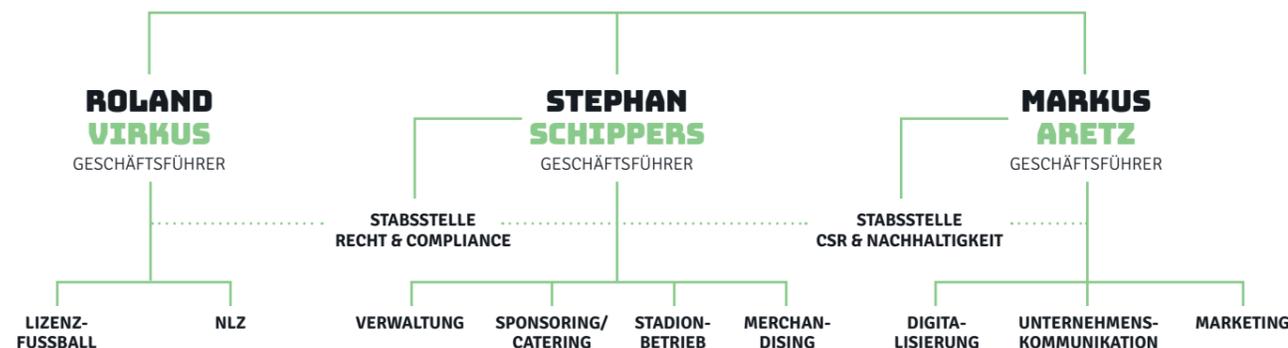


Der Stellenwert der Themenkomplexe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) lässt sich bei Borussia auch an der Firmenstruktur des Vereins ablesen. Zum einen hat der VfL im Oktober 2022 eine eigene Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit eingeführt. Zum anderen ist diese unmittelbar an die Geschäftsführung angeschlossen (siehe Organigramm). Als einer der drei Geschäftsführer Borussias konzentriert sich Markus Aretz dabei besonders auf die Bereiche CSR, Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung. Die Stabsstelle leitet Markus Frieben und wird von Nachhaltigkeitsmanagerin Christina Krügerke komplettiert.

Durch ihre besondere Position im Unternehmensorganigramm wird deutlich, dass Nachhaltigkeitsthemen keinen abgesonderten Bereich umfassen. Vielmehr sind sie in allen Bereichen des Vereins präsent und gleichermaßen wichtig. „Die Struktur zeigt auch auf organisatorischer Ebene, wie wichtig diese Themen sind und dass sich

Borussia seiner gesellschaftlichen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst ist“, sagt Stabsstellenleiter Markus Frieben.

CSR & NACHHALTIGKEIT IN DER GESAMTSTRUKTUR



HANDELN MIT VERANTWORTUNG

Mit einem sogenannten „Code of Conduct“ hat Borussia sich und ihren Geschäftspartnern einen Verhaltenskodex auferlegt

„Wir, der Borussia VfL 1900 e.V. und die Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH sind uns unserer besonderen gesellschaftlichen Verantwortung bewusst.“ So beginnt der sogenannte „Code of Conduct“, den Borussia entwickelt und öffentlich einsehbar auf ihre Homepage gestellt hat. „Code of Conduct“ kann mit Verhaltenskodex übersetzt werden. Er beinhaltet eine Sammlung von Verhaltensweisen, Regeln und Kontrollmechanismen, die sicherstellen sollen, dass alle gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden. Er ist ein moralischer Kompass, nicht nur für das eigene Unternehmen mit den eigenen Mitarbeitenden – auch für die zahlreichen Geschäftspartner und Lieferanten. Auch sie sollen sich an diesen Werten orientieren und messen lassen.

„Der Code of Conduct ist eine Zusatzvereinbarung, die unsere bisherigen Verträge ergänzt und gewährleistet, dass sich alle Geschäftspartner dazu verpflichten, die darin enthaltenen Regeln einzuhalten“, erklärt Markus Frieben, Leiter der Stabsstelle Nachhaltigkeit und CSR (Corporate Social Responsibility). Vom Verbot von Kinderarbeit und Diskriminierung über Themen wie Arbeitssicherheit und Klimaschutz bis hin zu Bestechung und Korruption deckt der „Code of Conduct“ in insgesamt 18 Richtlinien und Regeln zahlreiche Bereiche ab.

„Borussia ist ein Aushängeschild für die Stadt Mönchengladbach und auch für den Wirtschaftsstandort Niederrhein“, erklärt Frieben. „Nachhaltigkeit bedeutet das Übernehmen von sozialer und ökologischer Verantwortung in Verbindung mit fairem und transparentem ökonomischem Handeln. Mit derselben Leidenschaft, mit der wir Fußball spielen, wollen wir diesem Grundsatz ganzheitlich gerecht werden.“

AUSZÜGE AUS BORUSSIAS „CODE OF CONDUCT“

„Borussia Mönchengladbach legt Wert auf verantwortungsvolle, langfristige Wertschöpfung und Einhaltung aller nationalen und internationalen Rechtsvorschriften. Beim Bezug von Rohstoffen, Waren und Dienstleistungen oder Ähnlichem setzt Borussia Mönchengladbach von seinen Geschäftspartnern daher eine nachhaltige Vorgehensweise, die Umweltschutz, den fairen Umgang mit Mitarbeitern sowie die Beachtung von Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit beinhaltet, voraus.“

„Alle Geschäftspartner von Borussia Mönchengladbach müssen die nationalen und internationalen Vorschriften, insbesondere arbeits- und sozialrechtliche Gesetze, Vorschriften und Gesetze zur Produktsicherheit und Umweltschutzbestimmungen oder sonstige Anforderungen einhalten.“

„Sämtlichen Mitarbeitern ist ein stets sicheres und gesundes Arbeitsumfeld zur Verfügung zu stellen. Es sind geeignete Vorsorgemaßnahmen gegen Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten zu treffen und adäquate persönliche Schutzausrüstung zur Verfügung zu stellen.“

„Als Teil der allgemeinen Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette wird von dem Geschäftspartner erwartet, dass er die Sorgfaltspflichtenprozesse und Rückverfolgbarkeit in seiner gesamten Lieferkette für alle Mineralien unterstützt.“

„Umweltbelastungen sollen vermieden und vermindert werden. Dabei gilt es, die Umweltauswirkungen durch Ressourcen- und Energieverbrauch, Luftschadstoffe, Wasserverbrauch, Ausbringungen in Boden und Wasser sowie den entstehenden Abfall zu vermeiden bzw. kontinuierlich zu reduzieren, Biodiversität zu erhalten und Kreislaufwirtschaft zu fördern. Geschäftspartner sind dazu angehalten, ihre CO₂-Bilanz zu senken.“

„Geschäftspartner sind angehalten, umweltfreundlichere Verpackungen einzusetzen. Dafür gilt es, Verpackung wo möglich zu vermeiden, zu verringern oder hinsichtlich ihrer Umwelteffekte zu verbessern.“

Hier ist der gesamte Code of Conduct zu finden:



„BORUSSIA SOLL EIN ORT BLEIBEN, AN DEM MAN MIT FREUDE UND VERBUNDENHEIT ARBEITET“

Seit Oktober 2023 hat Borussia in Elke Müller eine HR-Managerin. Im Interview spricht sie darüber, was sich beim VfL im Personalbereich bewegt

Elke, deine Stelle ist gänzlich neu bei Borussia. Welche Aufgaben beinhaltet diese?

ELKE MÜLLER: Ich bin verantwortlich für die Bereiche Recruiting, Personalentwicklung und Employer Branding. Mein Fokus liegt auf zielorientiertem Talent-Management mit der Aufgabe, qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und zu halten, ihre Fähigkeiten zu entwickeln und sie kontinuierlich zu motivieren. Dabei behalte ich den breiten und sich ständig verändernden Arbeitsmarkt intensiv im Blick.

Was sind die Herausforderungen bei der Suche nach Mitarbeitenden?

MÜLLER: Um qualifizierte Mitarbeitende für uns gewinnen zu können, müssen wir als Arbeitgeber attraktiv und sichtbar sein. Da hat Borussia als beliebter Fußballverein sicher einen Vorteil, weshalb wir zuletzt schnell wachsen konnten. Dennoch reicht das zukünftig allein nicht aus. Wir befinden uns in einem „War of Talents“ und der demografische Wandel bestärkt diesen mehr und mehr. Hier gilt es, wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wie kann Borussia wettbewerbsfähig bleiben?

MÜLLER: Ein wichtiges Bedürfnis für Mitarbeitende ist Personalentwicklung und zielführende, individuelle Weiterbildung, um Expertise aufzubauen und Qualifikationen zu stärken – zum Beispiel durch Sprachkurse oder fachliche Schulungen. Zudem wollen wir Führungskräfte und Potentialträger noch stärker fördern. Gleichzeitig sind diese Maßnahmen ein Erfordernis, denn Talente verändern sich heute schneller und flexibler als früher. Wenn Mitarbeitende sich in einem Unternehmen geschätzt fühlen und spüren, dass sie bei ihrem Arbeitgeber wachsen können und Perspektiven sehen, werden sie sich weniger schnell umorientieren.

Welche Maßnahmen will Borussia darüber hinaus in Zukunft angehen?

MÜLLER: Für die Mitarbeitergewinnung wollen wir unsere Präsenz ausbauen. Stellenausschreibungen auf der Website reichen nicht aus, daher werden wir die Sozialen Medien in Zukunft noch mehr einbinden. Um als Arbeitgeber spannend zu bleiben, informieren wir uns auf etablierten HR-Veranstaltungen und Messen: Welche personalwirtschaftlichen Themen werden diskutiert, welche Bedeutung hat „New Work“ - also die modernen und flexiblen Formen der Büro-Arbeit - am Markt und bei vergleichbaren Unternehmen und welche technische Innovation ist im Bereich Human Resources (HR) zielführend? Wichtig ist zu hinterfragen, was relevant ist und was zu Borussia passt.

Was hat sich dabei schon als relevant herauskristallisiert?

MÜLLER: Vieles – und deshalb haben wir einige Dinge schon im Jahr 2023 initiiert. Neben der Schaffung meiner Position wurden bereits regelmäßige wertvolle Gespräche zwischen Mitarbeitenden und der jeweiligen Führungskraft integriert. In den Gesprächen wird identi-

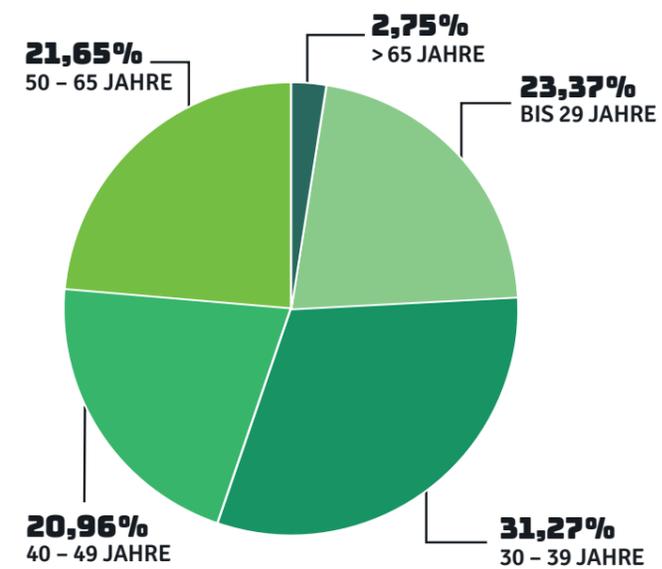


fiziert, welche Perspektiven sich der Mitarbeitende wünscht, wo er steht und was ihm fehlt. Außerdem wurde eine anonyme Zufriedenheitsbefragung durchgeführt, die grundsätzlich prima ausgefallen ist – auf einer Skala von 1 bis 10 lagen wir dort bei einer 7.

Auf Basis der Umfrage werden aktuell auf Führungsebene Verbesserungsmaßnahmen ermittelt, denn es gibt daraus resultierend immer Themen, die verbessert werden können. Da schauen wir

jeden Punkt ganz genau an, um sagen zu können, was Sinn ergibt, um die Zufriedenheit noch weiter zu steigern, gerade was Entwicklungsmöglichkeiten, Anerkennung, Zusammenarbeit zwischen den Direktionen und Work-Life-Balance betrifft. Borussia soll nachhaltig ein Ort bleiben, an dem unsere Mitarbeitenden mit Freude und Verbundenheit arbeiten. Deswegen wird die Umfrage auch in Zukunft regelmäßig durchgeführt. ♦

ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITENDEN



PERSONALKENNZAHLEN VERWALTUNG

Mitarbeiterstruktur	Gesamt	Führungskräfte (ab Abteilungsleiter)
Mitarbeiteranzahl gesamt	292	26
Mitarbeiter in Vollzeit	253	26
Mitarbeiter in Teilzeit	39	0
Frauenanteil	96 (32,88%)	1 (3,85%)

Stichtag: 31. Dezember 2023

ANSPRECH- PARTNER BEI PROBLEMEN

Mit zwei Vertrauenspersonen tritt Borussia möglichen Missständen im Verein proaktiv entgegen und hilft den Mitarbeitenden zusätzlich bei Problemen aller Art

Borussias Mitarbeitenden stehen zwei Vertrauenspersonen für alle Probleme, psychosozialen Risiken am Arbeitsplatz (Mobbing, Überlastung, Stress, Unzufriedenheit etc.) sowie als Vermittler bei Konflikten zur Verfügung. Dabei haben sie die freie Wahl, ob sie mit Julia Hambüchen, Borussias Leiterin Stabsstelle Recht & Compliance, oder mit Christopher Wilting, Psychologe im Nachwuchsleistungszentrum, in den Austausch treten wollen. So unterschiedlich der Background der beiden Vertrauenspersonen auch ist, so gut ergänzen sich die beiden bei dieser Aufgabe. Zwar gilt für sie die Geheimhaltungspflicht, wodurch kein Gespräch beim Arbeitgeber oder dem jeweils anderen landet. „Doch wenn jemand möchte, dass wir unser Wissen zusammenbringen“, erklärt Christopher Wilting, „also eine Kombination aus psychologischer und rechtlicher Betreuung wünscht, dann machen wir das sehr gerne, und es kann von großem Nutzen sein.“

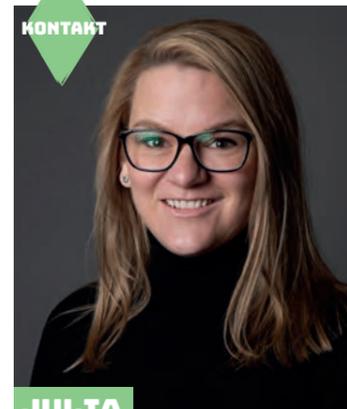
Dabei ist es nicht entscheidend, ob der Gesprächsbedarf beim Mitarbeitenden unmittelbar mit der Arbeit bei Borussia zu tun hat oder ob es sich um ein Thema aus dem Privatleben handelt. Hambüchen und Wilting sind der Überzeugung,

dass sie in allen Fällen als Gesprächspartner herangezogen werden sollten, denn schlussendlich nehme man auch private Probleme und Sorgen mit an den Arbeitsplatz, wo sie den Alltag beeinflussen können. Der Zyklus und die Dauer der Begleitung variieren von Fall zu Fall. „Unsere Begleitung ist abhängig vom Anliegen und dementsprechend sehr individuell. Einige nehmen aus dem Erstkontakt bereits viele Impulse für sich mit, manche wünschen sich eine längerfristige Unterstützung“, sagt Wilting.

Wichtig sei den beiden Ansprechpartnern nur, dass jeder Borussia-Mitarbeitende die Möglichkeit nutzt, die Arbeit der Vertrauenspersonen kennenzulernen und für sich selbst zu entscheiden, ob man die Hilfe in Anspruch nehmen möchte oder nicht. „Es geht darum, Vertrauen zu finden und in geschützter Atmosphäre unkompliziert zusammenzufinden“, betont Hambüchen. „Daher sind die Türen für die Kolleginnen und Kollegen immer offen.“ Sollte sich dennoch ein Mitarbeitender eine passende Psychotherapie außerhalb der Arbeitsstelle wünschen, können Hambüchen und Wilting auch bei der Suche unterstützen. ◆

VERTRAUENSPERSONEN

KONTAKT



**JULIA
HAMBÜCHEN**

Bereichsleiterin Recht und Compliance
T +49 2161 9293-1530
E julia.hambuechen@borussia.de



**CHRISTOPHER
WILTING**

Psychologe NLZ
T +49 2161 9293-2604
E christopher.wilting@borussia.de

WHISTLE- BLOWING

Misstände im Verein sollen aktiv angesprochen werden. Deshalb hat Borussia das Whistleblowing-Tool „whizzla“ im Unternehmen implementiert. Das System wird von einem Drittanbieter (lexato GmbH) betrieben und bezogen, die Kommunikation innerhalb des Tools erfolgt via „end-to-end“ Verschlüsselungen. Das heißt, es werden keine (personenbezogenen) Daten gesammelt oder gespeichert, so dass ein hohes Maß an Sicherheit geboten wird und alle gesetzlichen und datenschutzrelevanten Vorgaben erfüllt sind.

Das Tool ermöglicht eine einfache und intuitive, aber auch sichere und anonyme Meldung von Missständen. „whizzla“ unterstützt somit beim Abbau von eventuellen Meldungs-Hürden von unangenehmen oder brisanten Themen und erhöht die Transparenz, was Vertrauen schafft bzw. das Vertrauen in die eigene Unternehmenskultur bestärkt.



Borussias Fanbeauftragte: Patrick Wolf, Thomas „Tower“ Weinmann, Jennifer Albers und Jan Ruoff (v.l.).

BORUSSIAS FANARBEIT: EIN ZWEI-SÄULEN-PRINZIP

Etwa 38.000 VfL-Fans sind in den 1.240 offiziellen Borussia-Fanclubs aktiv. Um ihre Belange kümmern sich Borussias Fanbeauftragte

„Sei willkommen im Herzen von Borussia Mönchengladbach. Hier in der Nordkurve gilt: „Einer für alle, alle für einen!“ So beginnt der „Borussen-Kodex“, den sich die VfL-Fans selbst auferlegt und 2017 in einer überarbeiteten Version angepasst haben. „Zeige deine Leidenschaft für unseren Verein und für den Fußball, den wir kennen und lieben! Aber mach das ohne Ausgrenzung, Gewalt und Diskriminierung in jeglicher Form!“, ist ein zentraler Abschnitt daraus. Unterm Stadionsdach des BORUSSIA-PARK hängen Banner, die diese Aussage auf vier Schlagworte verkürzen: „Gegen Diskriminierung. Gegen Rassismus. Für Toleranz. Für Borussia.“

„Daran muss sich jeder halten. Wer das nicht macht, kann nach Hause gehen“, stellt Thomas „Tower“ Weinmann klar. Weinmann ist seit 1994 als Geschäftsführer beim FPMG Supporters Club e.V. aktiv und seit 2003 Fanbeauftragter des VfL. „Jeder Fanclub mit Raute auf der Brust identifiziert sich mit den Werten von Borussia. Und jeder Fan ist auch gleichzeitig eine Visitenkarte des Vereins. Das muss jedem klar sein.“ Jeder der etwa 1.240 offiziellen Borussia-Fanclubs – ob in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein oder Bayern oder international von Algerien bis Zypern – hat zudem schon bei der offiziellen Anerkennung

vonseiten des Vereins eine Gewaltverzichtserklärung unterzeichnet.

In Mönchengladbach wird seit den Achtzigerjahren bei der Fanarbeit Borussias von einem „Zwei-Säulen“-Prinzip, das heißt einer internen und einer externen Fanarbeit, gesprochen. Dabei war und ist das damalige „Fanprojekt MG e.V.“, der heutige „FPMG-Supporters Club e.V.“, die Keimzelle der gesamten Fanarbeit Borussias. Historisch gewachsen arbeiten hier mittlerweile sechs Festangestellte, circa 30 Teilzeitkräfte und viele Ehrenamtler. Beide „Parteien“ laufen dabei nicht parallel, sondern sind eng miteinander ver-

zahnt und bilden im Sinne der Fans eine Einheit.

Was aber weiterhin fehlte war die sozialpädagogische Arbeit mit Fußballfans der im Nationalen Konzept für Sport und Sicherheit beschriebenen Fanprojekte. Im Jahre 2014 wurde daher zusätzlich zum „Fanprojekt MG e.V.“ ein zweiter Verein gegründet: „De Kull e.V.“

Borussia hat beim Thema Fanarbeit eine Vorreiterrolle inne: Der VfL war der erste Verein, der einen hauptamtlichen Fanbeauftragten eingestellt hat – weit, bevor dies ein Lizenzierungskriterium der DFL und des DFB wurde. Das unabhängige Fanprojekt Mönchengladbach e.V. wurde 1988 ins Leben gerufen. Damit war die Basis gelegt für das bis heute funktionierende stabile System des Zwei-Säulen-Prinzips: Fanarbeit direkt bei Borussia und Fanarbeit extern, beim FPMG Supporters Club e.V. und dem Fanprojekt im De Kull e.V.

Darüber hinaus hat Borussia auch die Bedürfnisse ihrer Fans mit Beeinträchtigung stets im Blick. Patrick Wolf ist als Inklusionsbeauftragter der entsprechende Ansprechpartner. Andrea Hanisch kümmert sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und Rollstuhlfahrer (siehe Seite 84). ♦

KONTAKT

Fanbeauftragte:
fans@borussia.de

Inklusionsbeauftragter Patrick Wolf:
barrierefrei@borussia.de

Andrea Hanisch:
andrea.hanisch@borussia.de



DE KULL

TRÄGER DER
FREIEN
JUGENDHILFE

Der Jugendhilfeträger De Kull leistet wichtige soziale und bildungspolitische Arbeit rund um den BORUSSIA-PARK

De Kull lud Jugendliche, die bereits zuvor im Rahmen des Projektes „Junge Kurve“ Eintrittskarten abgenommen hatten, zu einem kreativen Nachmittag im Jugendzentrum ein. Dabei hatten sie die Möglichkeit, verschiedene Fanutensilien wie zum Beispiel Jutebeutel selbst zu gestalten.

Die engen Kontakte des De Kull e.V. zu Borussia sind auch geografisch enger geworden. Seit 2022 befindet sich die Geschäftsstelle des Jugendhilfeträgers in unmittelbarer Nähe zum BORUSSIA-PARK. „Ruhiges und zielgerichtetes Arbeiten wurde im Jugendzentrum an der Hehner Straße auf Dauer herausfordernder. Der Träger wächst immer weiter und die Professionalisierung schreitet weiter voran“, erklärt Philip Hülsen, Gründer und Geschäftsführer von De Kull. Aus diesem Grund wolle man sich in naher Zukunft erneut vergrößern.

Anfangen hat alles vor über 15 Jahren mit einem ersten Jugendafternoon im Fanhaus. Inzwischen beschäf-

tigt der Jugendhilfeträger De Kull knapp 150 Mitarbeiter – ins Leben gerufen wurde er mit lediglich dreien. Interdisziplinäre Teams beleben die Tätigkeiten in den Arbeitsbereichen „Soziale Arbeit & Sport“, „Bildungspark“, „Soziale Dienste“ sowie „Offener Ganztag“. Vor allem im vergangenen Jahr sei der Bedarf an ihren Angeboten deutlich spürbar gewesen, berichtet Hülsen. „Unsere Arbeit hat sich seitdem verachtfacht. Wir erreichen zwar schon viele Menschen, aber vor allem der Bedarf bei sozial schwächeren oder ärmeren Kindern und Jugendlichen muss mehr gedeckt werden.“

Vor allem im Bereich „Soziale Arbeit & Sport“ arbeiten der Jugendhilfeträger und Borussia Hand in Hand. Diese Zusammenarbeit wird beispielsweise im Jugendzentrum oder der Bolzplatzliga erlebbar. Im Bereich der Fan-Sozialarbeit schafft De Kull für Jugendliche verschiedene Randzeitangebote – sowohl unter der Woche als auch am Wochenende. Das Jugendzentrum auf der Hehner Straße bildet dabei weiterhin ein wichtiges Standbein. Dort besuchen die Jugendlichen die Räumlichkeiten des Trägers aus eigener Motivation. Durch diese Struktur entsteht ein regelmäßiger Kontakt und Austausch. Niedrigschwellige Problematiken wie

beispielsweise schulische, familiäre, fantechnische oder private Lebenslagen können im Rahmen einer Einzelfallhilfe besprochen werden. In 2023 besuchten bis zu 15 Jugendliche regelmäßig – drei Mal in der Woche – die Einrichtung.

Neben den wöchentlichen Angeboten bietet De Kull auch am Wochenende Kontaktmöglichkeiten an. Beim Projekt „Junge Kurve“ haben Jugendliche die Möglichkeit, in einem geschützten Rahmen Bundesligaspiele von Borussia zu erleben. Dafür stellt der Träger durch die Unterstützung Borussias seit dem Heimspiel gegen RB Leipzig im September 2023 Karten für die Nordkurve bereit und nutzt dieses Projekt einmal mehr dazu, um Jugendliche für den Fußball und die Fankultur zu sensibilisieren und Werte zu vermitteln. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr bereits 569 Tickets von De Kull zur Verfügung gestellt.

Die Bolzplatzliga ist ein weiteres Wochenendangebot und zudem ein weiterer Schnittpunkt von De Kull mit Borussia. Diese wird jährlich von der Borussia-Stiftung gefördert. Dabei handelt es sich um eine freiwillige Straßenfußballliga für Jugendliche im Alter von bis zu 18 Jahren an wechselnden Standorten in Mönchengladbach. 2023 haben insgesamt zehn Turniere stattgefunden, inklusive eines Finalturniers im Dezember in der Soccerhalle Neuwerk. Die Teilnehmerzahl hat sich im Vergleich zu 2022 fast verdoppelt – von 300 auf 592. Das Ziel für 2024 sei es, diese Teilnehmerzahl zu halten, wenn nicht sogar noch weiter zu erhöhen, erzählt Leon Glitt, Leiter der Bolzplatzliga bei De Kull.



Marius Künzel, Mitarbeiter bei De Kull, bei einer Veranstaltung des BPMG.

„Bolzplätze sind enorm wichtig für die Sozialisierung von jungen Menschen – er ist der soziale Raum der Jugendlichen.“

Seit 2016 ergänzt der Bildungspark MG (BPMG) das Angebot um die politische Bildung des Jugendträgers. Dieser wird ebenfalls von der Borussia-Stiftung finanziell unterstützt. Als Teil des deutschlandweiten Netzwerkes Lernort Stadion e.V. werden Workshops zu Themen wie Anti-Diskriminierung, Geschlechterrollen, Social Media und Hate Speech, Suchtprävention, Nachhaltigkeit, Teambuilding, Gewaltprävention und Antisemitismus in den Räumlichkeiten des BORUSSIA-PARK angeboten. Dabei unterstützt De Kull Borussia unter anderem bei der Lizen-

sierung des Nachwuchsleistungszentrums (NLZ). Dafür richtet der BPMG mit den Jugendmannschaften des Vereins regelmäßig Workshops aus. Ausführliche Infos über die Arbeit des Bildungspark finden sich auf Seite 70 dieses Nachhaltigkeitsberichtes. ♦



Leon Glitt erklärt den Teilnehmern eines Bolzplatzliga-Turniers die Regeln.

KONTAKT

Kontakt

De Kull Jugendhilfeträger e.V.
Helmut-Grashoff-Straße 20
41179 Mönchengladbach
Tel.: 02161/9850400
info@dekull.de



MEHR ALS EIN JOB

Vor den Toren des BORUSSIA-PARK kehrt langsam Ruhe ein. Am Eingang Südost, wo kurz zuvor noch tausende Fußballfans auf Feuerwerkskörper, Sprühdosen, Waffen und weitere verbotene Gegenstände kontrolliert wurden, ist es leer geworden. Nur noch wenige Nachzügler sind zu sehen. Aus dem Inneren des Stadions schallen bereits Fangesänge hinüber. „Ich war vorher etwas nervös und habe mir viele Gedanken gemacht“, sagt Dominik Niwald, der beim Heimspiel gegen den FC Schalke 04 im Februar 2023 zum ersten Mal als Ordner im BORUSSIA-PARK im Einsatz war. Die Personenkontrolle ist geschafft. Die Schicht der Ordnungskräfte ist aber noch lange nicht vorüber. Im mit 54.042 Zuschauern ausverkauften BORUSSIA-PARK müssen Niwald und seine Kollegen auch während des Spiels stets für Ordnung sorgen.

„Es gibt durchaus mal Situationen, in denen man jemanden freundlich nach draußen geleiten muss und leider alles Zurenden überhaupt nichts mehr bringt“, erzählt Borussia stellvertretender Abteilungsleiter des Ordnungsdienstes, Gottfried Wiesen. Deshalb sei die Zusammenarbeit mit Polizei, Feuerwehr und Ordnungsamt wichtig, die möglichst reibungslos ablaufen sollte. Der erste Arbeitstag von Dominik Niwald

An einem Heimspieltag sind bis zu 400 Ordner rund um das Stadion im Einsatz. Regelmäßig finden Schulungen für die Ordnungskräfte im BORUSSIA-PARK statt

verlief jedoch relativ ruhig und ohne große Vorkommnisse. „Die Fans waren alle sehr nett und freundlich“, so Niwald nach seiner Premiere.

Eine Woche zuvor wurden er und zahlreiche andere neue Ordnungsdienst-Mitarbeiter im BORUSSIA-PARK auf ihren Einsatz vorbereitet. Auf dem Programm der „Qualifizierung für Sicherheit und Ordnungsdienste“ (QuaSOD) standen ein Erste-Hilfe-Kurs, Unterrichtungen zu den Themen Brandschutz, Personenkontrolle und Deeskalation sowie eine Einweisung ins Stadion. Jeder Teilnehmer sollte durch diese Fortbildung mit den rechtlichen Grundlagen und taktischen Handlungsgrundsätzen eines Ordners vertraut sein.

Beim Thema Brandschutz spielen beispielsweise der Umgang mit Bengalos und Feuerwerkskörpern eine bedeutende Rolle: „Hier weisen wir genau darauf hin, welche Gefahren von diesen Gegenständen ausgehen“, sagt Arno Adrians, Brandschutztechniker des Agis Industrie Service, der gemeinsam mit dem Maltester Hilfsdienst sowie den Ordnern Harald Peters und Jürgen Joosten die Schulung geleitet hat.

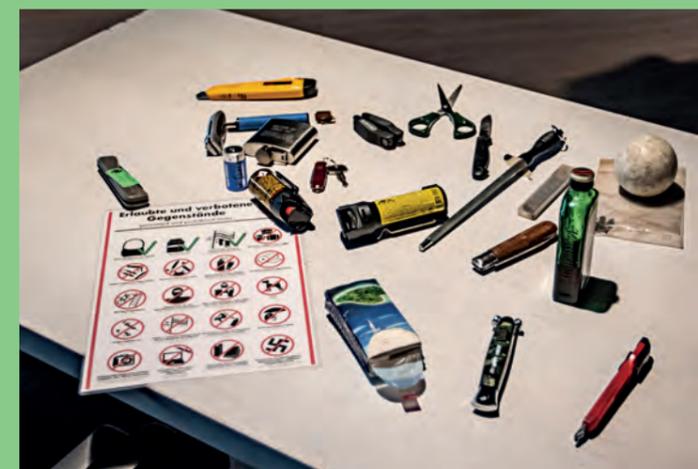
Nach der zweitägigen Weiterbildung mussten die Teilnehmer eine verpflichtende DFB-Prüfung absolvieren. Zudem ist eine weitere Online-Schulung notwendig, um als Ordner im Stadion zum Einsatz kommen zu dürfen. Durch die verschiedenen, umfangreichen Lern-Module sind die angehenden Ordner bestens auf ihren Einsatz in den Fußball-Stadien vorbereitet. Doch Ordner sein ist mehr als nur ein Job. „Man ist ein Teil der großen Borussia-Familie und kann sich mit seiner Tätigkeit mit in den Spieltag und den Verein einbringen“, sagt Wiesen und erzählt, dass jeder der 400 Ordner, die am Spieltag eingesetzt werden, eine enge Verbindung zum Verein habe. Viele von ihnen sind seit Kindesbeinen VfL-Fans.

Einer dieser Fans ist Elias Dalessio, der beim Heimspiel gegen Schalke ebenfalls das erste Mal im Einsatz war. „Ich liebe die Stimmung im Stadion. Das ist eine coole Nebentätigkeit.“ Ihn beeindruckte vor allem die gegenseitige Unterstützung im Ordner-Team. Und auch die ersten Eindrücke im Zusammenspiel mit den Fußballfans waren durchweg positiv: „Ich habe mit den Auswärtsfans ein paar Späße und Lacher gehabt.“

Und dass es niemals zu spät für diesen Job ist, beweist eine 63-jährige Rentnerin, die ebenfalls die Ordner-Schulung absolviert hat. „Ich wollte mal etwas anderes ausprobieren, weil ich bisher immer nur Bürojobs hatte“, sagt sie und fügt an: „Es ist sehr interessant, einen Spieltag mal aus einem anderen Blickwinkel zu sehen.“



Zahlreiche Interessenten wurden bei der Ordnerschulung auf ihren Einsatz im Stadion vorbereitet.



Was darf mit ins Stadion und was nicht? Bei der Personenkontrolle müssen die Fans auf verbotene Gegenstände überprüft werden.



**RICHTIGE
WERTE FRÜH
VERMITTELN**

Gemeinsam mit dem Bildungspark MG bietet Borussia interaktive Schulungen für ihre Nachwuchsmannschaften an

Während des rund dreistündigen Workshops „Teambuilding und Teamentwicklung“ von Borussia U14 kommt es kaum zu längeren Vortragsphasen der Organisatoren Marius Künzel, dem Leiter des Bildungspark MG und Erlebnispädagoge Marc Froneberg vom Jugendhilfe De Kull e.V., die durch die Schulung führen. Immer wieder bringen sich die Jugendspieler durch Wortmeldungen in den Theorie-Teilen ein und können sich in zahlreichen Mitmach-Aktionen aktiv beteiligen. „Die praktischen Übungen machen mir großen Spaß. Ich glaube, dass sich der Zusammenhalt im Team dadurch verbessert“, freut sich unter anderem Abwehrspieler Deniz Dedeeli.

So mussten die Spieler beispielsweise im Team dafür sorgen, dass ein Ball über mehrere Teile einer Regenrinne in einen etwa 20 Meter entfernten Becher transportiert wird. Immer, wenn der Ball von einer in die andere Rinne überwandert, rennen die Jugendlichen zum anderen Ende der Schlange, um die Bahn bis zum Ziel zu erweitern. Den Moment, als der Ball letztlich im Ziel landet, feiern die Mannschaftskollegen als wäre gerade ein Tor gefallen.

Doch was wäre, wenn eine der Zweiergruppen den Ball kurz vor Ende hätte fallen lassen? Wäre die Stimmung genauso ausgelassen gewesen? Hätten sich die Mannschaftskollegen gegen sie gewendet? Es sind Szenarien, die in ähnlicher Form auch auf dem Fußballplatz auftreten können und einer der Hauptgründe, warum Borussia Nachwuchsteams zum wiederholten Male am vom Bildungspark MG organisierten „Social Experience Day“ zum Thema Teambuilding teilnehmen.

Inhaltlich geht es unter anderem um die weitreichende Bedeutung des Begriffs „Teamleistung“ und die Zielsetzungen der Jugendlichen, auf die Künzel und

Froneberg genauer eingehen. „Gut formulierte und positive Ziele können euch und die Mannschaft motivieren“, erklärt Künzel. Daher sollte jeder Spieler seine persönlichen Ziele, die nicht nur auf das Sportliche beschränkt sein mussten, auf einem Zettel festhalten und bis Saisonende aufbewahren. Diese sollten möglichst klar, messbar und realistisch formuliert sein.

Ähnliche Aufgaben gab es für die Jugendmannschaften der Fohlen bereits im vorangegangenen Jahr im Rahmen der Saisonvorbereitung, als sie schon einmal an einer Teambuilding-Schulung teilnahmen. Dabei ist der Bildungspark bemüht, die Inhalte in jedem Jahr thematisch so altersgerecht wie möglich zu gestalten, so dass es innerhalb des gleichen Jahrgangs nicht zu Wiederholungen kommt. „Das Thema Teambuilding ist sehr vielfältig und umfasst so vieles, dass wir den Workshop in jedem Jahr ohne Probleme neugestalten können“, erklärt Künzel.

Beim „Social Experience Day – Teambuilding“ handelt es sich nur um eine der zahlreichen Schulungen und Workshops, an denen Borussia Jugendmannschaften in jeder Saison teilnehmen. Um möglichst viele Themen aus dem Alltag der Jugendlichen abbilden zu können, ändern sich die Workshops thematisch in regelmäßigen Abständen. Im Jahr 2023 ging es für die Jugendmannschaften der U12 bis U15 um die Themen Teambuilding und Kinderschutz. Bei den Altersstufen U16 bis U19 lag der Fokus auf den Themen Anti-Diskriminierung und Social Media.

VORBILD SEIN

Erst ab der Jahrgangsstufe U16 werden Schulungen laut den Vorschriften des Deutschen Fußball-Bundes verpflichtend. Der VfL beginnt also schon deut-

>>

lich früher, seine Nachwuchsmannschaften zu schulen: „Wir wollen die Jungs, wenn sie ein entsprechendes Alter erreicht haben, relativ früh an diese Themen heranzuführen, ohne sie damit zu überfordern“, sagt der Abteilungsleiter von Borussia's Nachwuchsleistungszentrums (NLZ), Norman Wittekopf.

Die intensive Zusammenarbeit mit dem Bildungspark MG ist nicht nur wegen des breiten Workshop-Angebots wichtig: „Bestimmte Werte lassen sich in manchen Fällen durch externe Experten nachhaltiger vermitteln“, so Wittekopf. Trotzdem sind es die Mitarbeiter im Nachwuchsleistungszentrum des VfL, die den Sportlern die Werte, die Borussia vertritt, am besten übermitteln und sie dadurch stark prägen können. Die Jugendlichen verbringen nicht nur beim Training sehr viel Zeit am NLZ und damit auch mit den Kontaktpersonen, die sie dort antreffen. „Unsere primäre Aufgabe ist es, in dieser Hinsicht jeden Tag als Vorbild zu dienen, die Jugendspieler für bestimmte Themen zu sensibilisieren und Borussia's Werte vorzuleben und einzufordern.“

„ECOLOGICAL EXPERIENCE DAYS“

Um einen guten Umgang gewährleisten zu können, nehmen auch Angestellte des Nachwuchsleistungszentrums an Fortbildungen teil. Die Schulungen der Mitarbeiter sind eher auf die persönliche und individuelle Entwicklung und den fachlichen Austausch konzentriert, da die Angestellten ein breites Aufgabenfeld und damit auch verschiedenartige Anforderungen und Rollen erfüllen müssen. „Für die unterschiedlichen Personenkreise gibt es intern feste Ansprechpartner, die die Begleitung und Steuerung der Mitarbeiter übernehmen sollen“, sagt Wittekopf. Flankiert werden diese Fortbildungen durch E-Learnings wie beispielsweise zum Thema Kinderschutz. Der tägliche Input, den die Jugendlichen von den Mitarbeitern des Nachwuchsleistungszentrums bekommen, solle dann durch Vorträge und Workshops weiter vertieft und ergänzt werden.

Basierend auf der Idee der „Social Experience Days“ soll es bald schon Erweiterungen dieses Konzepts geben. Im Zuge der sogenannten „Ecological Experience Days“ sollen die NLZ-Spieler dann auch an verschiedene umweltbezogene Themen, wie beispielsweise Food Waste und den richtigen Umgang mit ökologischen Ressourcen herangeführt werden. Die Kombination aus Theorie und Praxis wird auch dabei wieder eine wichtige Rolle spielen.

Ob diese Schulungen auch zum sportlichen Erfolg beitragen, lässt sich natürlich nicht unmittelbar messen. Davon, dass sie einen Mehrwert für die persönliche Weiterentwicklung und die Gemeinschaft haben, sind die Teilnehmer des „Social Experience Day – Teambuilding“ aber überzeugt: „Ich glaube gerade unsere Neuzugänge finden dadurch eine Bindung zur Mannschaft“, sagt Abwehrspieler Lukas Woche. In die gleiche Kerbe schlägt Borussia's NLZ-Pädagoge Nathan Nzuzi: „Durch diese Schulung hatten wir schon im vergangenen Jahr eine gute Stimmung im Team, und ich bin davon überzeugt, dass wir auch in dieser Saison auf dem Platz wieder als Einheit auftreten werden.“ ◆



Die Spieler sind aufmerksam bei der Sache.



Marius Künzel (Bildungspark MG, rechts) und Marc Froneberg (De Kull) führen durch den Workshop.

INFO

NACHHALTIGKEITSZIELE DES NLZ IM BEREICH NACHWUCHSFÖRDERUNG:

Etablierung eines festen Rhythmus zur Werte-Bildung im Nachwuchsbereich

- ◆ Festlegung und Einhaltung einer 100%-Quote der jährlich-verpflichtenden Schulungen im Altersbereich U16 – U23 zu den Themen Anti-Rassismus, Anti-Doping und Spiel- & Wettmanipulation
- ◆ Durchführung von mindestens zwei freiwilligen Maßnahmen in den Altersbereichen U12 – U15 (z.B. Social Media, Social Experience Days)
- ◆ Erweiterung der Werte-Bildung um Ecological Experience Days in den Altersbereichen U12 – U15

KURZPASS



FANUMFRAGEN

Mit regelmäßigen Umfragen unter dem Motto „Deine Stimme zählt!“ will Borussia die Meinung von Fans, Mitgliedern und Dauerkarten-Inhabern hören und somit neue Ideen und Verbesserungsvorschläge gemeinsam angehen. Durch die Umfragen sind schon einige neue Angebote geschaffen worden, so wie beispielsweise das Mitgliedercenter, das am Spieltag zentraler Anlaufpunkt für alle Fragen rund um die Mitgliedschaft bei Borussia ist.



MITARBEITERFÜHRUNGEN

Um Borussia mit all ihren Facetten kennenzulernen, finden für neue Kolleginnen und Kollegen regelmäßig Mitarbeiterführungen statt. Vom Greenkeeping bis zum Marketing, von der IT bis zum Lizenzbereich - insgesamt durchlaufen die neuen Mitarbeitenden 14 wichtige Säulen des VfL. Dabei erhalten sie die Gelegenheit, den Verein von Grund auf kennenzulernen und sich mit ihrer neuen Aufgabe sowie vielen neuen Gesichtern vertraut zu machen. Der Tag endet mit einem gemeinsamen Abendessen.

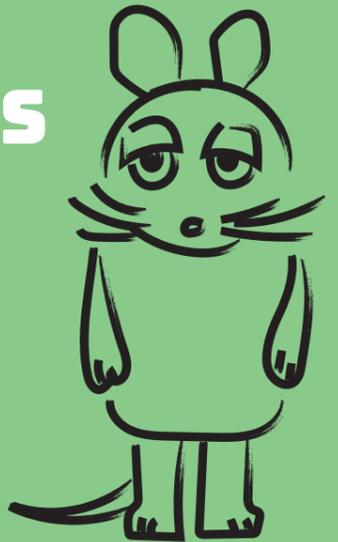
NEUE E-LEARNING-MODULE

Borussias E-Learning-Portal ist um zwei neue Module erweitert worden. Im Modul „Verhaltenskodex“ lernen die Mitarbeitenden den Code of Conduct des VfL näher kennen und werden für die Themen darin sensibilisiert. Das Modul „Diversität in Unternehmen“ lehrt, wie man subtile Diskriminierung erkennen und wie man ihr entgegengetreten kann.



TÜREN AUF MIT DER MAUS

In Kooperation mit der beliebten Kindersendung „Die Sendung mit der Maus“ hat Borussia am Tag der Deutschen Einheit ihre Türen im BORUSSIA-PARK für knapp 100 Kinder geöffnet und ihnen spannende Einblicke hinter die Kulissen ermöglicht. In der FohlenWelt tauchten die jungen Besucher kindgerecht in die bewegte Historie der Fohlen ein. Im Rahmen einer Stadionführung bekamen die Teilnehmer nicht nur einen exklusiven Einblick hinter die Kulissen des BORUSSIA-PARK, sondern konnten mit Rallyes und Quizen das Stadion auch selbst näher erkunden. Wie in „Die Sendung mit der Maus“ üblich spielte der Lernfaktor eine Rolle. Beim gemeinsamen Gang durch den BORUSSIA-PARK, die FohlenWelt sowie das Vereinsarchiv mussten alle Kinder immer wieder selbstständig Aufgaben erledigen, um sich so neues Wissen anzueignen.



KOOPERATION MIT HOCHSCHULE

Borussia und die Hochschule Niederrhein haben eine Kooperationsvereinbarung geschlossen. Die Hochschule wird Borussia bei aktuellen Fragestellungen mit wissenschaftlichen Untersuchungen unterstützen, die in Lehrprojekten durchgeführt werden. Zu Beginn stehen Fragen der Fanforschung im Mittelpunkt. Die Zusammenarbeit soll langfristig bestehen und zukünftig weitere neue Forschungsfelder erschließen.



WISSENSAUSTAUSCH

Im Rahmen des NATO-Führungskräfteentwicklungsprogramms durfte Borussia im November 2023 insgesamt 17 Offiziere der NATO Airbase Geilenkirchen zu einem Wissensaustausch im BORUSSIA-PARK begrüßen. Der Austausch zwischen den NATO-Offizieren aus zehn Nationen und Vertretern der Fohlen fand im Rahmen des Programms „Leadership Connect“ statt. Dies bietet militärischen Führungskräften die Möglichkeit, sich im Dialog mit Führungskräften aus der zivilen Welt zu Themen rund um Führungsverantwortung und weitere Herausforderungen fortzubilden.

UMWELT

Anstoß | Auf dem Weg zum neuen CO₂-Fußabdruck

32

Energieverbrauch | Mit der Kraft der Sonne

34

Catering | Foodwaste reduzieren

36

Mobilität | Mit dem Rad zum BORUSSIA-PARK

38

BORUSSIA-PARK | Neue Blühwiesen

41

Infografik | So grün ist der BORUSSIA-PARK

42

Kurzpass | Weitere Meldungen 2023

44

BIS INS KLEINSTE DETAIL

Borussia hat den zweiten CO₂-Fußabdruck der Vereinsgeschichte ermittelt. Der Blick auf die Schadstoffemissionen konnte dabei deutlich geschärft werden und soll helfen, Verbesserungspotentiale für die Zukunft aufzudecken



Anfang März 2024 war er da – der zweite CO₂-Fußabdruck, der in Borussia's Geschichte berechnet wurde. Um zu erfahren, welchen CO₂-Ausstoß die gesamte Geschäftstätigkeit des Klubs verursacht, hatte der VfL seine entstandenen Schadstoffemissionen schon zuvor einmal berechnen lassen – nach der Saison 2019/20, zu einer Zeit, als dies noch nicht Teil der jährlichen DFL-Lizenzierung war. Zu diesem Zeitpunkt hatte gerade einmal etwa ein Drittel der Profiklubs ihren CO₂-Fußabdruck ermitteln lassen. In den anschließenden Jahren setzte Borussia die Berechnung aus, da die Werte aufgrund der Corona-Pandemie nicht vergleichbar gewesen wären. „Allein aufgrund der fehlenden Zuschauer bei den Heimspielen hätten die Zahlen wenig bis gar keine Aussagekraft gehabt“, erklärt Markus Friebe, Stabsstellenleiter CSR und Nachhaltigkeit. Und auch die Werte der Saison 2019/20 bedurften einer Hochrechnung, da vier Heimspiele unter Ausschluss der Öffentlichkeit ausgetragen werden mussten. Außerdem war der VfL bei vielen Daten

auf Schätzungen angewiesen, zum Beispiel bei der Fanmobilität und beim Warentransport. In Summe ergab sich ein CO₂-Ausstoß von rund 39,5 Tausend Tonnen.

Beim zweiten sogenannten Corporate Climate Footprint ist das anders. Alle aufgeführten Werte, die Borussia für die Saison 2022/23 erfasst hat, spiegeln die vergangene Spielzeit ganz genau wider. Erwartungsgemäß liegt der mit Abstand größte Anteil am CO₂-Ausstoß bei Borussia im Scope 3 (92 Prozent), also in dem Sektor, der nur „indirekt“ auf den Verein zurückzuführen ist. Dazu gehören unter anderem die Fan- und Besuchermobilität oder die eingekauften Waren und Dienstleistungen. Gerade hier konnten die einzelnen Fachbereiche, wie das Ticketing, das Merchandising und die Gastronomie, bei der Erfassung aufgrund der vorhandenen Erfahrung aus dem ersten CO₂-Fußabdruck noch detailliertere Angaben machen.

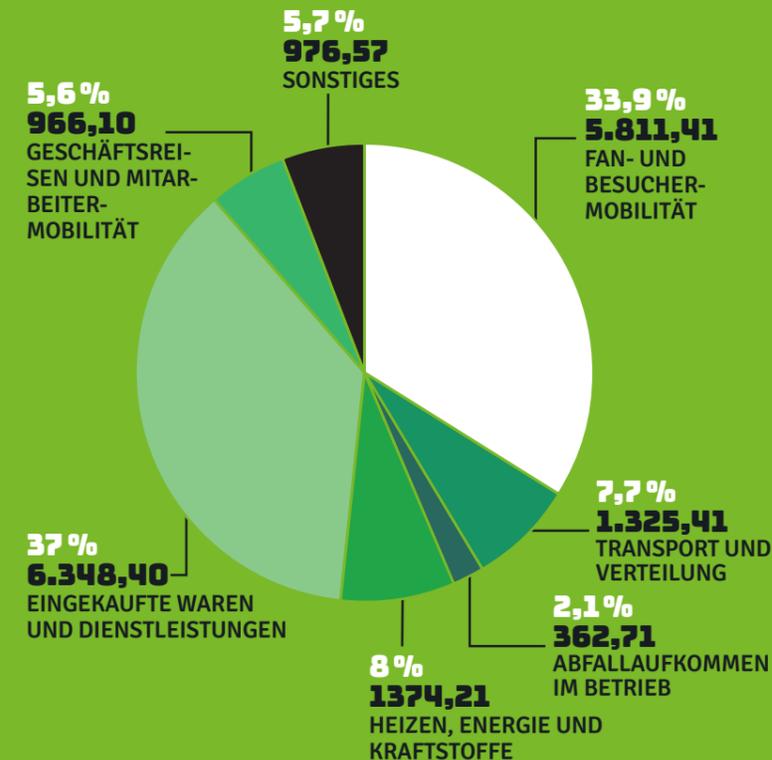
Waren beim ersten „Carbon Footprint“ etwa die Trikots, Schals, Getränke und

Bratwürste noch in Stückzahlen angegeben, wurde dieses Mal alles, soweit es möglich war, in Kilogramm oder Litern erfasst. Außerdem konnten einzelne Posten genauer aufgeschlüsselt werden. Ein Beispiel dafür: Bei der Berechnung 2019/20 wurden 641.336 Brot- und Backwaren aufgeführt. Beim aktuellen CO₂-Fußabdruck wurde aufgeteilt in 21.664,80 Kilogramm Schnittbrötchen, 6.419,52 Kilogramm Brezeln, 3.832,40 Kilogramm Schinkenstangen, 2.111,40 Kilogramm Streuseltaler und 6.307,20 Kilogramm Krakauer – denn es ist nur logisch, dass der ökologische Fußabdruck eines Brötchens ein anderer ist als der einer Schinkenstange. Hinsichtlich der Fanmobilität konnte erstmalig auf Systemdaten von Borussia's Dienstleister eventim zurückgegriffen werden, was die Betrachtung der Genauigkeit der Anreisedistanz stark verbessert hat. So liegt der Mittelwert bei Dauerkarteneinhabern bei 23 Kilometern, bei Tageskarteneinhabern bei 63 Kilometern. Da bei der ersten Berechnung für die Saison 2019/2020 noch mit einem pauschalen Wert von 100

SCHADSTOFFEMISSIONEN BEI BORUSSIA

17.164,82 TONNEN CO₂

(BILANZIERUNGSZEITRAUM: SAISON 2022/23)



Es gibt drei Geltungsbereiche, in denen Unternehmen oder Organisationen Treibhausgase emittieren. Diese Geltungsbereiche werden als „Scopes“ bezeichnet.

SCOPE 1:

Emissionen aus Quellen, die direkt im Unternehmensbesitz oder Geltungsbereich sind (z.B. der eigene Fuhrpark oder Heizkessel).

SCOPE 2:

Emissionen aus der Nutzung von Energie, die eingekauft wird. Bei Borussia liegt dieser Anteil am CO₂-Ausstoß bei nahezu 0 Prozent.

SCOPE 3:

Emissionen, die aus Aktivitäten resultieren, die nicht direkt zum Unternehmen gehören, aber aufgrund der Tätigkeit der Firma entstehen (z.B. Fan-Anreisen).

Kilometern gerechnet wurde, ergibt sich rechnerisch eine deutliche Reduzierung.

Durch die genauere Berechnung, die zukünftig jährlich durchgeführt werden soll, will man beim VfL in der Lage sein, die Zahlen einzuordnen und zu prüfen, welche Maßnahmen den Fußabdruck tatsächlich erfolgreich gesenkt haben. Aber dafür ist mindestens ein weiteres Jahr mit der neu gewonnenen Datenqualität notwendig. „Für alle Mitarbeitenden bei Borussia ist die Erfassung ein Learning“, sagt Friebe. „Unser Ziel ist es aber, so genaue Werte wie nur möglich zu haben, um Einsparpotentiale besser sichtbar zu machen.“ Dazu gehören neben den Produkten und Verpackungen auch Transportwege, der Strom- und Energieverbrauch, Reisen der Mannschaft und noch vieles mehr, was die Erfassung durchaus komplex macht.

Unterstützung erhält Borussia deshalb von der Fjol GmbH, die Experten im Bereich „Nachhaltiger Wirtschaften“ sind. Mit Workshops, Einzelgesprächen in den verschiedenen Abteilungen und etlichen Anmerkungen und Tipps verhalf die Fjol GmbH Borussia zu einem detailliert ausgefüllten Erfassungsbogen. Basierend auf dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol haben die Nachhaltigkeitsexperten anschließend die Klimabilanz berechnet.

Daraus lässt sich für den VfL ableiten, woran der Klub in Zukunft weiterarbeiten kann und muss, um weitere Schadstoffemissionen einzusparen. Nach dem Footprint 2019/20 konnte zum Beispiel durch die Umstellung des Strombezugs auf Ökostrom durch Wasserkraft zum Jahresbeginn 2021 quasi eine Reduzierung auf 0 bei den Scope 2-Emissionen erreicht werden. „Grund-

sätzlich ist unser Bestreben, uns stetig weiterzuentwickeln, zu verbessern und neue Prozesse anzustoßen“, so Friebe. Das ursprüngliche Ziel Borussia's, ihre Emissionen in den Bereichen Scope 1 und 2 bis zum Ende der Saison 2029/30 um 42 Prozent sowie in Scope 3 um 25 Prozent zu reduzieren und im Jahr 2050 alle drei Scopes um 90 Prozent gesenkt zu haben, muss indes nach den neuen Erkenntnissen noch einmal auf den Prüfstand gestellt werden. Der VfL versteht diese Ziele als Mindestanforderung bei der Reduktion und will diese nicht nur durch die qualitative Verbesserung der Berechnungsgrundlagen, sondern durch Vermindern seiner absoluten CO₂-Emissionen erreichen, um einen Beitrag zum Erreichen des 1,5-Grad-Ziels zu leisten. ♦



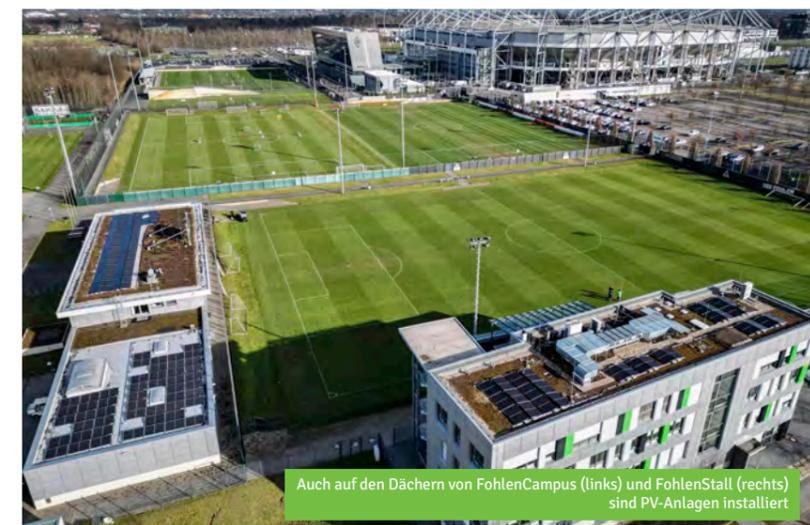
MIT DER KRAFT DER SONNE

Die Installation von Photovoltaik-Anlagen am BORUSSIA-PARK war lange geplant. Seit November 2023 schmücken die ersten Module einige Dachflächen

Nachdem einen Tag zuvor die Unterkonstruktionen für die Photovoltaik (PV)-Anlagen auf der Lagerhalle Süd am BORUSSIA-PARK befestigt worden sind, beginnen die Montagearbeiter damit, die ersten PV-Module auf dem Dach anzubringen. Dazu zieht ein Kran die 1,70 x 1,13 Meter großen verglasten Paneele, die auf einer Europalette gestapelt sind, hoch auf das Dach der Lagerhalle, wo diese entgegengenommen werden und anschließend mit der Unterkonstruktion verbunden und ausgerichtet werden, in diesem Falle nach Süden. „Die Ausrichtung nach Süden sorgt dafür, dass die Solarzellen die meisten Sonnenstrahlen gegen Mittag aufnehmen“, erklärt Tobias Hackethal, verantwortlicher Projektleiter im Team Neubau & Instandhaltung.

Borussia war schon seit einiger Zeit auf die Installation der PV-Anlagen vorbereitet. Die zahlreichen, einzelnen Module wurden von Sonepar – umweltbewusst in einem Wasserstoff-LKW – angeliefert. Borussia's Nachhaltigkeitspartner hat den Verein im gesamten Prozess bei Fragen rund um das Thema „Erneuerbare Energien“ unterstützt und bei der Umsetzung geholfen. „Als Nachhaltigkeitspartner sind wir dafür da, zu beraten, Themen zu fördern und vor allem auch möglich zu machen“, sagt Bernhard Köthenbürger, Director Marketing Sonepar Germany. „Deshalb haben wir uns dazu entschieden, im ersten Schritt der Partnerschaft das Thema Photovoltaik und nachhaltige Stromerzeugung gemeinsam anzugehen und zu implementieren.“

Bis die einzelnen PV-Module jedoch aufs Dach kommen sollten, dauerte es. „Wir hätten nicht gedacht, dass wir erst Ende des Jahres 2023 mit der Montage beginnen können. Der gesamte Prozess mitsamt der statischen und versicherungstechnischen Überprüfung sowie die Abstimmungen mit dem Versorger NEW haben aber einige Zeit in Anspruch genommen“, begründet Hackethal. „Wir freuen uns sehr, dass wir das Projekt nun endlich umsetzen konnten.“



Auch auf den Dächern von FohlenCampus (links) und FohlenStall (rechts) sind PV-Anlagen installiert

Borussia hatte bereits 2022 die Idee entwickelt, die Dachflächen der verschiedenen Gebäude im BORUSSIA-PARK mit PV-Modulen zu belegen. Die Modul-Fläche verringerte sich allerdings im Prozess der Projektumsetzung, wie Hackethal berichtet: „Es hat sich bei der statischen Prüfung herausgestellt, dass nicht jedes Dach vollflächig genutzt werden kann. Deshalb mussten wir eine geringere Fläche in Kauf nehmen, um das Projekt zu realisieren.“ Die verlorene Fläche versuche man in der Zukunft durch weitere PV-Projekte zu kompensieren. „Es gibt noch mehr Möglichkeiten, im BORUSSIA-PARK, PV-Anlagen zu installieren. Wir arbeiten bereits an spannenden Ideen“, blickt Hackethal voraus.

INSTALLATION IN ZWEI PHASEN

Die Installation der PV-Anlagen am BORUSSIA-PARK verlief in zwei Phasen. In der ersten Phase wurden bis Ende November 301 Module auf den Dächern der Lagerhalle Süd, des FohlenStall und des FohlenCampus mit einer Modulfläche von rund 600 Quadratmetern angebracht.

So konnte Borussia zu Beginn des Jahres 2024 endlich das einfallende Sonnenlicht mithilfe der Solarzellen in elektrischen Strom umwandeln. Dabei entsteht eine Gleichspannung, die anschließend durch einen Wechselrichter in eine Wechselspannung umgewandelt wird. Diese Spannung wird benö-

tigt, um den Strom in den Gebäuden für den Alltagsverbrauch nutzen zu können.

Nach Abschluss von Phase eins könnte durch die Anlage eine Maximalleistung von knapp 127 Kilowatt Peak (kWp) erreicht werden. Die Angabe kWp bezeichnet dabei die maximale Leistung einer PV-Anlage. „Damit könnten wir bis zu 127.000 Kilowatt Stunden Strom pro Jahr selbst erzeugen“, berichtet Hackethal. „Das ist nur ein Bruchteil von Borussia's Gesamtverbrauch, aber es ist ein Anfang.“ In der zweiten Phase plant Borussia die Besetzung weiterer Dachflächen. Vorgesehen dafür sind unter anderem das Tribünen-Dach am Fohlenplatz und zwei Gebäude im Biergarten vor der Nordtribüne.

In Phase zwei sollen nun weitere 900 Quadratmeter Dachflächen im BORUSSIA-PARK mit PV-Anlagen bestückt werden. „Das ist ein klares Zukunftsprojekt“, erklärt Hackethal. „Wenn der Strompreis erhöht wird und wir Teile unseres Verbrauches selbst erzeugen, werden wir die Vorteile schon bald zu schätzen wissen. Wir sichern uns damit bereits jetzt günstige Stromkosten für die Zukunft.“ Aus der Luft ist der Fortschritt dieses Zukunftsprojektes schon jetzt zu erkennen, wie das Drohnenfoto zeigt. ♦



MEHR ALTERNATIVEN, WENIGER ABFALL

Borussia setzt sich dafür ein, das Speisenangebot so nachhaltig wie möglich zu gestalten und Food Waste zu vermeiden. Dafür trifft der Verein immer wieder neue Anpassungen

In den 45 Logen und diversen Business-Bereichen sowie den 30 Kiosken im BORUSSIA-PARK werden an Spieltagen zahlreiche Speisen und Getränke angeboten. Borussia versucht dabei, Abfall zu reduzieren oder so gut wie möglich einzusparen. Dieser fällt nicht nur beim Verzehr, sondern - vor allem im Kiosk-Bereich - auch bei den genutzten Verpackungsmaterialien und Tragehilfen an. Dabei ist Borussia bereits 2023 von kunststoffbeschichtetem auf reines Pappmaterial umgestiegen. Seit der Saison 2023/24 werden die Tragehilfen für Speisen und Getränke aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt.

Bei den Stadiongetränkebechern handelt es sich bereits seit Bökelberg-Zeiten um Mehrwegbecher. Borussia war damals einer der ersten Klubs überhaupt mit einem Mehrwegsystem. Heute werden im BORUSSIA-PARK aus Sicherheitsgründen nur noch im Gäste-Oberrang und bei den mobilen Bierverkäufern aus Handling-Gründen Einwegbecher eingesetzt.

An den Buffets in den Business-Bereichen bleiben prinzipiell Lebensmittel übrig, da die Gäste bis zum Veranstaltungsende Speisen verfügbar haben möchten. Wenn diese einmal im Buffet angeboten wurden, dürfen sie laut gesetzlicher Regelung allerdings nicht mehr weitergegeben werden. Deshalb

erarbeitete Borussia in Zusammenarbeit mit Broich Catering seit 2022 neue Speisekonzepte. In den Logen werden beispielsweise keine kompletten Buffets mehr angeboten, sondern die Hauptspeisen auf Abruf als Tellergerichte serviert. In den großen Business-Bereichen wurden neue Halbzeit-Konzepte eingeführt. Danach werden in den Pausen an Spieltagen nicht mehr alle, sondern nur noch ausgewählte Speisen angeboten und das Speisenangebot in der Nachspielphase reduziert.

Mithilfe der Spieltage versucht der VfL zudem, Synergien herzustellen. „Vom Konsum an Spieltagen können wir ableiten, welche Menge an Speisen für die Besucher der FohlenSportsbar oder für die verschiedenen Tagungsbuffets eingekauft und produziert werden müssen“, erklärt Norbert Wolfers, Borussias Abteilungsleiter Catering und Events. Letztere werden vor allem dann angeboten, wenn externe Unternehmen die Räumlichkeiten des BORUSSIA-PARK nutzen.

Bleiben an Spieltagen dennoch verpackte Backwaren, wie Kuchen, Gebäck oder andere noch nicht im Buffet angebotenen Speisen übrig, werden diese zum Teil über soziale Einrichtungen Bedürftigen zukommen gelassen. Entsprechende Feldversuche laufen momentan, um die zukünftige Prakti-

INFO

DAS UNTERNIMMT BORUSSIA BEREITS GEGEN FOODWASTE:

- ◆ Festlegung einer Schwundgrenze, damit nicht unnötig viele Lebensmittel vorproduziert werden
- ◆ Regelmäßige Anpassung der VIP-Speisenkonzepte und Synergieüberlegungen
- ◆ Auswahl der angebotenen Speisen und Getränke erfolgt unter Aspekt der Regionalität, Saisonalität und der Herstellung unter ressourcen- und umweltschonenden Bedingungen
- ◆ Lieferantenverträge wurden in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte angepasst

kabilität zu erproben beziehungsweise durchzuspielen.

Borussia versucht außerdem, auf die Nutztierhaltung und den Fleischkonsum, die die Umwelt stark belasten, einzuwirken. Mit den Veggie Knusper-Nuggets führte der Verein 2023 neben den Pommes frites und der Brezel eine neue vegane Speise ins Kioskangebot ein. Vergleichbare Alternativen finden auch in der FohlenSportsbar Einzug in die Speisekarte. Im Januar 2024 wurde im Zuge der Veganuary-Kampagne ein veganes Angebot eingeführt, das in jeder Woche wechselte.

In Zukunft will der Verein weitere Anpassungen treffen. So sei es möglich, in den kommenden Jahren mit einem autarken Anbieter zu kooperieren, der im Kiosk-Bereich ausschließlich vegetarische und vegane Speisen an separaten Verkaufsständen in allen 3 Stadionsektoren (Nord-, Ost-, Südkurve) anbietet. ◆



MIT DEM RAD ZUM HEIMSPIEL



Im September 2023 hat Borussia gemeinsam mit der Stadt Mönchengladbach zum ersten Mal zu einer Fahrrad-Fan-Tour zu einem Heimspiel aufgerufen. Eine erfolgreiche Aktion, die wiederholt werden soll



Als der Fahrrad-Konvoi nach acht Kilometern quer durch Mönchengladbach hinter der Nordkurve des BORUSSIA-PARK ankommt, atmet Christina Krügerke von Borussias Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit einmal kräftig durch: „Alle sind wohlbehalten und gut gelaunt angekommen, das hat richtig Spaß gemacht.“ Die erste organisierte Fahrrad-Fan-Fahrt zu einem Heimspiel des VfL ist vorbei. Unter den etwa 100 Teilnehmern ist man sich einig: Das war eine richtig entspannte Anfahrt zum Spiel. Und Krügerke ergänzt: „Für die Premiere war das ganz ordentlich, wir wollen die Aktion auf jeden Fall wiederholen.“

Die Fahrrad-Fan-Fahrt war Teil der „Europäischen Mobilitätswoche“, die 2023 von der Stadt Mönchengladbach unter das Motto „Hallo Kultur – der öffentliche Raum als Bühne“ gesetzt wurde. Ab Mitte September gab es zahlreiche Aktionen und Programmpunkte, die für eine nachhaltige und umweltfreundliche Mobilität sensibilisieren sollten.

Geklappt hat das bei Birgit Ohms. Als die 59-Jährige von der Aktion hörte, packte sie das Rad ins Auto, um zumindest die letzten Kilometer bis zum Stadion emissionsfrei zurückzulegen: „Ich komme aus Würzburg zu den Heimspielen Borussias. Da ich auch passionierte Radfahrerin und gebürtige Eickenerin bin, war für mich sofort klar: Die

Tour vom ehemaligen Bökelberg zum BORUSSIA-PARK möchte ich unbedingt mitmachen.“

Getroffen und zum Konvoi formiert hatten sich die Radler unter Anleitung des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) Mönchengladbach am Bökelberg-Denkmal, um von dort aus den BORUSSIA-PARK anzusteuern. Die Route wurde verkehrsberuhigt gewählt,

und an den Stellen wo es nötig war von Polizei und ADFC-Ordnern auf zwei Rädern abgesichert.

Siegfried (52) und René (18) Szagun sind auf ihren Drahteseln schon die etwa 30 Kilometer aus Schwalmthal bis zum Treffpunkt in Eicken geradelt. „Wir sind eigentlich nur Gelegenheitsradler. Wir wollten heute einfach mal ausprobieren, ob es für uns für die Zukunft auch >>



eine Option ist, mit dem Rad zu Borussia Heimspielen zu fahren.“ Sie sind mit den anderen nach einer knappen Stunde gemütlicher Fahrt ohne Stress und Stau am Stadion angekommen, haben genügend Zeit sich im Bitburger-Biergarten noch für das Heimspiel gegen RB Leipzig zu stärken und auch keine Parkplatz-Probleme. Schließlich gibt es am Borussia-Park direkt hinter der Nordkurve etwa 1.000 Fahrrad-Stellplätze.

Bei Borussia hofft man, dass bei der Wiederholung der Fanfahrt noch mehr Radler mitmachen und generell viele Borussen animiert werden, aufs Rad umzusteigen. Immerhin machen die Spieltagsbewegungen, das heißt, die Anreise der Fans zu den Heimspielen im BORUSSIA-PARK, mit 47 Prozent fast die Hälfte von Borussia's CO₂-Fußabdruck aus.

„Wir wollen unsere Fans aus Mönchengladbach und der nahen Umgebung mit der Aktion zu einer gemeinsamen Anreise mit dem Fahrrad motivieren“, erklärt Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle Nachhaltigkeit und CSR bei Borussia. „Gleichzeitig wissen wir, dass wir auch in anderen Bereichen, etwa den Möglichkeiten im ÖPNV oder beim Ausbau der Lade-Infrastruktur für E-Fahrzeuge, an Optimierungen arbeiten müssen, um der Tatsache gerecht zu werden, dass viele unserer Fans teilweise mehr als 100 Kilometer Anreise zum BORUSSIA-PARK haben.“ Für alle, die es kürzer haben, ist das Fahrrad, auch in Kombination mit dem Zug, eine echte Alternative, um umweltfreundlich zum BORUSSIA-PARK zu kommen. Das ist bei der ersten Fahrrad-Fan-Fahrt deutlich geworden. ◆



EINE HEIMAT FÜR BIENEN, HUMMELN UND SCHMETTERLINGE

Borussia wandelt weitere Rasenflächen im BORUSSIA-PARK in Blühwiesen um und hofft, dass sich mancher Besucher davon inspirieren lässt

Das Bewusstsein von der existenziellen Bedeutung, die Blühwiesen gerade auch für den Menschen haben, scheint mittlerweile in der Mitte der Gesellschaft angekommen. „Dort, wo Wildblumen und Blühgehölze gedeihen, fühlen sich nicht nur Säugetiere wie Igel, Kaninchen oder Feldmaus wohl, sondern ganz besonders auch Biene, Hummel, Schwebfliege oder Schmetterling, deren Nahrungsgrundlage Nektar und Pollen sind“, erklärt Maximilian Heinemann. Umgekehrt brauche eine Pflanze ihrerseits Biene, Hummel, Schmetterling etc. „Erst diese Insekten garantieren durch die Bestäubung der Pflanze auch deren Fortpflanzung“, so der ausgebildete Landschaftsgärtner, der bei Borussia die Außenanlagen betreut. Am Ende dieser Kausalkette steht der Mensch. Ohne Blühwiesen keine Bienen, ohne Bienen keine Bestäubung, ohne Bestäubung kein Pflanzenwachstum, ohne Pflanzenwachstum kein Futter für Nutztiere und vor allem auch kein Getreide, Gemüse und Obst für den Menschen.

Dass bei Borussia die Bedeutung der Blumenwiese längst im Fokus steht, ist bekannt. Bereits 2020 wurde damit begonnen, auf dem Gelände des BORUSSIA-PARK eine Blühwiese anzulegen. Den Anfang machte damals eine 350 Quadratmeter große Fläche, die sukzessive wachsen soll. Auch auf dem 2023 von Borussia erworbenen, 29.600 Quadratmeter großen Grundstück entsteht gerade eine solche Blumenwiese mit einer Fläche von 350 Quadratmetern. Und schließlich wird ein Teil der Rasenfläche hinter der Nordkurve in eine dann ca. 600 Quadratmeter große Blumenwiese umgewandelt. Dass zudem eine Zusammenarbeit mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V., kurz NABU, vorangetrieben wird, belegt, wie ernst Borussia Biodiversität nimmt.

Natürlich weiß man, dass drei Blumenwiesen allein das Bienensterben nicht verhindern bzw. aufhalten werden können. Umso mehr setze man große Hoffnung in die Strahlkraft und

die Reichweite von Borussia, sagt Heinemann. „Selbst, wenn nur die Hälfte der Fans am Spieltag unsere Blühwiesen bewusst wahrnimmt und sich daran erfreut, dann lässt sich davon vielleicht manch einer inspirieren und wandelt seinen eigenen Rasen oder Steingarten in eine Blühwiese um. Die Wirkung auf die Umwelt wäre dann um ein Vielfaches größer.“

„Und es gibt auch einen ganz pragmatischen Vorteil, der für die Blühweise spricht“, bemüht sich der Garten-Experte schließlich noch um Unentschlossene. „Während der klassische Rasen in den Sommermonaten möglichst jede Woche geschnitten werden muss, kennt die Blühwiese nur zwei Pflegezeitpunkte im Jahr, einmal im Juli oder August und das zweite Mal im Oktober.“ Eine Blühwiese garantiert also selbst bei kleinstem Invest an Pflege größten Nutzen für Mensch und Tier. ◆

SO GRÜN IST DER

BORUSSIA-PARK

Ökostrom, LED-Leuchtmittel und ein eigener Tiefbrunnen - was Borussia für Nachhaltigkeit tut

ÖKOSTROM

Zum 1. Januar 2021 hat Borussia mit ihrem Partner NEW den gesamten BORUSSIA-PARK auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt. Dadurch werden bei einem Verbrauch von 5.700.000 KWh (2020) im Jahr etwa 1.700 Tonnen an CO₂-Emissionen eingespart.



Borussia-Fans fahren dank des Kombitickets im VRR und AVV kostenlos mit dem ÖPNV zu den Spielen.



1.871 FAHRRADSTÄNDER

Am BORUSSIA-PARK stehen Fahrradständer für 1.871 radelnde Fans zur Verfügung.

GO GREEN

Seit 2011 nimmt Borussia an „Go Green“ teil, dem CO₂-Kompensationsprojekt der Deutsche Post AG für den Briefversand.

20 E-LADEPUNKTE

für Elektroautos gibt es im BORUSSIA-PARK.

100.000 LITER

(100 Kubikmeter) Wasser spart Borussia pro Spieltag im BORUSSIA-PARK durch die automatisierte Spülung der 440 Urinale im Stadion.



FILTER

an den Kunstrasenflächen verhindern, dass Mikroplastik ins Grundwasser gelangt

600 QM

PV-Anlagen sind bereits installiert. 900qm sollen in Phase 2 dazukommen.



Alle Leuchtmittel im BORUSSIA-PARK, die mehr als 3.000 Betriebsstunden im Jahr gebraucht werden, sind auf stromsparende LEDs umgestellt.

FSC PAPIER

Borussia benutzt FSC-zertifiziertes Papier.



MEHRWEG BECHER IN DER STADION-GASTRONOMIE

REGENERATIVE ANLAGEN

Dank moderner Technik in zwei Blockheizkraftwerken, zwei Brennwertkesseln und vier gasbetriebenen Luft-Wärmepumpen gewinnt und verbraucht Borussia Energie mit größtmöglicher Effizienz.

35.000.000 LITER WASSER

Die Spielfelder im BORUSSIA-PARK bereingt Borussia mit bis zu 35.000.000 Litern (35.000 Kubikmeter) Wasser aus einem eigenen Tiefbrunnen auf dem Vereinsgelände. Das Wasser versickert auch wieder auf dem Gelände des BORUSSIA-PARK und wird so dem Grundwasser-Kreislauf wieder zugeführt.

KURZPASS



DIGITALE DAUERKARTE

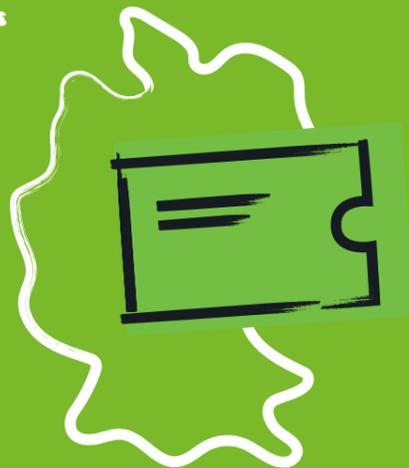
Um ihre Tickets noch einfacher verwalten und nutzen zu können, bietet Borussia ihren Anhängern seit der Saison 2023/24 einen zusätzlichen Service an. Jeder Fan kann zwischen einer herkömmlichen und digitalen Dauerkarte wählen. „Wir als Verein legen Wert darauf, nachhaltiger und umweltschonender zu arbeiten“, so VfL-Geschäftsführer Stephan Schippers. „Natürlich spielen diese Themen bei der digitalen Dauerkarte eine Rolle, denn je mehr Fans sich für digitale Tickets entscheiden, desto mehr Plastik und Papier können wir einsparen.“ In der ersten Saison sind bereits etwa 30 Prozent der Dauerkartennutzer auf die digitale Version umgestiegen.

8.567 KILOMETER

Das „Team Borussia“ hat 2023 an der Aktion STADTRADELN in Mönchengladbach teilgenommen und dabei eine Strecke von insgesamt 8.567 Kilometern zurückgelegt. 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben im Aktionszeitraum möglichst viele Wege mit dem Fahrrad absolviert und die gefahrenen Kilometer – egal ob auf dem Weg in den BORUSSIA-PARK, zum Einkaufen oder zu einer Verabredung – aufgezeichnet. Innerhalb der Kommune Mönchengladbach beteiligten sich über 2.500 Menschen am STADTRADELN und sammelten gemeinsam über 510.000 Kilometer. Das „Team Borussia“ beendete die Aktion in der kommunalen Rangliste auf dem 17. Platz von 213 registrierten Teams.

DEUTSCHLAND TICKET

Borussia unterstützt ihre Mitarbeitenden mit einem Zuschuss zum Deutschlandticket. 29 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben das Jobticket im Jahr 2023 in Anspruch genommen.



DIENSTRAD

Inzwischen haben 60 Mitarbeitende die Möglichkeit genutzt, über Borussia und „Lease a Bike“ eines oder mehrere Fahrräder zu leasen. 86 Fahrräder wurden so bereits finanziert. Im Jahr 2023 sind 19 Fahrräder von 14 Mitarbeitern hinzugekommen – Tendenz steigend.



„RUN&FUN“-FIRMENLAUF

Die Teilnahme am „Run&Fun“-Firmenlauf ist bei Borussia inzwischen Tradition. So machten sich auch 2023 wieder knapp 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fohlen auf die rund fünf Kilometer lange Strecke. Insgesamt waren knapp 5.700 Teilnehmer Mönchengladbacher Unternehmen am Start.

NISTKÄSTEN-BAU

Im Rahmen einer Aktion des JünterClubs waren in den Herbstferien 2023 rund 30 Kinder und Jugendliche zu Gast im BORUSSIA-PARK, um Nistkästen zu gestalten. Die fertigen Nistkästen wurden an Bäumen auf der Parkfläche P1 im BORUSSIA-PARK angebracht. „Mit solchen Events wollen wir bei den Kindern schon früh ein Bewusstsein für die Umwelt schaffen“, erklärt Maximilian Heinemann, Teamleiter Grün- und Außenanlagen.



WIRTSCHAFT

Digitalisierung | Digitale Transformation bei Borussia

48

Sponsoring | Nachhaltige Partnerschaften

50

Mobilität | Ein weiteres Jahrzehnt mit der NEW

52

Lieferkette | Der Weg des Stadionbiers

54

Fohlenverantwortung | Die Borussia Stiftung

56

Merchandising | Nachhaltige Produktlinie

60

Kurzpass | Weitere Meldungen 2023

62



BORUSSIA DIGITAL

In Sachen Digitale Transformation hat Borussia im vergangenen Jahr einige Fortschritte gemacht

Dass auch der Profi-Fußball längst nicht mehr ohne stetige digitale Transformation auskommt, liegt auf der Hand. „Hinter Borussia steckt heute auch ein mittelständisches Unternehmen, mit allen Anforderungen, die das mit sich bringt“, sagt Dr. Christoph Menke-Salz. „Und das bedeutet, dass der Verein wirtschaftlich und damit effizient arbeiten muss, wie auch Ertragspotenziale entdeckt und ausgeschöpft werden müssen.“ Ohne digitale Transformation sei das heute kaum noch umsetzbar. Und schließlich gehe es auch darum, digitale Angebote zu entwickeln, die den Fans ein noch individuelleres, flüssigeres und damit besseres Borussia-Erlebnis bieten, so

Borussias Direktor Digitale Transformation und Innovation.

Worin aber besteht diese Verbesserung des Borussia-Erlebnisses? „Wir haben vor einigen Monaten einen umfangreichen Single Sign On-Account, also eine zeit- und nervensparende Einmalanmeldung eingeführt. Damit ist der Nutzer nun in der Lage zwischen allen unseren Plattformen, also etwa zwischen Homepage, Ticketing, Onlineshop und VIP-Portal hin und her wechseln zu können, ohne sich jedes Mal neu anmelden zu müssen“, erklärt Menke-Salz. „Er kann seine Daten jetzt an einem einzigen, zentralen digitalen Ort pflegen,

und wir sind in der Lage, ihm personalisierte Angebote zu machen.“ In der Praxis könnte das zum Beispiel bedeuten, dass man einem Nutzer, der regelmäßig eine Sitzplatzkarte kauft, vor dem jeweils kommenden Heimspiel auf eventuell rabattierte oder auch ganz besonders attraktive Plätze hinweist. Darüber hinaus ist man jetzt in der Lage, auf Fragen im Service noch schnellere und präzisere Antworten geben zu können.

Selbstverständlich hat man die digitale Transformation auch auf anderen Gebieten vorangetrieben. So ist man in Sachen papierloses Büro ein ganzes Stück vorangekommen. „Wir haben zum Beispiel

die Nutzung von Microsoft Teams als internes Kommunikationstool deutlich ausgebaut, denn so sind wir nun in der Lage in Echtzeit und damit gleichzeitig an Dokumenten arbeiten zu können, was den Bedarf nach ausgedruckten oder mehrfach abgelegten Dokumenten weiter senken wird“, bestätigt der Digitalisierungsexperte. Noch nicht digitalisiert sind dagegen einige von Borussias Papier-Medien für Mitglieder und Fans. Das allerdings hat einen guten Grund, wie das Beispiel des FohlenEcho-Magazins zeigt. „Wir wollen beim Lese-Erlebnis unseres FohlenEcho-Magazins keinerlei Abstriche machen. Eine digitale Version dürfte der auf Papier in nichts nachstehen“, kennt der studierte Direktor die enorme Wertschätzung der Mitglieder für das Magazin. Man sei hier noch in der Findungsphase für ein geeignetes digitales Format für iPad oder Tablet, das das Printprodukt ergänzen könnte.

Realität dagegen ist bei Borussia längst das digitale Ticket auf dem Smartphone – „und das funktioniert sehr gut“, freut sich Menke-Salz. Natürlich könne es einmal vorkommen, dass ein Drehkreuz am Eingang nicht funktioniert, das aber habe meist weniger mit dem digitalen Ticket per se zu tun, sondern kann auch ein Funktionsfehler der Hardware, also des Drehkreuzes sein. Die Bilanz in Sachen digitales Ticket fällt durchweg positiv und zur Zufriedenheit von Menke-Salz aus: „Wer heute in den BORUSSIA-PARK kommen möchte, ohne irgendetwas Haptisches in der Hand zu haben, sondern alles digital zu erledigen, der schafft das dank unseres Ticketing-Teams inzwischen recht mühelos.“

Allerdings mag er auch nicht verhehlen, dass es in anderen Bereichen noch etwas hakt. „Beim Thema digitaler Check-in für unsere Aushilfen und Ordner stoßen wir noch an Grenzen. Diese Herausforderung aber können wir alleine nicht bewältigen, weil der Gesetzgeber nach wie vor eine Original-Unterschrift auf Papier fordert. Der Fachmann, ist aber zuversichtlich, „dass der Gesetzgeber diesbezüglich über kurz oder lang handeln wird.“

INFOS

DIGITAL CIRCLE

Eine kompetente, externe Expertengruppe berät Borussia bei allen digitalen Angelegenheiten und unterstützt zum Teil sogar in der Umsetzung. Zweimal im Jahr trifft sich der sogenannte Digital Circle im BORUSSIA-PARK mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VfL. Der Expertengruppe gehören folgende Personen an: Prof. Dr. Gerrit Heinemann (Hochschule Niederrhein), Jörg Hellwig (Investor), Markus Herrmann (Berater und Konzepter), Klaus Hommels (Risikokapitalgeber), Daniel Kramer (Facebook/Instagram), Julia Krempin (Business Punk), Boris Radke (Enpal), Rolf Schrömgens (Trivago-Gründer), Clemens Vasters (Microsoft), Joko Winterscheidt (Entertainer und Unternehmer).



Dr. Christoph Menke-Salz, Direktor Digitale Transformation & Innovation



Gemeinsam mit Partner Lease a Bike hat Borussia der evangelischen Hephata-Stiftung zugunsten von Menschen mit Behinderung 30 Fahrräder gespendet.

GEMEINSAM ZUM ERFOLG

Dank vieler Partner gelingt es Borussia, auch beim Sponsoring Nachhaltigkeit zu leben



Tiago Pereira Cardoso, Bartek Krysiak und Lindsay Gutaj sind 2023 mit dem Porsche Turbo Award ausgezeichnet worden.



Nachhaltigkeits- und Innovationspartner Sonepar hat seinen Vertrag bis 2029 verlängert.

„Es geht darum, gemeinsam mit unseren Partnern das Thema Nachhaltigkeit mit Leben zu füllen. Schon seit Längerem ist der Punkt Corporate Social Responsibility, CSR, also die ‚Gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens‘ ein relevantes inhaltliches Element im Rahmen von Vertragsgesprächen mit unseren Partnern“, sagt Henning Otte. Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft und damit auch bei den meisten Unternehmen angekommen, „sodass wir in der Regel auf große Bereitschaft zum Handeln stoßen, wenn wir das Thema Nachhaltigkeit ansprechen“, so Borussias Abteilungsleiter Sponsoring. Borussias Ziel sei es, alle signifikanten Partnerschaften nicht nur auf Papier zu formulieren, sondern auch mit entsprechenden Komponenten zu beleben, etwa durch gemeinsame Projekte. „Denn das ist unser Credo, dass wir Partnerschaften kreieren, die inhaltlich glaubwürdig und authentisch sind.“

Zwei offizielle Nachhaltigkeitspartnerschaften pflegt Borussia, mit Sonepar – die Partnerschaft mit dem Elektrogroßhändler wurde im Februar 2023 gar bis 2029 verlängert – und mit dem Sportwagenhersteller Porsche. Damit wird zum einen der Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit (Sonepar), zum anderen der Bereich der sozialen Nachhaltigkeit (Porsche) abgedeckt, wie die jeweiligen Engagements zeigen.

So hatte Borussia gemeinsam mit Sonepar bereits vor einiger Zeit eine zweiphasige Installation von Photovoltaik-Anlagen im BORUSSIA-PARK geplant. Im Dezember 2023 wurden nun, nach längeren, statischen und versicherungstechnischen Überprüfungen und Abstimmungen mit dem Versorger NEW, die ersten 301 Module geliefert und auf den Dächern der Lagerhalle Süd, des FohlenStalls und des Fohlen-Campus installiert. Insgesamt wurde so eine Fläche von rund 600 Quadratmetern bestückt. Borussia ist damit in der Lage, bis zu 127.000 Kilowatt Stunden Strom pro Jahr selbst zu erzeugen. Auch Phase zwei ist jetzt in der Planung. Unter anderem sollen dann das Tribünen-Dach am Fohlenplatz sowie zwei Gebäude im Biergarten vor der Nord-

tribüne mit Photovoltaik bestückt werden. Und sogar eine Installation auf dem Gebäude „Borussia 8-Grad“, die in der Vergangenheit unrealisierbar schien, wird jetzt erneut geprüft.

Porsche wiederum legt das Augenmerk auf die Jugendförderung und will die gute Entwicklung junger Spieler vorantreiben, und das gerade auch in sozialer und schulischer Hinsicht. So zeichnet der Sportwagen-Hersteller unter dem Titel „Turbo für Talente“ jährlich je drei junge Sportler der insgesamt sieben Partnervereine des Unternehmens aus. Bewertungskriterien sind „Beste sportliche Entwicklung“, „Beste schulische Leistungen“ sowie „Außergewöhnliches soziales Engagement“. So ging der eigens ins Leben gerufene „Porsche Turbo Award“ im vergangenen Jahr auch an die Borussen Tiago Pereira Cardoso, Bartek Krysiak und Lindsay Gutaj. Darüber hinaus laden Porsche und Borussia am „Porsche Kids Day“ 100 Kinder aus verschiedenen sozialen Einrichtungen der Region ein, um ihnen im BORUSSIA-PARK ein unvergessliches Spieletagserlebnis zu beschern. So konnten die Kinder 2023 beim Spiel gegen den SC Freiburg u. a. Borussen-Maskottchen Jünter treffen.

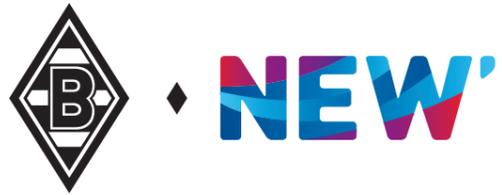
Aber auch mit weiteren Unternehmen arbeitet Borussia vertrauensvoll zusammen. Mit diesen mag zwar keine offizielle Nachhaltigkeits-Partnerschaft bestehen, verschiedenste Aktionen im vergangenen Jahr haben aber die Glaubwürdigkeit und Authentizität dieser Partnerschaften deutlich belegt. So richtete Coca-Cola gemeinsam mit der Lebenshilfe am BORUSSIA-PARK ein Inklusionsturnier aus, um Menschen mit und ohne Behinderung einander nahezubringen. Der Besuch des Heimspiels gegen den VfL Bochum bedeutete für die Teilnehmer des Events schließlich den Abschluss eines rundum gelungenen Tages.

Um Inklusion und Vielfalt geht es grundsätzlich auch beim „Deutschen Diversity-Tag“, der vom Verein Charta der Vielfalt e.V., nach eigener Aussage die „größte Arbeitgebendeninitiative zur Förderung von Diversity in Unternehmen und Institutionen Deutschlands“,

ins Leben gerufen und 2023 bereits zum elften Mal veranstaltet wurde. Mit dabei war auch Borussias Co-Sponsor Santander. So besuchte Borussias Geschäftsführer Markus Aretz die Unternehmenszentrale von Santander in Mönchengladbach und erläuterte im Gespräch mit Ralf Schnitzler, Head of Talent & Culture bei Santander, welche Anstrengungen Borussia unternimmt, um die Diversität im Verein zu fördern.

Nachhaltigkeit im Umgang mit Ressourcen ist das Thema von NEW: mit mittlerweile 20 Elektro-Ladepunkte fördert Borussias regionaler Strom- und Wasserversorger die nachhaltige Anreise zum bzw. die Abreise vom BORUSSIA-PARK. Bei der von NEW eingespeisten Energie handelt es sich im Übrigen um hundertprozentigen Ökostrom. Und nachhaltige Mobilität ist auch das Thema von Borussias Partnerschaft mit dem Dienstfahrradleasing-Anbieter Lease a Bike. Gemeinsam hat man der evangelischen Hephata-Stiftung zugunsten von Menschen mit Behinderung 30 Fahrräder gespendet, die nun in Förderschulen und Werkstätten von Hephata genutzt werden.

Darüber hinaus ist es Borussia gelungen, auch für ihre Partner und Sponsoren eine digitale Ticket-Lösung zu implementieren. Da das Ticket- und Einladungsmanagement bei Geschäftspartnern, die meist über eine sehr große Anzahl von Tickets verfügen, deutlich komplexer ist als bei Privatkunden, hat Borussia gemeinsam mit SPORTFIVE und einem Entwicklerteam ein neues VIP-Portal ins Leben gerufen, welches nicht nur als Desktop-Version am Arbeitsplatz sondern auch mobil als App mit dem Handy nutzbar ist. Das VIP-Portal bietet dem Nutzer eine komplette Übersicht über seine Vertragstickets und ermöglicht eine flexible Organisation der Ticketkontingente je Spieltag. Der Versand physischer Tickets entfällt somit komplett. ♦



NACHHALTIGER STADION-PARTNER

Die NEW wird auch im kommenden Jahrzehnt den BORUSSIA-PARK mit Energie versorgen, E-Mobilität möglich machen und die Fans zu Tausenden ins Stadion bringen. Der VfL und der regionale Versorger haben ihre Kooperation kürzlich bis 2033 verlängert

Um sich die Bedeutung der Partnerschaft zwischen Borussia und der NEW, dem regionalen Versorger für Energie, Wasser und Transport bewusst zu machen, muss man sich den BORUSSIA-PARK nur einmal ohne diese schon lange bestehende Kooperation vorstellen. Fest steht, die Ränge wären um einiges leerer. Denn zu jedem Heimspiel bringen die Shuttle-Busse der NEW etwa 40 Prozent aller Fans von den Hauptbahnhöfen Mönchengladbach und Rheydt zum Stadion.

Hinzu kommt, dass sich Borussia mit Hilfe ihres Partners in Sachen E-Mobilität auf den Weg gemacht hat. Mit aktuell 20 von der NEW betriebenen E-Ladepunkten auf dem Vereinsgelände. Und auch die seit 2021 laufende Versor-

gung des BORUSSIA-PARK mit 100 Prozent Ökostrom läuft nach Abschluss des neuen Kontrakts mindestens bis Ende 2026. Und das nahezu emissionsfrei.

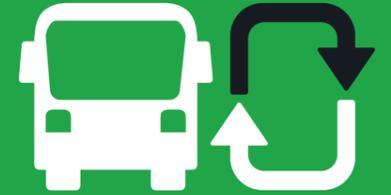
Schon seit 2002, also schon seit Bökelberg-Zeiten, arbeitet Borussia eng mit dem regionalen Versorger zusammen – und wird es auch in den kommenden zehn Jahren tun. Darauf haben sich die VfL-Geschäftsführung und der NEW-Vorstand in den vergangenen Wochen geeinigt. „Mit der NEW als regionalem Versorger verbindet uns seit der Eröffnung des BORUSSIA-PARK eine auf gegenseitigem Vertrauen und Wertschätzung basierende Zusammenarbeit. Es freut uns sehr, dass wir diese nun langfristig fortsetzen und uns gemeinsam den Herausforderungen der Zukunft



stellen“, sagt Borussias Geschäftsführer Stephan Schippers.

Gerade in Bezug auf das immer wichtiger werdende Thema Nachhaltigkeit sind die Experten der NEW starke Partner an Borussias Seite. Der NEW-Vorstandsvorsitzende Frank Kindervatter sagt: „Die Ziele und Werte Borussias, gerade auch im Bereich der Nachhaltigkeit, passen zu denen unseres Unternehmens. Wir sind als regionaler Versorger stolz darauf, auch in den nächsten zehn Jahren ein Teil der großen Borussia-Familie zu sein.“

INFO



SHUTTLE-SERVICE

Bis zu 90 NEW-Shuttlebusse bringen bis zu 22.000 Fans nachhaltig und umweltschonend von den Hauptbahnhöfen Mönchengladbach und Rheydt in den BORUSSIA-PARK und wieder zurück.



WASSER- UND ABWASSERVERSORGUNG

Hier betreut die NEW Borussia ebenfalls und ist kompetenter Partner, wenn es darum geht, die Ressource Wasser verantwortungsvoll einzusetzen.



E-MOBILITÄT

20 E-Ladepunkte im BORUSSIA-PARK ermöglichen nachhaltige Mobilität.



STROM

Borussia bezieht seit Januar 2021 Ökostrom von der NEW und reduziert damit ihre CO₂-Emission um 1.700 Tonnen im Jahr.

NACHHALTIG VON HOPFEN-ERNTEN BIS ZUM STADION

Borussia hat sich gemeinsam mit ihren Partnern zum Ziel gesetzt, das Lieferkettenmanagement nachhaltiger zu gestalten

sagt Inhaber Andreas Dick. „Um meinen landwirtschaftlichen Betrieb zukunftsfähig aufzustellen und für die nächste Generation fit zu machen, spielt systematisches, nachhaltiges Wirtschaften eine wichtige Rolle.“ Dabei gehe es nicht nur um Verbesserungen im Bereich Zwischenfrüchtebau und Bodenmanagement, „sondern auch darum, wie ich meine Nachhaltigkeitsmaßnahmen messen sowie bewerten kann und auch weiß, wie viel CO₂ durch meinen Betrieb ausgestoßen wird.“

Die Bitburger Braugruppe selbst arbeitet seit 2013 nach dem Standard der Univer-

grund stelle. „Wir hoffen, dass wir dieses Thema aber nicht nur über die Wertschöpfungskette darstellen, sondern Zug um Zug viele Maßnahmen und Initiativen angehen können, die im Zeichen der Nachhaltigkeit stehen.“

Eine weitere Station der Lieferkette ist der Fachgroßhändler trinkkontor, der den BORUSSIA-PARK mit Getränken beliefert. Das Unternehmen ist der erste Getränkefachgroßhändler in Deutschland, der nach dem ZNU-Standard zertifiziert wurde. Vor rund drei Jahren

Die Zusammenarbeit der an der Bitburger-Lieferkette beteiligten Unternehmen und Borussia beruhe schon seit vielen Jahren auf wechselseitiger Zufriedenheit: „Wir sind froh, dass wir eine langjährige Partnerschaft mit einem so emotionalen Verein wie Borussia

„Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei großen Unternehmen eine immer wichtigere Rolle“, weiß Norbert Wolfers, Borussias Abteilungsleiter Catering und Events. Borussia habe bereits einige Nachhaltigkeitsstandards entwickelt, die ein möglicher Partner erfüllen muss.



Ende September 2023 waren Vertreter von allen vier Unternehmen der Bitburger-Lieferkette zum Austausch im BORUSSIA-PARK zu Gast.

STATIONEN DER BITBURGER LIEFERKETTE

01 HOPFENHOF DICK



02 BITBURGER



03 TRINKKONTOR



04 BORUSSIA



„Es gibt keine Braugruppe, die so sehr für Fußball steht wie Bitburger“, sagt Borussias Geschäftsführer Markus Aretz. Seit 2011 besteht die Partnerschaft zwischen der Brauerei und Borussia. Über die Liefer- und Ausschankrechte für Bier und Biermischgetränke hinaus unterstützt Bitburger als Co-Sponsor und Stadion-Partner Formate wie das Bitburger FohlenRadio oder den Bitburger FohlenTalk. Neben den Aktionen für die Fans zeichnet sich die Partnerschaft zwischen Bitburger

und Borussia vor allem durch eines aus: eine nachhaltige Lieferkette.

Die Lieferkette beginnt beim Hopfenbauern des Hopfenhofs Dick, der sich in Holsthum bei Bitburg auf einer Fläche von rund 22 Hektar um den Bitburger Siegelhopfen im Naturpark kümmert. „Unser Betrieb hat sich 2011 dem Hallertauer Hopfenring angeschlossen und nimmt am jährlichen Hopfen-Qualitätsmanagementsystem teil. In diesem Rahmen wurden wir auch Mitglied des ZNU“,

sität Witten/Herdecke, um ihr nachhaltiges Handeln messbar zu machen sowie kontinuierlich Verbesserungspotenziale zu identifizieren. „Das ZNU hat uns sehr dabei geholfen, das Thema Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen ganzheitlich anzugehen“, sagt Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer Technik und Umwelt von Bitburger. Ganzheitlich bedeute, dass man sich nicht nur auf den ökologischen Aspekt beschränke, sondern, dass man auch soziale und wirtschaftliche Aspekte in den Vorder-

begann trinkkontor Maßnahmen zu ergreifen, um als nachhaltiges Unternehmen ausgezeichnet und ZNU-zertifiziert zu werden. „Wir haben das als Chance gesehen, uns weiterzuentwickeln und besser zu werden, und das hat uns motiviert, diesen Weg zu gehen“, sagt Geschäftsführer Thomas Nuhn und ergänzt: „Dass das Thema Nachhaltigkeit eine bedeutende Rolle spielt, sehen wir alleine daran, dass es uns seit der Zertifizierung leichter fällt, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden.“

sia leben dürfen“, erklärt Niewodniczanski. Und auch Nuhn betont: „Es kommt immer mal wieder vor, dass wir zu verschiedenen Events relativ kurzfristig gefordert sind, aber das haben wir in der Vergangenheit immer gut bewältigt. Wir stehen immer in offenem und engem Austausch mit dem Verein.“

Obwohl es aktuell keine weitere vergleichbare Lieferkette bei Borussia gibt, die nach ZNU-Standard zertifiziert ist, führt der Weg langfristig in diese Rich-

So müsse ein möglicher neuer Lieferant beispielsweise den Code of Conduct des VfL berücksichtigen. Außerdem sollen in Lieferantenverträgen künftig noch detaillierter Nachhaltigkeitsvorgaben und Produktionsrichtlinien dokumentiert werden. ◆



BORUSSIA STIFTET ZUKUNFT

Seit 2010 existiert die Borussia-Stiftung. Bis heute hat sie über 200 Organisationen und soziale Einrichtungen mit mehr als anderthalb Millionen Euro unterstützt

Auf dem Rasen im BORUSSIA-PARK strahlen beim Heimspiel gegen den FC Schalke 04 (04.02.2023) gleich mehrere Gesichter um die Wette. Vertreter des Café Pflaster, der Mönchengladbacher Tafel, des Wir für MG – Obdachlosenhilfe Mönchengladbach e.V., des Kinderschutzbund MG e.V. und der „Aktion Freizeit behinderter Jugendlicher“ halten vor der Nordkurve stolz einen Spendenscheck der Borussia-Stiftung in den Händen - fünf Mal 10.000 Euro. Für die Borussia-Stiftung ein gelungener Start in das Jahr 2023. Spenden, die jedoch nur durch die Mithilfe der gesamten Borussia-Familie getätigt werden konnten, denn die Summe von insgesamt 50.000 Euro setzte sich aus den Reinerlösen der Ticketverkäufe aus dem Legendenspiel Ende des Jahres 2022 zusammen.

Als mit Abstand größter Verein der Stadt Mönchengladbach und einer der größten Vereine der Region ergibt sich für Borussia eine gesellschaftliche Verantwortung, der der Klub mit Nachhaltigkeit gerecht werden will. Deshalb hat der VfL bereits 2010 zum 110-jährigen Vereinsbestehen die Borussia-Stiftung gegründet. Sie ist eine zentrale Säule des Vereins, die durch finanzielle Unterstützung Projekte in den Handlungsfeldern Gemeinschaft und Teilhabe, Gesundheit und Prävention sowie Bildungsperspektiven fördert. Den Vorstand der Stiftung bilden aktuell VfL-Präsident Rolf Königs, Vizepräsident Rainer Bonhof, Vizepräsident Dr. Stefan Stegemann, Präsidiumsmitglied Hans Meyer, Aufsichtsratsvorsitzender Michael Hollmann und Ehrenratsprecher Andreas Heinen. Er tritt zweimal im Jahr zusammen, um über die gestellten Anträge zu entscheiden.

Seither haben bis heute über 200 gemeinnützige Organisationen und soziale Einrichtungen aller Art vom Sportverein über Kirchengemeinden bis zum Kindergarten von Geld- und Sach-

spenden der Borussia-Stiftung profitiert. Allein im vergangenen Jahr 2023 konnte die Stiftung mit über 150.000 Euro rund 24 regionale Organisationen unterstützen. „Borussia war und ist sich ihrer besonderen gesellschaftlichen Rolle bewusst, die sie als Aushängeschild der Stadt Mönchengladbach und am gesamten Niederrhein spielt. Die Borussia-Stiftung hat sich seit ihrer Gründung als wertvolles Instrument erwiesen, dieser Verantwortung gerecht zu werden“, sagt Markus Friebe, Stabsstellenleiter CSR & Nachhaltigkeit bei Borussia. Daher engagiert sich der Verein mit seiner Stiftung hauptsächlich regional.

INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Insgesamt gingen seit 2010 rund 300.000 Euro der Stiftungs-Fördergelder in die Errichtung neuer Bewegungs- und Erlebnisorte für Kinder und Jugendliche. Im vergangenen Jahr betrug diese Fördersumme 26.508,82 Euro. Dafür beteiligte sich Borussia beispielsweise am Bau des Bolzplatzes an der Scheulenstraße in Mönchengladbach-Rheydt. Im Juni 2023 wurde dieser gemeinsam mit der Stadt Mönchengladbach und den Kindern der Erich-Kästner-Grundschule eingeweiht. „Es ist ergreifend zu sehen, mit welcher Freude die Kinder den Platz übernehmen. Besonders solche Events machen die Arbeit in der Stiftung aus“, erklärte Stiftungsvorstand Rainer Bonhof und kündigte an: „Wir werden weiterhin aktiv bleiben, damit noch mehr derartige Plätze entstehen können.“ Das Projekt soll zur Förderung sozialer und sportbezogener Maßnahmen zur Integration von Kindern und Jugendlichen in die Gesellschaft beitragen.

Die Förderung der Bolzplätze ist für die Borussia-Stiftung ihr langfristiges Projekt neben dem Bildungspark Mönchengladbach (BPMG). In Zusammenarbeit mit dem sozialpädagogischen

Fanprojekt „De Kull“ rückt beim BPMG das Schwerpunktthema Bildung in den Vordergrund. In der besonderen Atmosphäre des BORUSSIA-PARK nahmen in diesem Rahmen allein im Schuljahr 2022/23 mehr als 4.500 Schülerinnen und Schüler an zu gesellschaftlich und politisch relevanten Themen wie Rassismus und Integration teil.

So hat im Rahmen der vergangenen Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ in Kooperation mit dem BPMG beispielsweise ein Zeitzeugen-Gespräch mit der Holocaust-Überlebenden Eva Weyl stattgefunden. Dabei hörten rund 200 Schülerinnen und Schüler aufmerksam den bewegenden Worten von Weyl im „Clubraum Nord“ des BORUSSIA-PARK zu. Die Stiftung unterstützt den Bildungspark jährlich mit einer Spende, die sich 2023 auf 22.000 Euro belief.

ÜBERREGIONALE HILFE

Neben dem regionalen Engagement gibt es Situationen und Gegebenheiten, bei denen sich die Borussia-Stiftung allerdings in der Pflicht sieht, überregional zu helfen – auch über die Landesgrenze hinaus. So war es im März 2022 der Ausbruch des Krieges in der Ukraine und im Februar des vergangenen Jahres die Erdbeben-Katastrophe in der Türkei und Syrien. „Wir wollten den Menschen, die verletzt und in Not waren, mit der Bereitstellung von Medikamenten konkret helfen“, hatte Borussias Geschäftsführer Stephan Schippers unmittelbar nach der Katastrophe gesagt. Gemeinsam mit Borussias Premiumpartner apotal konnten Medikamente und medizinische Hilfsgüter bereitgestellt und in die betroffenen Gebiete geliefert werden.

Borussia stiftet Zukunft und kommuniziert das auch – wodurch einerseits sozial engagierte Menschen aufmerksam werden und sich eventuell um eine Spende bewerben, andererseits aber auch potenzielle Gönner der Stiftung gewonnen werden. Denn ein aktives Fundraising betreibt die Borussia-Stiftung nicht. Einen Großteil der

Spendengelder bringt das Benefiz-Golfturnier Borussias ein. 2023 fand die zwölfte Auflage statt. Am Turnier und dem anschließenden „Get Together“ nahmen ehemalige Spieler und Trainer der Fohlen sowie Sponsoren und Förderer des Vereins teil. Durch Spenden, Präsentationen einzelner Löcher von Sponsoren sowie die traditionelle Auktion und Tombola kam eine Summe in Höhe von 75.000 Euro für die Borussia-Stiftung zusammen. Insgesamt hat die Golf-trophy bislang über 810.000 Euro in die Stiftungskasse gespült.

Sobald das eingenommene Geld in Form von Spendenschecks wieder verteilt

wird, besuchen die Verantwortlichen der Borussia-Stiftung die einzelnen Empfänger zur Übergabe. So war Friebe beispielsweise zur Scheck-Übergabe beim Caritasverband Region Mönchengladbach (5.000 Euro). Und auch die Lizenzmannschaft überreichte im Rahmen des traditionellen Krankenhausbesuches in Person von Patrick Herrmann, Rocco Reitz und Gerardo Seoane gemeinsam mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden Michael Hollmann höchstpersönlich einen Spenden-Scheck über 3.000 Euro an den Zwergnase e.V.. Der gemeinnützige Verein „Zwergnase“ unterstützt im Elisabeth-Krankenhaus die Arbeit auf der Frühgeborenenstation. ◆



Der Stiftung ist es ein persönliches Anliegen, die Empfänger der Spenden möglichst selbst zu besuchen.



Nur strahlende Gesichter bei der Eröffnung des Bolzplatzes in Mönchengladbach-Rheydt im Juni 2023.

GESAMTAUSSCHÜTTUNG DER BORUSSIA-STIFTUNG SEIT 2010

1.512.297,71 EURO

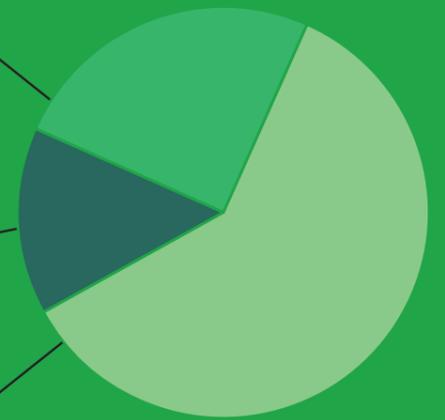
Stand: 31. Dezember 2023

DIE BORUSSIA-STIFTUNG HAT IM JAHR 2023 FOLGENDE VEREINE UND PROJEKTE MIT INSGESAM 157.314,32 EURO UNTERSTÜTZT:

381.816,69 EURO
STRATEGISCHE PROJEKTE
(Bolzplatzbau und sozialpädagogisch betreutes Training, Bildungspark MG)

219.010,00 EURO
NOT- UND KATASTROPHENHILFE
(Ukraine, Türkei, Ahrtal)

911.471,08 EURO
EINZELSPENDEN AN ÜBER 200 GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN



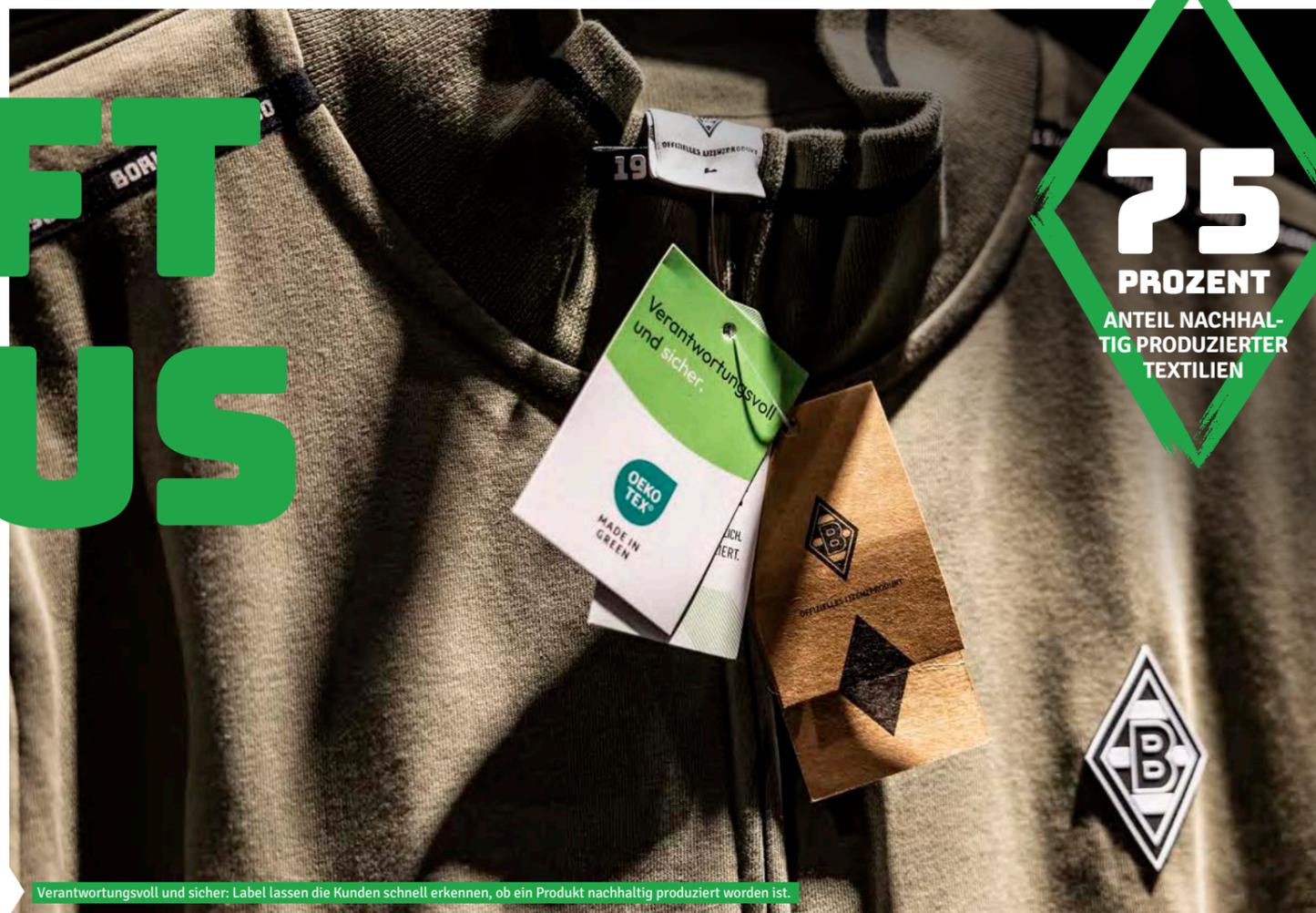
VEREIN	PROJEKT	SPENDEN-SUMME
action medeor e.V.	Unterstützung ARABKIR Medical Center in Jerewan	2.000 Euro
Initiative Rückenwind e.V.	Förderung Projekt „Ich box mich durch“	1.500 Euro
Freunde und Förderer der GGS Eicken e.V.	Zuschuss Material für Gemeinschaftsspiele	750 Euro
Diakonisches Werk Mönchengladbach gGmbH	Unterstützung des Café Pflaster	5.000 Euro
Jüdische Gemeinde in Mönchengladbach	Unterstützung der Gemeindefahrt	12.500 Euro
Ottokar e.V.	Unterstützung Ukrainisches Willkommenszentrum Rheydt	5.000 Euro
Teller ohne Rand e.V.	Förderung Anti-Rassismus-Workshops an Schulen	3.000 Euro
Zwergnase e.V.	Unterstützung der Frühgeborenenstation der Städtischen Kliniken Mönchengladbach	3.000 Euro
Stadt Wegberg	Zuschuss Umgestaltung Spielplatz Klinkum	3.000 Euro
Stadt Mönchengladbach	Bauszuschuss für den Bolzplatz Scheulenstraße	1.008,82 Euro
Förderverein GHS Erkelenz e.V.	Unterstützung einer Gedenkstättenfahrt	1.000 Euro
Vereinigung der Förderer und Ehemaligen des Stiftischen Humanistischen Gymnasiums zu Mönchengladbach e. V.	Zuschuss zum Denkmal zur Erinnerung an jüdische Schüler	3.000 Euro
Interkultureller Familienverband e.V.	Unterstützung der Kinderküche Cantina Nest	1.900 Euro
HOCKEY-HELFFEN IST HERZENSSACHE E.V.	Unterstützung der Hilfsaktion „Wir für Anna“	1.000 Euro
Caritasverband Region Mönchengladbach e. V.	Förderung Ambulanter Hospizdienst	5.000 Euro
Türkisches Konsulat Düsseldorf	Bereitstellung Medikamente für die Erdbebenregion in der Türkei	13.405,50 Euro
Förderverein der Grundschule Hardt	Förderung Lernausstattung für ukrainische Schüler	5.000 Euro
TOMASZ Kinder- und Jugendhospizhilfe e.V.	Unterstützung Kinder- und Jugendhospiz Regenbogenland	5.000 Euro
Förderverein Lernen fördern e.V.	Unterstützung von Schülern aus einkommensschwachen Familien	750 Euro
Rückenwind-MG e.V.	Förderung von Sportangeboten	2.500 Euro
Aktion „Freizeit behinderter Jugendlicher“ e.V.	Zuschuss Umgestaltung barrierefreier Spielplatz	10.000 Euro
Mönchengladbacher Tafel e.V.	Unterstützung Hilfsbedürftiger	10.000 Euro
Wir für MG e.V.	Unterstützung der Obdachlosenhilfe	10.000 Euro
Diakonisches Werk MG gGmbH / Café Pflaster	Unterstützung der Obdachlosenhilfe	10.000 Euro
Kinderschutzbund die Lobby für Kinder Ortsverband MG e.V.	Unterstützung Hilfsangebote in Notsituationen	10.000 Euro
De Kull e.V.	Förderung Bolzplatzliga MG	10.000 Euro
De Kull e.V.	Förderung Bildungspark MG	22.000 Euro

LUFT RAUS

Mehr Kartons im Postauto und dennoch weniger Verpackungsmüll – Borussia hat 2023 in Sachen Nachhaltigkeit beim Merchandising weitere Fortschritte erzielt

Profi-Fußball ohne Merchandising ist undenkbar. Die Fans wollen die Insignien ihres Vereins in möglichst vielen Lebenssituationen ganz nahe bei sich haben. Das Spektrum reicht vom Trikot über die Kaffeetasse bis zum Schmuck für den Weihnachtsbaum. Für die Vereine wiederum ist der Verkauf von Textilien und Hartwaren mit ihrem Logo neben den Einnahmen aus der TV-Vermarktung, dem Transfergeschäft und dem Verkauf von Eintrittskarten eine weitere unverzichtbare Erlösquelle. Merchandising ist aber keine Einbahnstraße, sondern bedeutet für die Vereine eine Verpflichtung zur Nachhaltigkeit auch auf diesem Sektor.

Borussia trägt dieser Verpflichtung schon seit Langem Rechnung und hat hier im Jahr 2023 weitere bedeutende Schritte gemacht. Noch im Jahr 2020 lag bei den Textilien der Anteil nachhaltiger Produkte mit der Raute bei gerade einmal vier Prozent. „Damals haben wir festgelegt, diesen Anteil bis 2023 auf 72 Prozent nachhaltig produzierter Tex-



Verantwortungsvoll und sicher: Label lassen die Kunden schnell erkennen, ob ein Produkt nachhaltig produziert worden ist.

tilien zu steigern“, sagt Andreas Schumacher. „Und diese selbstauferlegte Vorgabe haben wir nicht nur erreicht, sondern mit rund 75 Prozent sogar übertroffen.“ Der nächste Schritt sei nun, dies mit Siegeln wie dem Grünen Knopf zu hinterlegen, so der Abteilungsleiter Merchandising.

Borussias Ziel ist es, auf den ersten Blick transparent zu machen, ob die gewünschte Textilie nachhaltig produziert und von den Lieferanten der Standard eingehalten wurde, den der „Grüne Knopf“ verlangt. „Der Fan sieht also sofort, ob bei der Herstellung des Trikots, des Sweatshirts oder der Bettwäsche zum Beispiel Bio-Baumwolle verwendet wurde, aber auch, dass bei diesem Produkt die Arbeitsbedingungen den Vorgaben entsprochen haben“, so Schumacher. Stationär, im Shop, geschehe dies durch die Anbringung eines Hang-Tags, und im neuen, ab März

verfügbaren Onlineshop werde es möglich sein, das Angebot auf Nachhaltigkeit zu filtern.

Auch einen neuen Lieferantenvertrag hat Borussia formuliert. Lieferanten, die dem dort hinterlegten Code of Conduct nicht zustimmen, den Vertrag nicht unterzeichnen oder gegen die vom „Grünen Knopf“ definierten Standards verstoßen, erhalten in Zukunft keine Aufträge mehr von Borussia.

Wo gehobelt wird, fallen Späne, heißt es, und wo Merchandising ist, fallen Verpackungen jedweder Art an. Aber auch bei der Vermeidung von Verpackungsmüll kann Borussia deutliche Erfolge verzeichnen. So ist der Umbruch weg von Klarsicht- hin zu reinen Papier-Verpackungen in vollem Gang. Ebenfalls eine deutliche Reduzierung von Verpackungs- respektive Plastikmüll bedeutet die Einführung sogenannter Master

75
PROZENT
ANTEIL NACHHALTIG PRODUZIERTER TEXTILIEN

20.000
PLASTIKKARTEN

WERDEN DURCH DIE DIGITALEN GESCHENKGUTSCHEINE EINGESPART

die nun nicht mehr in Umlauf gebracht werden“, weiß der Merchandising-Fachmann.

Weitere große Einsparpotenziale erkannt und umgesetzt hat Borussia bei Papier und Kartonagen. So hat man den Katalogversand natürlich längst komplett eingestellt. Wurden früher 100.000 Haushalte dreimal jährlich mit einem hundert starken Katalog bedient, wirbt Borussia schon lange ausschließlich in digitaler Form und hat so den Papierverbrauch deutlich reduzieren können.

Und durch die Verpflichtung des neuen Logistikpartners Prowerb ist es zudem gelungen, buchstäblich auch weniger Luft zu versenden. Ein Computer-Programm errechnet exakt, nach welcher Kartongröße eine Bestellung verlangt. Elf Kartongrößen stehen mittlerweile zur Verfügung, weitere sind in Planung. Damit wird nicht nur Kartonage, sondern auch Füll- bzw. Schutzmaterial wie Pappfolie, eingespart. Erfreulicher Nebeneffekt: der

Paketbote kann auf einer Tour nicht nur zwanzig Kartons befördern, sondern ist nun mit vierzig, vielleicht sogar fünfzig Bestellungen unterwegs – was Touren einspart und damit den CO₂-Ausstoß verringert.



Früher (oben) vs. Heute – Bei vielen Verpackungen wird inzwischen auf Plastik verzichtet.

KURZPASS



**WIR SIND
100.000**

Borussia freut sich über 100.000 Mitglieder. Die Fohlen sind damit aktuell der fünfte Bundesligist und der insgesamt siebte Fußballverein in Deutschland, der diese Marke durchbrochen hat. „Die Entwicklung der vergangenen Jahre und Jahrzehnte ist enorm und freut uns sehr“, sagt Borussia’s Geschäftsführer Stephan Schippers. „Wir bedanken uns herzlich bei jedem einzelnen Mitglied für die Treue und Unterstützung“, so Roland Virkus, Geschäftsführer Sport. „Und wir freuen uns über jeden weiteren Fan, der sich mit einer Mitgliedschaft noch deutlicher zum Verein bekennt.“

NACHHALTIGKEITS- ROUNDTABLE

Borussia und ihr langjähriger Premium- und Stadion-Partner Coca-Cola Europacific Partners Deutschland haben Mitte Juni 2023 18 Erst- und Zweitligisten in den BORUSSIA-PARK zu einem Nachhaltigkeits-Roundtable eingeladen. Der inhaltliche Schwerpunkt lag auf dem Thema „Lieferkettenorgfaltspflichtengesetz in der Bundesliga“.



ZURÜCK ZUR SCHWARZEN ZAHL

Erstmals seit der Corona-Pandemie hat Borussia das Geschäftsjahr 2023 wieder mit einer Schwarzen Zahl abschließen können. Der Umsatz der Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH betrug gut 198 Millionen Euro. Somit erwirtschaftete der Verein einen Jahresüberschuss von 4,28 Millionen Euro.

FOHLENRENTE

Borussia unterstützt ihre Mitarbeitenden beim Aufbau einer persönlichen Altersvorsorge. Der VfL gewährt bei der FohlenRente zusätzlich zu dem verpflichtenden Zuschuss einen AG-Zuschuss. Regelmäßige Beratungstermine werden angeboten.



PAPIERLOSE VERWALTUNG



Die Reduzierung von Papier ist bei Borussia ein großes Thema und betrifft auch die Arbeit auf der Geschäftsstelle. Im Jahr 2023 hat der VfL die Anzahl Drucker an Arbeitsplätzen von 27 auf 12 reduziert. Zudem konnte der Verein die Anzahl der Ausdrucke um etwa 20 Prozent senken. Neben der Schonung von Ressourcen bedeutet das auch finanzielle Ersparnisse.



GERMAN BRAND AWARD

Borussia wurde auf der German Brand Convention 2023 für das Kommunikationskonzept und die Kampagne zur Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ vom Rat für Formgebung - German Design Council mit vier GermanBrandAwards prämiert. Der Ansatz der FohlenWelt-Ausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ war es, die gesellschaftliche Verantwortung von Borussia anhand historischer Ereignisse in der Vereinsgeschichte zu erklären und aufzuzeigen, wie jeder einzelne Borusse diese mittragen kann.

INFLATIONS- AUSGLEICH

Von Oktober 2022 bis Mai 2024 hat Borussia ihren festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Inflationsausgleichsprämie von 150 Euro monatlich ausgezahlt. Damit reagierte der VfL auf die gestiegenen Energiekosten.



INTERNATIONALE GÄSTE

Beim Heimspiel gegen die TSG Hoffenheim begrüßte Borussia insgesamt elf Gäste aus verschiedenen afrikanischen Ländern. Die Journalisten aus Burkina Faso, Senegal, Ghana, Mosambik, Togo, Nigeria und Südafrika erhielten im Rahmen eines internationalen Media Visits der DFL die Möglichkeit, die Bundesliga und Borussia hautnah zu erleben. Borussia nutzte den Austausch mit ihren afrikanischen Gästen gemäß ihrer Internationalisierungsstrategie, um die Faszination und die Werte der eigenen Marke zu vermitteln.

FohlenMasters | Jugendturnier im BORUSSIA-PARK

66

Lernort Stadion | Der Bildungspark MG

70

Erinnerungskultur | Zeitzeugen-Gespräch mit Eva Weyl

72

Frauen- und Mädchen | Interview mit Tanja Baumann

74

Inklusion | Der Lebenshilfe-Cup

76

FohlenWelt | Verantwortung in Fußballschuhen

78

FohlenElf | Besuch in Bergen-Belsen

80

FohlenVerantwortung | Stolpersteine gegen das Vergessen

82

Barrierefreiheit | Borussias Inklusionsbeauftragte

84

Kinderschutz | Borussias Konzept für Kinderschutz

85

Kurzpass | Weitere Meldungen 2023

86

SOZIALES



Beim FohlenMasters im BORUSSIA-PARK nahmen 38 Amateurvereine aus der Region teil.

EIN FAMILIEN-FUSSBALLFEST

Im Rahmen des Projektes „Stärkung der Region“ hat Ende April 2023 das FohlenMasters im BORUSSIA-PARK stattgefunden. Das Turnier ist nur eine von diversen Maßnahmen des VfL, um den Jugendfußball in der Umgebung voranzutreiben

Mit einem breiten Lächeln im Gesicht und in die Luft gereckter Siegerfaust stehen die Kids der U8-Mannschaft des FC Eschweiler bei der Siegerehrung des FohlenMasters-Jugendturnier auf dem Kunstrasen im BORUSSIA-PARK. In den Händen hält einer der Eschweiler Jungs stolz ein Schild auf dem groß „1. Platz“ geschrieben steht. Dahinter: Jonas Omlin. Die Nummer Eins der FohlenElf begleitet die Siegerehrung der U8 Teams und begrüßt und beglückwünscht alle mit einem kräftigen Handschlag. „Ich habe hier nur strahlende Kindergesichter gesehen“, zeigt sich der Schweizer Keeper anschließend begeistert.

Schon seit dem frühen Morgen tummelten sich hunderte junge Kicker, ihre Eltern und Fans rund um den Santander FohlenCampus und die Kunstrasenspielfelder im BORUSSIA-PARK. Das große Stadion in Sichtweite, die Atmosphäre eines Bundesliga-Klubs – diese Kombination sorgt bei allen Beteiligten für eine gewisse Aufgekratztheit und riesige Vorfreude auf das, was an diesem Tag beim FohlenMasters auf die Junioren zukommen wird. Gegen Mittag haben sich die meisten auf dem VfL-Gelände eingerichtet, manche haben Klappstühle mitgebracht. Es riecht nach Leckereien aus dem Imbisswagen, und Spieler wie Geschwisterkinder gönnen sich ein Eis. Das fröhliche, akustische Grundrauschen wird immer wieder von Torjubel unterbrochen. Es ist ein großes Familienfest rund um den Jugendfußball. Der Spaß steht klar im Vordergrund – im Hintergrund verfolgt Borussia aber ernsthafte Ambitionen mit dem Event.

Insgesamt haben bei dem Finalturnier am BORUSSIA-PARK 38 Amateurvereine mit ihren U8- oder U11-Mannschaften, überwiegend aus der Region Mönchengladbach, teilgenommen. Im Rahmen des Projekts „Stärkung der Region“ hat das Jugendturnier 2023 zum ersten Mal in dieser Größenordnung stattgefunden. Bereits 2024 soll es zu einer weiteren Auflage kommen. Das Ziel ist es, das FohlenMasters langfristig in der Region zu etablieren und zu einem festen Bestandteil in der Turnier-Saison der Nachwuchs-Kicker zu machen.

FÖRDERUNG FÜR DEN JUGENDFUSSBALL

Borussia hat sich während der Corona-Pandemie auf die Fahne geschrieben, den Fußball in der Region Mön-



Jonas Omlin begleitete die Siegerehrung der U8-Mannschaften

chengladbach intensiver zu fördern und zu unterstützen. Im Zuge dessen wurde das Projekt „Stärkung der Region“ ins Leben gerufen. Ein sportliches und soziales Projekt, bei dem der Fußball in der Umgebung im Vordergrund stehen soll. Ein großer Bestandteil davon ist es, Vereine, Trainer und Spieler zu fördern, zu entwickeln und zu unterstützen.

Durch diverse Maßnahmen will Borussia ihr umfangreich angesammeltes Wissen im Fußballbereich weitergeben und so zur Stärkung des Sports innerhalb der Region beitragen. Dazu arbeitet der VfL mit einer Reihe von Partnervereinen zusammen, um die Entwicklungen im Jugendfußball voranzutreiben. Die Vereine werden von Borussia beispielsweise bei der Trainerausbildung unterstützt. Diese ist eine Grundvoraussetzung für eine gute Ausbildung der jungen Talente von morgen, was wiederum die Grundlage für den Erfolg eines Vereins darstellt.

Beispiele für diverse Programme Borussias sind monatlich stattfindende Webinare, bei denen aktive Trainer und Interessierte teilnehmen können und dabei in den unterschiedlichsten Bereichen des Fußballs fortgebildet werden – das können gesundheitliche, taktische, oder psychologische Themen sein. Darüber hinaus bietet Borussia motivierten Übungsleitern zweimal im Jahr eine

Hospitationswoche im BORUSSIA-PARK an. Des Weiteren wird eine bestimmte Anzahl an jungen Fußballern aus der Region im sogenannten Regio-Kader weitergebildet. In diesem will Borussia die Kinder von der U8 bis zur U11 auf das Training im DFB-Stützpunkt vorbereiten, welchen die talentiertesten Kicker ab der U12 besuchen. Die Spieler bekommen die Möglichkeit, im BORUSSIA-PARK einmal wöchentlich von Trainern des NLZ trainiert zu werden.

Im Bereich des Sportlichen will Borussia zukünftig noch aktiver werden und die Zusammenarbeit mit den Partnervereinen intensivieren. Dabei will man niemals in das Geschehen und die Abläufe der Vereine eingreifen, sondern stets als Ratgeber zur Seite stehen.

Bereits die Teilnahme an dem Endturnier war für alle Beteiligten des FohlenMasters ein Erfolg. Über mehrere Vorturniere in Wegberg, Dinslaken, Fischeln und Nettetal hatten sie sich für die Finalrunde im BORUSSIA-PARK qualifiziert. Bei den U8-Mannschaften setzte sich am Ende der FC Eschweiler mit 2:1 gegen die Sportfreunde Hamborn durch. Das Spiel um Platz drei gewann Ratingen 04/19 mit 4:0 gegen den FC Bergheim 2000.

Die drei Erstplatzierten erhielten daraufhin einen Gutschein für den Besuch eines Heimspiels der FohlenElf oder eine Trainingseinheit mit einem Trainer des NLZ. Am Nachmittag ging es nahtlos weiter mit dem Turnier für die U11-Mannschaften. Auch hier bekamen die Zuschauer viele spannende Spiele geboten. Im Finale behielt die 1. JFS Köln mit 2:0 gegen den VfB Bottrop die Oberhand. Das Spiel um Platz drei entschied erneut Ratingen 04/19 mit 3:1 gegen Bayer Uerdingen für sich.

Auch abseits des Platzes gab es ein buntes Rahmenprogramm für alle Besucher. Borussias Sportausrüster und Co-Sponsor Puma bot den Teilnehmern die Möglichkeit, ihre fußballerischen Fähigkeiten in der „Skill-Arena“ unter Beweis zu stellen, und bei der Torschussmessung der FohlenFußballschule konnten die

Kids die Geschwindigkeit ihres Schusses ermitteln. Ein spezieller Dank geht an die Batec-Group, die als Jugendpartner der Fohlen die Preise für die Siegermannschaften sponsorte und das Event mit einer Spende unterstützte. Zudem sorgte Borussias Partner Gerolsteiner für ein rundum gelungenes Turnier. ◆



Die Kids der DJK Westwacht Aachen beobachten während ihrer Spielpause die kommenden Gegner.



Ein Torjubiläum im BORUSSIA-PARK: Die Jungs vom SC Bayer Uerdingen haben sichtlich Spaß.



Für die Kids hielt Puma am Turniertag eine große Auswahl an neuen Tretern bereit.



Borussia-Partner Puma reiste mit der „Skill-Arena“ an, in welcher die jungen Kicker ihre Fähigkeiten am Ball zeigen konnten.

DAS STADION ALS KLASSENZIMMER



Seit 2017 bietet der Bildungspark MG in den Räumlichkeiten des BORUSSIA-PARK politische Bildungsmöglichkeiten für Jugendliche an. Das Angebot erweitert sich kontinuierlich

Bei den letzten Heimspielen des Jahres 2023 dürfte einigen aufmerksamen Fans möglicherweise einige kleine Schilder rund um den BORUSSIA-PARK aufgefallen sein. Auf allen fällt ein großer QR-Code und die Überschrift „Unvergessen 11 Rundweg“ ins Auge. Insgesamt finden sich seit Dezember rund um das Stadion elf dieser Schilder, die einen circa drei Kilometer langen Rundweg bilden. Jede Station bildet eine besondere Persönlichkeit ab, die in Verbindung zum Verein steht und somit unvergessen bleibt.

Die „Unvergessen 11“ ist eines der neuen Projekte des Bildungspark MG, das ab März 2024 angeboten wird. Das Bildungsprojekt wurde 2017 gegründet, um Jugendlichen politische Bildungsmöglichkeiten

in einem attraktiven Umfeld rund um den BORUSSIA-PARK ermöglichen zu können. „Unser Angebot wird immer diverser und größer. Mittlerweile sind wir am ganzen Niederrhein vertreten“, sagt der Pädagogische Leiter des Bildungsparks Marius Künzel.

Allein im vergangenen Jahr 2023 hat der Bildungspark 204 Workshops mit über 5.000 Teilnehmenden veranstaltet. Seit dem Start vor sechs Jahren sind es somit insgesamt etwa 18.600 Jugendliche, die der Bildungspark mit seinem Angebot erreichen konnte. „Der Bildungspark MG ist ein absolutes Vorzeigeprojekt im Bereich der sozialen Arbeit von Borussia, und in der Stadt Mönchengladbach das einzige Projekt, das gesellschaftspolitische Arbeit dieser Art anbietet“, sagt

Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit bei Borussia.

In den regelmäßig durchgeführten Workshops geht es unter anderem um Antidiskriminierung, Suchtprävention, Hate Speech oder Geschlechterrollen – Themen aus der Lebenswirklichkeit der Jugendlichen. „Wir wollen für solche Themen und mögliche Probleme sensibilisieren und auch auf die eigene, persönliche Nutzerwirklichkeit schauen“, erklärt Künzel. „Aber wir wollen niemals mit erhobenem Zeigefinger dozieren, sondern uns gemeinsam kritisch austauschen und diskutieren.“

Es helfe sehr, das Klassenzimmer mal hinter sich zu lassen, glaubt er: „Die Schülerinnen und Schüler sind außer-

halb des Schulkontextes viel offener.“ Zudem bringe die Verbindung zu Borussia Mönchengladbach eine weitere externe Motivation mit sich. Die Stadionführung am Ende eines Workshoptages – für viele ein zusätzliches Highlight.

Darüber hinaus beschult der Bildungspark auch Borsussias Nachwuchsteams zu Themen wie Teambuilding und Kinderschutz (Jahrgänge U12 bis U16) sowie Social Media und Rassismus (U16 bis U19). „Damit profitiert auch Borussia selbst nun noch direkter von unserer Arbeit“, so Künzel.

Die Workshops finden allesamt unter dem Dach „Lernort Stadion“ im BORUSSIA-PARK statt. Der VfL ist finanzieller, ideeller und praktischer Förderer des Bil-

dungsjahres. Der Bildungspark steht in ständigem Kontakt mit Borussia und sei auf einem guten Weg, die Zusammenarbeit ständig zu verbessern, wie Künzel betont: „Mit ausgewählten Mitarbeitern setzen wir uns fast jede Woche zusammen. Das funktioniert super.“ Unter anderem arbeite das Bildungsprojekt regelmäßig mit dem Pädagogen von Borsussias Nachwuchsleistungszentrum, Nathan Nzuzi, CSR-Stabsstellenleiter Markus Friebe sowie dem Bereichsleiter von Borsussias interaktivem Vereinsmuseum FohlenWelt, Matthias Rech, zusammen, um bei anstehenden Projekten und Plänen bestmöglich agieren zu können.

Neben den acht verschiedenen Workshops bietet der Bildungspark MG zahl-

reiche weitere Aktionen an und hat für das Jahr 2024 bereits große Pläne. „In diesem Jahr wollen wir unser Bildungsangebot von Jugendlichen auf Erwachsene erweitern und ein entsprechendes Fortbildungsprogramm präsentieren“, so Künzel. Mitte März wird der Bildungspark beispielsweise gemeinsam mit Borussia eine Erinnerungsfahrt zur Gedenkstätte Bergen-Belsen organisieren. ◆

DIE WORKSHOPS DES BILDUNGSPARK MG

- ◆ „Abseits“ – Anti-Diskriminierung
- ◆ „Der Ball im Netz“ – Social Media & Hate Speech
- ◆ „Dopingprobe“ – Suchtprävention
- ◆ „Queerlatte“ – Geschlechterrollen, Homo-, Trans- und Queerfeindlichkeit
- ◆ „Rudelbildung“ – Teambuilding und Gewaltprävention
- ◆ „Erlebnispark“ – Erlebnispädagogik
- ◆ „Green Football“ – Nachhaltigkeit
- ◆ „Erinnern für morgen“ – Antisemitismus

Workshops hat der Bildungspark MG in den Räumlichkeiten des BORUSSIA-PARK im Jahr 2023 angeboten (Wert 2022: 185)

Schülerinnen und Schüler haben im Jahr 2023 an den Workshops des Bildungspark MG teilgenommen (Wert 2022: 4.000)

LERNORT STADION

Lernort Stadion e.V. bringt als Dachorganisation politische Bildungsangebote in die Fußballstadien in ganz Deutschland. Im schönsten Klassenzimmer der Welt erleben die Jugendlichen in einer wertschätzenden Atmosphäre, dass ihre Meinung gefragt ist und es sich lohnt, sich für eine offene und vielfältige Gesellschaft zu engagieren.



Eva Weyl erzählt ihre bewegende Geschichte.

GELEBTE GESCHICHTE

Im Rahmen der FohlenWelt-Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ sprach die Zeitzeugin Eva Weyl mit 200 Schülerinnen und Schülern über ihre bewegende Geschichte als verfolgte Jüdin in der NS-Zeit

Mit sechs Jahren geht Eva Weyl wie jedes Kind in ihrem Alter morgens zur Schule und spielt danach mit ihren Freundinnen. Ihre Klassenkameradin Sarah fehlt jedoch plötzlich für längere Zeit. Weyl freut sich für ihre Freundin, weil sie denkt, dass sie zurück in die Heimat durfte. Doch Sarah war eine der mehr als 100.000 Menschen jüdischen Glaubens, die vom niederländischen Durchgangslager Westerbork mit dem Zug in Vernichtungslager wie Auschwitz-Birkenau oder Sobibor gebracht und dort ermordet wurden.

Dieses und viele weitere Erlebnisse teilte die heute 88-jährige Weyl in einem Zeitzeugen-Gespräch, das der Bildungspark MG in Kooperation mit dem Verein Zweitzeugen im Clubraum Nord im BORUSSIA-PARK organisierte, mit den 200 anwesenden Schülerinnen und

Schülern. Zur Abschlussveranstaltung der FohlenWelt-Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ waren zudem 900 Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren online zugeschaltet. Auch Borussias Vizepräsident Dr. Stefan Stegemann und Mönchengladbachs erste Bürgermeisterin Josephine Gauselmann waren zu Gast.

Als ihre Familie vor den Nationalsozialisten aus ihrer Heimat Kleve in die Niederlande floh, lebte Eva Weyl zu Beginn nur mit ihrer Mutter im sogenannten Durchgangslager Westerbork in bis zu 80 Meter langen Baracken, die streng nach Geschlechtern getrennt waren. Die dort untergebrachten Menschen konnten arbeiten, bekamen medizinische Versorgung und erhielten drei Mahlzeiten pro Tag. Kinder von sechs bis zwölf Jahren konnten sogar eine deutsche oder eine

niederländische Schule besuchen. Doch Westerbork war für viele Jüdinnen und Juden nur eine Zwischenstation, bevor es weiter gen Osten ging, wo die Bewohner in den Vernichtungslagern ermordet wurden. „Wir lebten in einer Scheinwelt“, erzählte die Zeitzeugin. „Ich stand als Kind drei Jahre auf der Todesliste.“ Deshalb wird das Lager Westerbork rückblickend als „das Tor zur Hölle“ bezeichnet. Jede Woche stand eine Deportation an. Weyl erinnert sich an ängstliche Schreie von Mitbewohnern, denen in der Nacht mitgeteilt wurde, dass sie die nächsten auf der besagten „Todesliste“ waren. Über die schrecklichen Vorkommnisse in Deutschland wurde sie von ihren Eltern stets in Unwissenheit gelassen. Als ihre Familie nach Westerbork kam, dachte sie, es handele sich um einen normalen Umzug. Dass es sich bei den wöchentlichen Zugfahrten um Deportationen in die Vernichtungslager handelte, wurde der 88-Jährigen erst Jahre später klar.

Während ihrer Erzählungen rief Weyl die anwesende Schülerschar immer wieder dazu auf, ihre Geschichte weiterzutragen: „Ihr seid meine Zweitzeugen. Vergesst das nicht. Ich brauche euch, um meine Geschichte weiter zu erzählen“, steht auch auf der Postkarte, die jedem Schüler mitgegeben wurde. Gleichzeitig betont sie: „Niemand von euch trifft eine Schuld für das, was damals gesche-

hen ist. Aber ihr könnt alle dafür sorgen, dass es sich niemals wiederholen wird“. Weyl selbst ist heute noch mit der Tochter ihres ehemaligen Lagerkommandanten Albert Gemmeker befreundet und hält mit ihr sogar gemeinsame Vorträge, obwohl ihr Vater derjenige war, der für die Deportationen in die Vernichtungslager zuständig war.

„Ich werde die Geschichte von Frau Weyl auf jeden Fall meiner Freundin weiter erzählen“, versicherte die Schülerin Charlotte Degener von der Betty-Reis-Gesamtschule in Wassenberg. Nicht nur sie war sichtlich beeindruckt und vertieft in den rund einstündigen Vortrag. Zu jeder Zeit herrschte absolute Ruhe und in der anschließenden Fragerunde waren die Jugendlichen sehr engagiert und wissbegierig. „Es ist beeindruckend, wie sie mit der Situation umgeht und, dass sie so offen über ihre Erlebnisse sprechen kann“, so Degeners Mitschülerin Julia Böttcher.

„Die Möglichkeit, die Geschichte einer der wenigen noch lebenden Zeitzeugen live mitzuerleben mussten wir nutzen“, erzählt Maximilian Otte. Der Düsseldorfer Student war auf Empfehlung seines Kommilitonen Simon Fischer, der in seiner Schulzeit schon einmal die bewegende Geschichte von Eva Weyl hören durfte, zum Zeitzeugen-Vortrag gekom-

men. Auch Helaz Mal von der Realschule an der Niers in Mönchengladbach war beeindruckt: „Sie hat uns ihre Geschichte sehr anschaulich erklärt: Man konnte miterleben und nachvollziehen, wie sich die Leute damals gefühlt haben müssen.“

Auf der Todesliste waren die Namen der Familie Weyl relativ weit unten zu finden, da Lagerkommandant Gemmeker und Evas Vater stets eine gute Beziehung zueinander hatten. Als die Zeit nach über zwei Jahren im Durchgangslager aber fast gekommen und die Deportation der Familie kurz bevorstand, ging die Liste nach einem Bombardement der Alliierten, die das Kesselhaus am Lager Westerbork mit einer deutschen Fabrik verwechselten, verloren. Am 12. April 1945 wurde Westerbork schließlich von den Kanadiern befreit. Weyl und die anderen Kinder erhielten Schokolade und Kaugummi: „Wir waren frei, das war ein wunderbares Gefühl.“ Jener 12. April wurde seither zum Feiertag für die Jüdin. Auch in diesem Jahre habe sie sich wieder mit den Kindern anderer Bewohner des Flüchtlingslagers getroffen, um die Befreiung zu feiern.

Eine ganze Zeit lang habe sie sich nicht genauer mit dem Geschehenen befasst. Heute hat Weyl aber Frieden mit der Vergangenheit geschlossen. An deutschen Schulen spricht sie regelmäßig über ihre Erlebnisse aus der Kindheit, um junge Menschen dazu zu motivieren, ihre Geschichte an künftige Generationen weiterzutragen, damit diese niemals in Vergessenheit gerät. ◆



Die 200 Schülerinnen und Schüler lauschen aufmerksam dem Zeitzeugen-Vortrag



INFO

**BEI BORUSSIA
SPIELEN VON DER U13
BIS ZUR ERSTEN
FRAUENMANNSCHAFT
INSGESAM
124 FRAUEN UND
MÄDCHEN FUSSBALL.**

EIN HERAUSRAGENDES ZEICHEN FÜR DEN FRAUEN-FUSSBALL

Tanja Baumann ist Borussia's neue Koordinatorin für die Mädchen- und Frauenabteilung. Im Gespräch erzählt die 31-Jährige, wie sie ihre Aufgabe ausfüllen will

Tanja, du hast selbst Bundesliga gespielt und warst auch Spielertrainerin. Was hat dich nun gereizt, hinter den Kulissen arbeiten zu wollen?

TANJA BAUMANN: Ich muss da etwas ausholen. Von klein auf habe ich sehr gerne Fußball gespielt und selbst noch, als ich Bundesliga spielen durfte, war es immer mein Traum, auch später, nach der Karriere im Fußball arbeiten zu können. Ich habe dann nach meinem ersten Studium (BWL) die Chance bekommen, mehrere Monate im Ausland zu arbeiten, in Südafrika und in Österreich. Zurück in Deutschland, war ich zunächst in Fußball-Camps tätig und habe in lei-

tender Position in der Fußballschule von Ingo Anderbrügge gearbeitet. Mit einem Masterabschluss „Sportmanagement“ und dem Erwerb der B+-Trainerinnen-Lizenz wollte ich mich zuletzt insbesondere für die Arbeit im Frauen-Fußball qualifizieren. Und so bin ich schließlich bei Borussia gelandet.

Wie verstehst du Fußball über das rein Sportliche hinaus?

BAUMANN: Ich denke, dass der Fußball eine hervorragende Möglichkeit ist, Menschen zu prägen, indem man nicht nur fußballerisches Können, sondern auch gesellschaftliche Werte vermittelt.

Ich selbst bin sehr stark durch den Fußball geprägt worden und möchte nun für Mädchen und junge Frauen einen Rahmen schaffen, der es ihnen möglich macht, auf dem Platz so oft wie möglich ihre beste Leistung abzurufen.

Wie genau sieht deine Aufgabe aus?

BAUMANN: Es fängt schon damit an, dafür zu sorgen, dass der Spielbetrieb reibungslos läuft und unsere beiden Frauenteam und die vier Mädchenmannschaften sich aufs Fußballspielen konzentrieren können. Die Hauptaufgabe aber wird es sein, gemeinsam mit meinem Team den Frauenfußball bei Borussia weiter zu fördern und bekannter zu machen in unserer Region, etwa durch Events und Projekte. Dafür müssen nun Strukturen geschaffen werden, die gerade auch im admini-



strativen Bereich die Vorgänge vereinfachen. Und schließlich liegen noch Scouting, Kaderzusammenstellung sowie Mitarbeiterführung und Mitarbeiterbetreuung in meinem Verantwortungsbereich.

Wie groß ist dein Team?

BAUMANN: Nimmt man alles zusammen, also Trainer, Betreuer, Manager, Jugendkoordinator etc., dann sind wir rund 30 Leute.

Die Position, die du bekleidest, war ein Jahr lang nicht besetzt. Hast du den Eindruck, dass in dieser Zeit Vieles liegengeblieben ist?

BAUMANN: Musste ich hier erst einmal komplett aufräumen? Auf gar keinen Fall! Ich finde im Gegenteil, dass der ganze Betrieb sogar richtig gut läuft und bin fasziniert, wie gut das Team aufgestellt und welche tolle Arbeit im vergangenen Jahr geleistet worden ist. Vor allem Jonas Spengler, der Trainer der

Zweitliga-Mannschaft und, neben mir, der einzige Hauptamtliche im Team, hat viele Aufgaben übernommen, die über seinen eigentlichen Bereich hinausgehen. Dasselbe trifft auf Team-Manager Christoph Weger und auf unseren Jugendkoordinator und U17-Trainer Christian Klein zu. Diese drei haben im letzten Jahr viel geleistet und gemeinsam mit dem Team die Abteilung gut aufgestellt.

Wie bewertest du den Austausch mit dem Gesamtverein?

BAUMANN: Die Unterstützung durch den Verein läuft sehr gut. Es wird mir immer wieder gespiegelt, wie stolz man auf den Erfolg unserer ersten Mannschaft und ihren Aufstieg in die 2. Bundesliga ist. In diesem Zusammenhang sehe ich die offizielle Ehrung der Aufsteigerinnen vor über 50.000 Zuschauern beim Heimspiel der Männer gegen Bayer 04 Leverkusen als herausragendes Zeichen, dass der Verein für den Frauenfußball bei Borussia gesetzt hat.

Bewertest du die Austragung des Relegationsheimspiels im BORUSSIA-PARK vor immerhin 9.000 Zuschauern als ähnlich wichtiges Zeichen?

BAUMANN: Unbedingt. Ich weiß aus Erzählungen der Mädchen, dass sie superstolz waren, dass sie im Stadion spielen durften. Ich kann mir gut vorstellen, dass etwas Ähnliches in Zukunft wiederholt wird.

Der Frauen-Fußball hat fraglos an Attraktivität gewonnen, die öffentliche Wahrnehmung ist gestiegen. Warum gibt es dennoch im Verhältnis noch immer deutlich weniger Trainerinnen als Trainer?

BAUMANN: Grundsätzlich stimmt es, dass viele Frauen-Teams von Männern trainiert werden. Ich erinnere mich, dass es noch vor zwei, drei Jahren in den beiden Bundesligen so gut wie gar keine Trainerinnen gab. Der DFB aber hat nicht nur den Anspruch, mehr Frauen auszubilden, sondern es ist mittlerweile tatsächlich eine Entwicklung zu erkennen. Zwar gibt es in der Bundesliga mit Theresa Merk in Freiburg bisher nur eine Trainerin, in der 2. Liga aber sind es mit dem FSV Gütersloh, dem SV Meppen, dem SV Weinberg und den zweiten Mannschaften von Bayern München und Eintracht Frankfurt immerhin fünf Vereine, die auf Trainerinnen setzen. Und auch bei Borussia hat die zweite Mannschaft jetzt eine Trainerin sowie eine Co-Trainerin.

Wäre eine Frauen-Quote für Trainerinnen wünschenswert?

BAUMANN: Ein klares „Nein“. Natürlich wünsche ich mir, dass im Frauen-Fußball mehr Frauen in verantwortlichen Positionen Fuß fassen, und gerade auch im Trainer-Bereich. Trotzdem sollte den Ausschlag immer nur die Leistung geben. Wenn es dann eine Frau ist, die diese Leistung erbringt und die Anforderungen erfüllt – umso besser! ♦



INKLUSION SCHAFFEN DURCH FUSSBALL

Auf dem Trainingsgelände im BORUSSIA-PARK hat im April 2023 erstmals ein Inklusions-Turnier in Kooperation mit der Lebenshilfe und Coca-Cola stattgefunden. Dieses stand ganz im Zeichen der Gemeinschaft

Mit „Schießt ein Tor, noch ein Tor!“, halt es auf Trainingsplatz fünf am BORUSSIA-PARK. Zahlreiche Besucherinnen und Besucher des ersten Inklusions-Turniers feuern die Mannschaften auf den verschiedenen Spielfeldern durchgehend an. Beim inklusiven Fußballturnier der Lebenshilfe Mönchengladbach, das in Kooperation mit Borussia und Coca-Cola Europacific Partners umgesetzt wurde, wird gesungen, gelacht und natürlich gekickt. Alles in der großartigen Atmosphäre des BORUSSIA-PARK.

Am 16. April 2023 wurde das Turnier erstmals ausgerichtet. Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR und Nachhaltigkeit bei Borussia, sieht das Turnier als Chance für den Verein: „Mit dem Turnier

können wir das tun, was wir am liebsten machen: Fußball für alle zugänglich zu gestalten“. So sei es das Ziel gewesen, eine schöne Zeit gemeinsam zu verbringen und den Fußball als Moment erlebbar zu machen – mit vollem Erfolg.

Die Verantwortlichen der Lebenshilfe Mönchengladbach, die 1966 aus einer Elterninitiative heraus gegründet wurde und seither in der Eingliederungshilfe in Mönchengladbach aktiv ist, hatten ein klares Zeichen für Inklusion setzen wollen. Das erklärt Clemens Marcus aus der Bereichsleitung Kinder, Jugend und Familie der Lebenshilfe Wohnen. „Leider leben einige der Menschen immer noch sehr exkludiert. Uns ist es daher sehr wichtig, dass wir zum einen den Bedarf

der Menschen mit Behinderungen Gehör schenken und ihnen die Möglichkeit bieten, genauso am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, wie wir es auch tun“.

Im Vorfeld des Turniers sei die Freude der Bewohnerinnen und Bewohner groß gewesen. „Alle waren superheiß auf das Turnier und hatten Lust zu kicken“, berichtet Marcus. Diese Freude ließ sich auch auf dem Platz erkennen, so bejubelten die Teams ihre Tore und stimmten gemeinsame Sprechchöre an. Die Mannschaften setzten sich zusammen aus Mitarbeitern und Bewohnern der vier Wohnhäuser der Lebenshilfe, des ambulanten betreuten Wohnens sowie der Verwaltung. Mit dabei war zudem die Lebenshilfe Ahrweiler, die im Jahr 2021 besonders stark von der Flutkatastrophe betroffen war. Auch Borussia stellte mit einem Betriebsteam, den so genannten „Götterfohlen“, eine Mannschaft. Gespielt wurde im „Sieben-gegen-Sieben“.

Mit dem BORUSSIA-PARK im Rücken ging es für die zwei verbliebenen Teams ins letzte Spiel des Tages. Im Finale setzte sich das Wohnhaus 4 der Lebenshilfe Mönchengladbach gegen das Team der Lebenshilfe Ahrweiler mit 4:1 durch. Das Ergebnis war an diesem Tag jedoch zweitrangig, denn am Ende feierten alle gemeinsam.

Während auf dem Rasen alle mit viel Spaß bei der Sache waren, sorgte Borussias Stadion- und Premium-Partner Coca-Cola für das leibliche Wohl der Zuschauer und Teilnehmer. Und auch als Schiedsrichter und Mitspieler kamen die Vertreter des Getränkeherstellers zum Einsatz, wie Jens Dannhauer, Verkaufsleiter von Coca-Cola Europacific Partners erzählt: „Wir freuen uns, dass wir als Team dabei sein konnten. Es war toll, diese Freude zu sehen und ebenso die gute Stimmung, die hier herrschte.“ Das Highlight des Tages: Gegen Mittag schauten die VfL-Profis Lars Stindl und Patrick Herrmann vorbei, so dass sich alle Autogramme und Erinnerungsbilder sichern konnten. ◆



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben sichtlich Spaß und jubeln über einen Treffer.



Maskottchen Jünter überreichte dem Gewinner-Team die Trophäe.



Patrick Herrmann und Lars Stindl statteten dem Turnier einen Besuch ab. Dabei standen sie für Autogramme und Erinnerungsbilder bereit.



DISKURS IN DER FOHLENWELT

Die Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ in Borussias interaktivem Vereinsmuseum FohlenWelt war auch im ersten Drittel des Jahres 2023 ein Ort der Begegnung und der Diskussion über gesellschaftsrelevante Themen



„Fußball verbindet. Dabei arbeiten nicht nur die Beine, sondern auch der Kopf“, sagte Dr. Leah Floh, Vorsitzende der Jüdischen Gemeinde Mönchengladbach in der von VfL-Stadionsprecher Torsten Knippertz moderierten Talkrunde im gut besuchten Kino „Bökelberg“ in der FohlenWelt. Im Rahmen der Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ lief auch die Event- und Diskussionsreihe zu historisch wie aktuell gesellschaftsrelevanten Themen bis zur Finissage am 2. April 2023 weiter. Den Jahresauftakt machte im Januar eine Gesprächsrunde über die deutsch-israelische Fußballfreundschaft.

Eine der Verbindungen, die durch den Fußball entstand, ist jene zwischen Borussia und Israel, und geht bis ins Jahr 1970 zurück. Die Talk-Gäste Professor Manfred Lämmer, Fußballkommentator Robby Hunke und Dr. Floh richteten deswegen den Blick vor allem auf den 25. Februar 1970. Damals war die FohlenElf auf Initiative der befreundeten Trainer Hennes Weisweiler und des damaligen israelischen Nationalcoachs Emanuel „Eddy“ Schaffer als erster Bundesligaklub seit dem Holocaust zu einer Partie in Israel angetreten – und gewann dort unter dem Jubel des israelischen Publikums 6:0. „Damals kam es zu einer Nachhaltigkeit in der Begegnung zwischen deutschen und israelischen Fußballmannschaften. Und Borussia hat da den Anfang gemacht“, so Prof. Lämmer, Experte, wenn es um deutsch-israelische Sportbegegnungen geht.

Einen Monat später sprach Moderator Knippertz mit Moshe Schaffer und Sabine Grashoff-Reiter über das Thema „Die Schaffers und Borussia – Eine Freundschaft mit politischen Dimensionen“. Bei diesem FohlenWelt-Talkabend wurde die Freundschaft von Israels ehemaligem Nationaltrainer Eddy Schaffer und den früheren Borussia-Verantwortlichen Hennes Weisweiler und Helmut Grashoff und die Bedeutung dieser im Rahmen der Völkerverständigung thematisiert. Moshe Schaffer, ältester Sohn von Emanuel Schaffer, und Sabine Grashoff-Reiter, Tochter des ehemaligen Borussia-Managers Helmut Grashoff, gaben dabei auch ganz private Einblicke in die freundschaftliche Beziehung der

beiden Familien, die sich durch die fußballerischen Begegnungen zwischen Borussia und der israelischen Nationalmannschaft aufgebaut hatte. Und sie erinnerten an die Worte, die VfL-Manager Helmut Grashoff nach dem ersten Gastspiel Borussias in Israel gewählt hatte: „Es war mehr als ein kleiner Schritt dorthin“, sagte er damals, „wir kehrten mit dem schönen Gefühl heim, eine wichtige Mission erfüllt zu haben.“

Beim letzten der jahresübergreifend sieben Talk-Abende in der FohlenWelt stellten sich VfL-Kapitän Lars Stindl, Fanforscher Jonas Gabler und Simon Bender von der Ultra-Gruppe Sottocultura der Diskussion zum Thema „Fankultur und Vielfalt – Diskriminierung und Anti-Diskriminierung in der Kurve“. „Der Fußball hat eine große Verantwortung, weil er im Mittelpunkt der Öffentlichkeit steht. Er hat genau deshalb auch die Macht, beim Thema Anti-Diskriminierung viel zu bewegen und in gewisser Weise Vorreiter zu sein“, sagte Lars Stindl in der FohlenWelt.

Die drei Protagonisten tauschte sich mehr als eine Stunde lang angeregt und interessiert aus. „Dass es im Stadion ausschließlich positiven Support gibt, ist eine unrealistische Vorstellung. Denn Fußball ist ein Wettkampf, zu dem Emotionen dazugehören“, sagte Gabler. Allerdings gebe es einen großen Unterschied zwischen Beleidigungen und Diskriminierungen. „Schimpfen und auch mal jemanden zu beschimpfen ist so lange in Ordnung, wenn dahinter kein Machtverhältnis steht. Das heißt, andere Menschen dürfen nicht wegen ihres Geschlechts, ihrer Hautfarbe oder ihrer sexuellen Orientierung abgewertet werden“, betonte der Politikwissenschaftler.

In die gleiche Kerbe schlug Bender: „Das Sta-

dion ist für viele Fans ein Ventil, um Dampf abzulassen. In dieser Hinsicht erfüllt der Fußball eine wichtige Funktion. Beleidigungen sind allerdings ganz klar von diskriminierenden Äußerungen zu trennen. Letztere sind weder im Stadion noch woanders zu dulden.“ Stindl äußerte sich zu dem Thema aus Spielersicht: „Natürlich bekommt man auf dem Platz bestimmte Sprechchöre mit. Solange diese nicht diskriminierend sind, muss man sie aushalten. Wenn es aber persönlich unter die Gürtellinie geht, muss man sich entschieden dagegen zur Wehr setzen.“ In seiner Zeit bei Borussia sei dies bislang erst einmal vorgekommen, als Breel Embolo in den Sozialen Medien aufs Übelste rassistisch beleidigt wurde. Der Verein habe sich damals aber klar positioniert und Haltung gezeigt. „Als Borussia leben wir einen vernünftigen Weg vor. Die Banner, die am Stadionsdach hängen, sind zwar nur ein kleines, aber doch sichtbares Zeichen. Ich finde es wichtig, dass jedem Zuschauer dadurch immer wieder bewusst wird, für welche Werte dieser Verein steht.“



IN TIEFER VERBUNDEN- HEIT

Im Rahmen der Saisonabschluss tour 2022/23 hat Borussia die Gedenkstätte Bergen-Belsen besucht. Für die Fohlen gab es eine rund zwei-stündige Führung durch das ehemalige national-sozialistische Konzentrationslager



Während der rund zweistündigen Führung durch die Gedenkstätte des ehemaligen nationalsozialistischen Konzentrationslagers Bergen-Belsen hatten Profis, Trainer und Verantwortliche der FohlenElf immer wieder die Gelegenheit, sich die zahlreichen Originalobjekte und Medien in der Ausstellung anzusehen und so von vielen Schicksalen der Häftlinge im Konzentrationslager zu erfahren.

Das Mahnmal im Kreis Celle war von 1943 bis 1945 ein nationalsozialistisches Konzentrationslager. Bis zur Befreiung durch britische Truppen am 15. April 1945 starben im KZ Bergen-Belsen mehr als 50.000 Menschen aufgrund der Haftbedingungen. Für Tausende war es eine Durchgangsstation zur Ermordung in Vernichtungslagern.

Zum Abschluss der Besichtigung legte Mannschaftskapitän Lars Stindl im Namen aller Borussen an einer Gedenktafel einen Kranz mit der Inschrift „In Gedenken an die Opfer des Nationalsozialismus“ nieder. ♦

„1970 sind wir mit Borussia als erste deutsche Fußballmannschaft nach Israel gereist, um dort ein Spiel zu bestreiten. Es ist eine tiefe und bis heute andauernde Freundschaft zwischen Borussia und Israel entstanden. Der daraus erwachsenen Verantwortung sind wir uns bewusst und versuchen, dieser stets gerecht zu werden“, sagte Borsussias Vizpräsident Rainer Bonhof bei seiner begrüßenden Ansprache vor der Mannschaft. Vizpräsident Dr. Stefan Stegemann ergänzte: „An diesem Ort haben mehr als 50.000 Menschen ihr Leben verloren. Wir sind heute hier im Gedenken an diese Menschen und gegen das Vergessen. Unser Auftrag ist es, heute und in Zukunft dagegen einzutreten, damit solche Gräueltaten nicht mehr passieren.“





STEINE GEGEN DAS VERGESSEN

Mitte Dezember sind Stolpersteine für den ehemaligen VfL-Spieler Alfred Rosen und seine Familie in Mönchengladbach verlegt worden. Borussia hat die Patenschaft für diese Gedenktafeln übernommen

Es ist ein nasskalter Mittwochmorgen auf der Hindenburgstraße in Mönchengladbach. Während die Straße überfüllt ist von Menschen, die sich im Auto oder Bus auf dem Weg zur Arbeit befinden, versammelt sich auf dem Bürgersteig eine Gruppe, die sich im Gedenken an Alfred, Frieda und Edith Rosen zusammengefunden hat. Anlass: Der Berliner Künstler Gunter Demnig ist in die Stadt gekommen, um insgesamt 17 Stolpersteine zu verlegen – unter anderem für Familie Rosen. Die Stolpersteine sind ein Projekt des 76-Jährigen, welches an Menschen erinnern soll, die in der Zeit des Nationalsozialismus verfolgt, ermordet, deportiert, vertrieben oder in den Suizid getrieben wurden – an dem Ort, wo sie ihren letzten freiwilligen Wohnort hatten.

Nach dem Ersten Weltkrieg meinte es das Leben zunächst gut mit Alfred Rosen, der im Jahr 1918 das Geschäft seines Vaters auf der Hindenburgstraße übernahm und dort ein Einzelhandelsgeschäft für Tabakwaren und Lebensmittel betrieb. Nur ein Jahr später heiratete er seine große Liebe, die aus Rheydt stammende Kontoristin Frieda Horn, mit der er sich im Jahr 1920 über die Geburt der gemeinsamen Tochter Edith freuen durfte. Neben seinem Geschäft und seiner Familie liebte Rosen das Fußballspielen und seinen Verein Borussia Mönchengladbach. „Schon vor der Verlobung gingen wir immer zum Stadion. Alfred fuhr zu jedem Spiel, ob nach Aachen oder Gelsenkirchen“, schrieb Frieda in einem Brief aus dem Jahr 1984. „Er hatte keinen Sonntag, wenn er nicht

ins Stadion gehen konnte. Der Rheydter SV, darauf war er nicht gut zu sprechen.“ Für einige Zeit lief er sogar für Borussia auf, übernahm danach in seiner Freizeit die Rolle des Schiedsrichters bei Fußballspielen der Sportabteilung des Reichsbundes jüdischer Frontsoldaten.

Familie Rosen war jüdischen Glaubens. Und so änderte sich ihr Leben einige Jahre später schlagartig auf grausamste Weise. Unter dem Druck der Nationalsozialisten überschrieb Alfred Rosen zunächst das Geschäft auf einen anderen Namen, doch war er schließlich nach der Pogromnacht 1938 gezwungen, das Gewerbe abzumelden. 1941 wurde die Familie über Düsseldorf in das Ghetto Riga-Salaspils im heutigen Lettland deportiert. Nach Aussagen überlebender Zeugen wurde Alfred im Januar 1942 vom NS-Regime erschossen. Frieda und Edith überlebten die schlimmen Haftbedingungen und konnten schlussendlich im Chaos der letzten Kriegstage die Freiheit wiedererlangen. Beide emigrierten in die USA und lebten dort bis ins hohe Alter.

„SELBSTVERSTÄNDLICH, DASS WIR DIE PATENSCHAFT ÜBERNEHMEN“

Mittlerweile gibt es in Mönchengladbach bereits 335 Stolpersteine und über



V.l.n.r.: Künstler Gunter Demnig, Oberbürgermeister der Stadt Mönchengladbach Felix Heinrichs, Borsussias Geschäftsführer Markus Aretz

100.000 in 31 Staaten Europas, um solcher Schicksale zu gedenken. „Dank der Stolpersteine sieht jeder im Alltag, welches Ausmaß das Leid wirklich hatte. Es sind 6 Millionen Juden durch den Nationalsozialismus und den Holocaust umgekommen. Hinter dieser großen



Gunter Demnig verlegte an diesem Tag neben den drei Stolpersteinen für Familie Rosen noch 14 weitere Gedenktafeln.

Zahl stecken Menschen, die mitten unter uns in unserer Nachbarschaft gewohnt haben“, sagt Mönchengladbachs Oberbürgermeister Felix Heinrichs. Er ist für die Verlegung der Gedenktafeln ebenso angereist wie Vertreter der Gesellschaft für christlich-jüdische Zusammenarbeit, Mitarbeiter des Berufskollegs Volksgarten – der Schule, die sich im Rahmen eines Projektes um die Reinigung der Steine kümmern wird – und einer Delegation von Borussia Mönchengladbach. Während der Rechercharbeiten für die Sonderausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ in der FohlenWelt ist Borussia auf das Schicksal und die Geschichte der Familie Rosen aufmerksam geworden. Wenig später erhielt der Verein die Information, dass die Stadt Mönchengladbach in Zusammenarbeit mit der Jüdischen Gemeinde drei Stolpersteine für Alfred, Frieda und Edith plane. „Wie überall in der Gesellschaft und wie überall in den Sportvereinen gab es während der NS-Zeit bei Borussia Menschen, die Nazis waren und die vom System profitiert haben. Es gab Mit-

läufer. Und es gab andere, die verfolgt und ermordet wurden. Alfred Rosen war so ein Borusse – als Spieler und als Fan“, erklärt Borsussias Geschäftsführer Markus Aretz. „Für uns war es deshalb selbstverständlich, dass wir die Patenschaft für die Stolpersteine übernehmen wollen.“

Mit der Patenschaft hat Borussia die Finanzierung der Steine übernommen und gedenkt damit einem leidenschaftlichen Borussen und seiner Familie. Für die Verlegung hat Demnig keine 15 Minuten gebraucht, doch nun liegen die Stolpersteine für die Ewigkeit auf der Hindenburgstraße, um die Gräueltaten des Nationalsozialismus nicht in Vergessenheit geraten zu lassen – ebenso wenig wie die Geschichte eines Borussen, der gemeinsam mit seiner Familie diesem Schrecken ausgesetzt war und dadurch sein Leben verlor. ♦



FÜR EINE SICHERE ATMOSPHÄRE

Borussia will sowohl ihre Mitarbeitenden als auch Nachwuchsspieler für das Thema Kinderschutz sensibilisieren. Dafür wurden verpflichtende Schulungen eingeführt

Kinder und Jugendliche sollen bei Borussia sicher und gut behütet ihrer Fußball-Leidenschaft nachgehen können. Der Verein will deshalb nicht nur seinen Nachwuchsbereich, sondern auch seine komplette Belegschaft so gut wie möglich auf dieses Thema aufmerksam machen.

Werte von den Trainern in die Elternschaft der jeweiligen Mannschaften weitervermittelt werden. Jeder im Verein soll wissen, was erste Anzeichen sexualisierter, psychischer oder körperlicher Gewalt sein können und was zu tun ist, wenn man sie entdeckt.

Zusammenarbeit mit dem Bildungspark MG für alle Jugendmannschaften der U12 bis U16 der Workshop „Kinderschutz“ durchgeführt.

Borussias Kinderschutzkonzept steht auf den drei Säulen Vorbeugung, Verantwortung und Vorschrift. „Wir tragen über die Förderung der sportlichen Talente hinaus auch die Verantwortung für das Wohlergehen und die Persönlichkeitsentwicklung unserer Spielerinnen und Spieler“, sagt Mirko Sandmöller, Borussias Direktor des Nachwuchsleistungszentrums. „Der gelebte Schutz von Kindern und Jugendlichen ist ein Qualitätsmerkmal unseres Vereins. Wir wollen eine sichere Atmosphäre schaffen.“ ◆

Gemeinsam mit dem Viersener E-Learning-Spezialisten „mybreev“ ist eine etwa 20-minütige, interaktive Schulung entstanden, die für alle Mitarbeiter verpflichtend absolviert werden muss. Weitere vereinsinterne Schulungen gibt es für Trainerinnen und Trainer sowie den Staff rund um Borussias Nachwuchsteams. Im nächsten Schritt sollen diese

Nicht nur das Umfeld spielt eine bedeutende Rolle, auch an die Nachwuchsmannschaften selbst soll das Thema Kinderschutz herangetragen werden, wenn diese ein entsprechendes Alter erreicht haben. Der VfL arbeitet bereits mit dem Verein Zörnroschen e.V. zusammen, der sich gegen sexualisierte Gewalt an Kindern und Jugendlichen einsetzt. Außerdem wurde in der Saison 2023/24 in

BORUSSIA FÜR ALLE

Das Inklusionsteam des VfL setzt sich dafür ein, Borussia für möglichst viele Menschen erlebbar zu machen

Es war ein unvergesslicher Tag für die Teilnehmer von Borussias erstem Inklusions-Turnier. Lautstarker Jubel und gemeinsame Sprechchöre prägten den Tag auf den Plätzen des BORUSSIA-PARK. Am Seitenrand beobachteten die damaligen VfL-Profis Lars Stindl und Patrick Herrmann die Spiele und standen für Autogramme und Erinnerungsbilder bereit. „Mit dem Turnier können wir das tun, was wir am liebsten machen: Fußball für alle zugänglich zu gestalten“, sagte Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR und Nachhaltigkeit bei Borussia.

Dieses Turnier ist nur eine der Aktionen, die der VfL für Gleichberechtigung im Verein durchführt und 2023 umsetzen konnte. Patrick Wolf ist seit 2012 Inklus-

sionsbeauftragter bei Borussia. Er kümmert sich unter anderem um die faire Ticketvergabe für Fans mit Einschränkungen. Das Inklusionsteam beim VfL wird darüber hinaus verstärkt von Andrea Hanisch, die sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer kümmert, von den drei Reportern der FohlenHeimspielreportage (Thomas Hörkens, Sidney Rahmel und Stefan Birkenstock) sowie einem Betreuer für die Gehörlosenplätze im BORUSSIA-PARK (Michael Eicker).

An Spieltagen wird im BORUSSIA-PARK dafür gesorgt, dass alle mittendrin im Geschehen sind. In den Blöcken 18 und 19 sowie 1 und 2 bietet der VfL ausreichend Platz für Rollstuhlfahrer. Auch für sehbehinderte und gehörlose Fans

gibt es ausgesuchte Sitze mit besonderem Service wie der FohlenHeimspielreportage, in der drei ehrenamtlich tätige Blindenreporter alles Wichtige rund um das Spiel vermitteln.

Die Gehörlosenplätze ergänzen nun seit etwa vier Jahren Borussias Angebot für Fans mit Handicap. Zudem ist die FohlenHeimspielreportage digitalisiert worden. Seither ist sie damit für alle jederzeit von überall auf Borussias Homepage abrufbar. So kommen nun noch mehr sehbehinderte Fans in den Genuss dieses Services.

KONTAKT

Kontakt
barrierefrei@borussia.de
andrea.hanisch@borussia.de

FohlenHeimspielreportage
Die Übertragung via Audiostream startet jeweils eine Viertelstunde vor dem Anpfiff und kann direkt als Pop-Up-Player über die Homepage verfolgt werden.

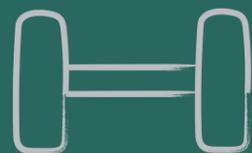
www.borussia.de/heimspielreportage/

INFO

MIT IHREM KINDERSCHUTZKONZEPT VERFOLGT BORUSSIA FOLGENDE ZIELE:

- ◆ Präventive Vorbeugung
- ◆ Verdeutlichung einer klaren Haltung gegen Missbrauch
- ◆ ein unbequemer Ort für (potenzielle) Täter zu sein
- ◆ Eltern und Erziehungsberechtigten der Spieler ein gutes Gefühl zu geben
- ◆ Schutz und Zukunftssicherung der Spieler und des Vereins
- ◆ Einhaltung der (gesetzlichen) Vorschriften der Kinder- und Jugendhilfe, des DFB und der DFL
- ◆ Erweiterung der bereits vorhandenen hochwertigen Vereinsarbeit

KURZPASS



FUSSBALLFANS IM TRAINING

Im Präventionsprojekt „Fußballfans im Training“ (FFIT) der Deutschen Krebshilfe, das Borussia gemeinsam mit ihrem Gesundheitspartner AOK Rheinland/Hamburg anbietet, haben VfL-Fans die Möglichkeit, unter professioneller Anleitung Kilos zu verlieren und ihren Lebensstil gesünder zu gestalten. Das kostenlose Programm besteht aus dreizehn Terminen mit jeweils 90 Minuten Dauer.

FUSSBALL TRIFFT KULTUR



22 Schülerinnen und Schüler der dritten und vierten Klassen der katholischen Grundschule Holt in Mönchengladbach waren im Rahmen des integrativen Bildungsprogramms „Fußball trifft Kultur“ zu einer nachhaltigen Stadionführung zu Besuch im BORUSSIA-PARK. Von der Rasenheizung über die Süßigkeiten in der Halbzeitpause bis hin zur Anfahrt mit dem Auto – die Kinder waren häufig überrascht wie viel CO₂ bei einem Bundesligaspiel im BORUSSIA-PARK verbraucht wird und wo die Gründe dafür liegen. „Fußball trifft Kultur“ ist ein integratives Bildungsprogramm, das die Chancen für Kinder aus Stadtteilen in herausfordernder Lage verbessert. Mit der Kombination aus Fußball, Sprache und Kultur fördert es ihre Sprach- und Sozialkompetenz, schult das Lernverhalten und stärkt ihr Selbstvertrauen.



TRAINING IM GEFÄNGNIS

Borussias Co-Trainer Guido Streichsbier hat im November 2023 ein Training der Strafgefangenen der JVA Heinsberg geleitet. Das Training fand im Rahmen der Resozialisierungsinitiative „Anstoß für ein neues Leben“ der Sepp-Herberger-Stiftung des DFB statt. In einer Gesprächsrunde ermutigte Streichsbier im Anschluss die Teilnehmer und schenkte ihnen damit Hoffnung und Zuversicht für ihren weiteren Weg.

VORLESETAG



Am 17. November 2023 fand bereits zum 20. Mal der bundesweite Vorlesetag statt. Borussias Geschäftsführer Markus Aretz war am Aktionstag zu Gast in der Kindertagesstätte „Am Pixbusch“ im Mönchengladbacher Stadtteil Odenkirchen. Dort las er den Kindern die Geschichte „Das Maskottchen“ vor. Der Vorlesetag unterstreicht Jahr für Jahr die große Bedeutung des Vorlesens als wichtigste Voraussetzung für Kinder, um später selbst gut lesen zu lernen.

ORANGE DAY



Im Rahmen des „Internationalen Tag zur Beseitigung von Gewalt an Frauen“, und der Kampagne „Orange The World“ hatte der VfL zu den beiden Heimspielen gegen Hoffenheim und Wolfsburg im November und Dezember 2023 eine für alle frei verfügbare, orangefarbene Sitzbank im Foyer des BORUSSIA-PARK stehen, die symbolisch auf die alarmierenden gesellschaftlichen Zustände hinweisen soll.



ADVENTS-KAFFEE

Nach dreijähriger Corona-Zwangspause hatte Borussia im Dezember 2023 wieder zum traditionellen Adventskaffee eingeladen. 800 Jungen und Mädchen aus insgesamt zwölf Kinderheimen und Jugendeinrichtungen in Mönchengladbach und der Umgebung kamen in die VIP-Lounge des BORUSSIA-PARK. Rund eine Stunde lang nahmen sich die Spieler der FohlenElf für den Besuch Zeit. Die Borussen schrieben Autogramme, standen für Fotos und kurze Gespräche bereit. Schon zum 14. Mal hatte Borussia die Kinder- und Jugendheime zum Adventskaffee eingeladen.

BESUCH IM KRANKENHAUS



Im Dezember 2023 hat auch Borussias traditioneller Besuch der Kinderstation des Rheydter Elisabeth-Krankenhauses stattgefunden. Cheftrainer Gerardo Seoane, Rocco Reitz, Patrick Herrmann und Maskottchen Jünter hatten neben Geschenken auch einen Scheck im Gepäck. 3.000 Euro der Borussia-Stiftung gingen an den gemeinnützigen Verein „Zwergnase“, der im Elisabeth-Krankenhaus die Arbeit auf der Frühgeborenenstation unterstützt.



VERKEHRSSICHERHEITSTRAINING

Im August 2023 absolvierten 35 Mitglieder des JünterClubs ein in Kooperation mit der AOK Rheinland/Hamburg durchgeführtes Verkehrssicherheitstraining. Die Kinder im Alter von drei bis zehn Jahren trafen sich im Kinderverkehrsgarten „Immer oben auf!“ der Stadt Mönchengladbach, um gemeinsam mit Maskottchen Jünter einen gleichermaßen lehrreichen wie unterhaltsamen Nachmittag im Zeichen der Verkehrssicherheit zu erleben.

„DER PROZESS, SICH ZU VERBESSERN, WIRD NIE ABGESCHLOSSEN SEIN.“

Es ist einiges erreicht worden im Jahr 2023. Und doch gibt es noch genug zu tun für eine nachhaltige Zukunft



„Wir befinden uns, wenn man so will, gerade wieder im Nachhaltigkeits-Trainingslager“, hatte Geschäftsführer Markus Aretz zum Ausklang des vergangenen Jahres gesagt. So wie die FohlenElf in der Vorbereitung auf eine Saison ein Trainingslager absolviert, so hat sich auch das Unternehmen Borussia bereits 2022 mit der Ausrichtung seiner Nachhaltigkeitsstrategie an den Standard des Zentrums für nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke auf die Herausforderungen der kommenden Jahre eingestellt und sich in den Wochen des Jahreswechsels auf das Überprüfungsaudit durch den TÜV-Rheinland vorbereitet.

Dieses Überprüfungsaudit für den ZNU-Standard, das im Februar 2024 stattgefunden hat, stellt nun Jahr für Jahr fest, wo Borussia aktuell im Prozess der nachhaltigen Entwicklung steht. „Wir wollen fortsetzen, was wir begon-

nen haben“, so Geschäftsführer Stephan Schippers. „Es gibt immer etwas zu lernen und zu verbessern, um die hohen Nachhaltigkeitsansprüche, die wir an uns selbst stellen, zu erfüllen.“

Themenfelder gibt es viele: So ist eine weitere Wärmepumpe längst beauftragt und genehmigt. Im Laufe des Frühjahrs wird sie die bisherige Kälteanlage, die bereits 20 Jahre auf dem Buckel hatte, ersetzen. Durch die Installation einer ersten Photovoltaik-Anlage kann Borussia bereits einen kleinen Teil Strom selbst produzieren. Die Module für Phase 2 des Ausbaus liegen schon in den Hallen bereit. Im Laufe des Jahres 2024 kommen sie auf die Dächer des Borussia-8-Grad, des Fohlenplatz sowie auf die Dachflächen im Bitburger-Biergarten.

Im Sommer 2024 entsteht zudem auf einem der Parkplätze im Nordpark ein großer Schnellladepark. Die Parkplatzzgesellschaft PPG-Nordpark, ein Tochterunternehmen der EWMG und Borussias, investiert hiermit in die Mobilitätswende. Der Ladepark wird 14 Ultraschnell-Ladesäulen mit einer Leistung von jeweils bis zu 400 Kilowatt umfassen.

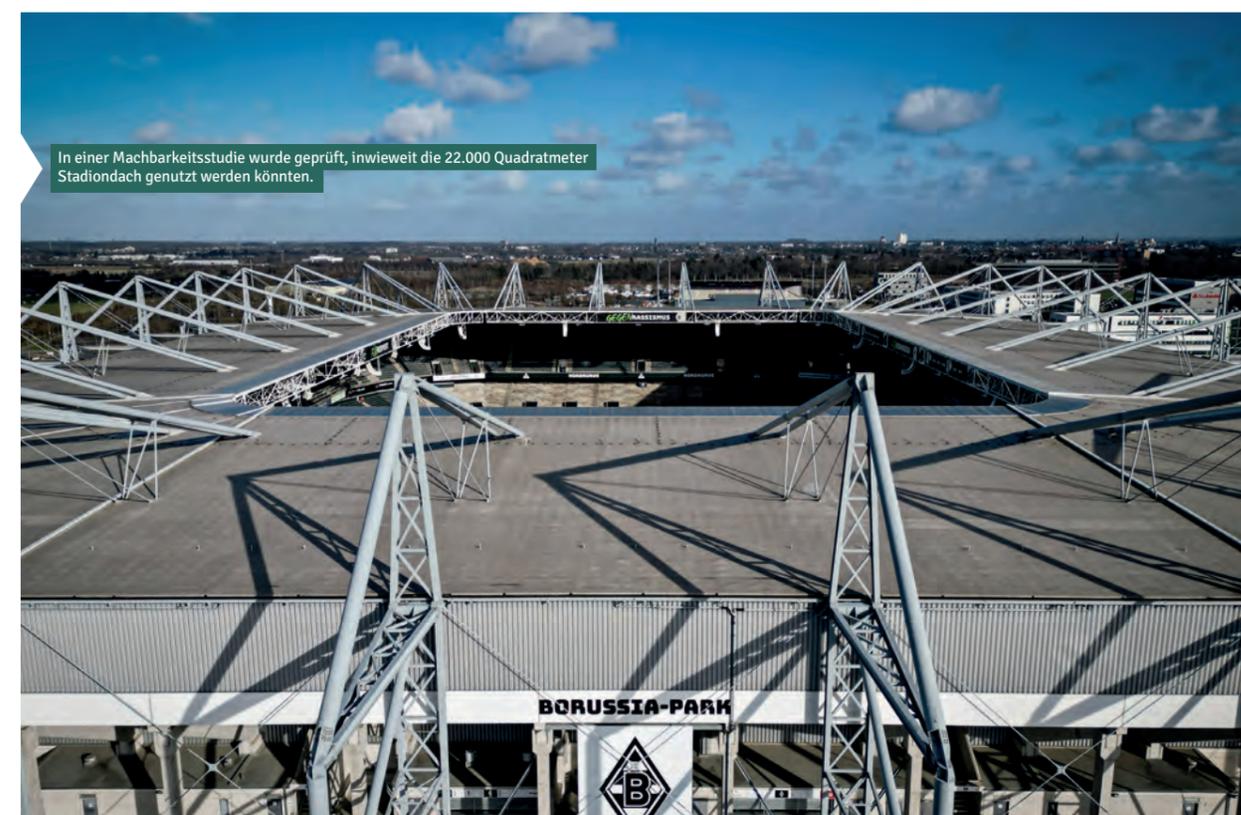
Damit ist man beim VfL noch längst nicht am Ende angelangt. Neben der Einrichtung eines detaillierten Energiemonitorings, das dafür sorgen soll, die Verbräuche noch exakter nachvollziehen zu können, wurde eine Machbarkeitsstudie zur Erzeugung erneuerbarer Energien auf vereinseigenen Grundstücken und Gebäuden in Auftrag gegeben. Den kompletten BORUSSIA-PARK und seine Potenziale ließ man dabei überprüfen. Die Ergebnisse dieser Studie werden jetzt genau analysiert. Eine mögliche Idee für die Zukunft ist die Nutzung des Stadiondachs für weitere PV-Anlagen. Die Technik hat sich hier weiterentwickelt, so dass die Schwierigkeiten aufgrund des Gewichts der Anlage sowie einer möglichen Verschattung der Module mittlerweile gelöst werden können.

„Grundsätzlich ist unser Bestreben, uns stetig weiterzuentwickeln, zu verbessern und neue Prozesse anzustoßen“, sagt Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. „2024 gilt es zudem, sich auf die verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung, die

von der Europäischen Union in Kraft gesetzt wurde und die ab dem Geschäftsjahr 2025 Teil des Jahresabschlusses sein wird, vorzubereiten.“

Die Themen der kommenden Jahre sind also bereits jetzt am Horizont sichtbar. Ein wirkliches „Ende“ der Bemühungen, nachhaltiger zu werden, ist sowieso nicht vorgesehen. „Der Prozess, sich zu verbessern, wird nie abgeschlossen sein“, sagt

Aretz. „Daher würden wir uns auch niemals als vollständig nachhaltig oder beispielsweise als klimaneutral bezeichnen. Aber unsere Gesellschaft und unsere Umwelt derart zu gestalten, dass auch die kommenden Generationen selbstbestimmt und in guten Lebensbedingungen leben und aufwachsen können – daran wollen wir aktiv mitwirken.“



ZAHLEN UND FAKTEN

AUS DER SAISON 2022/23

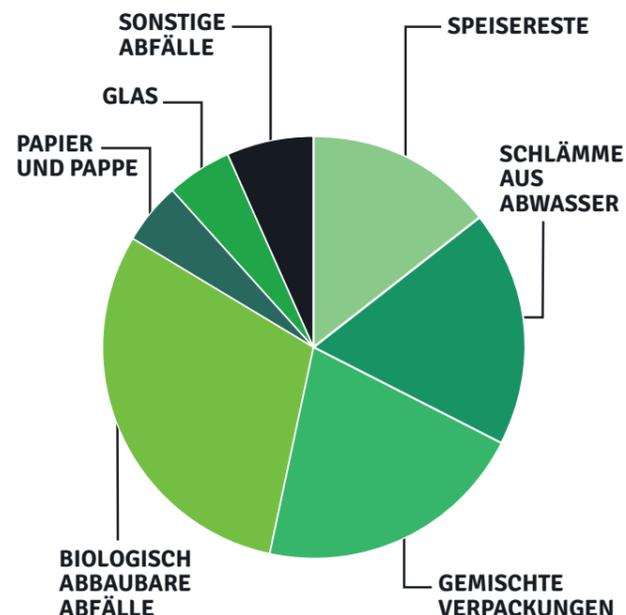
ABFALL

ABFALLAUFKOMMEN

in Tonnen

Speisereste	87
Schlämme aus Abwasser	108,65
gemischte Verpackungen	123,64
biologisch abbaubare Abfälle (z.B. Rasenschnitt)	180,3
Papier und Pappe	29,32
Glas	30
Sonstige Abfälle	38,22

Gesamtabfallmenge	597,13
CO₂e-Emissionen in Tonnen	362,71



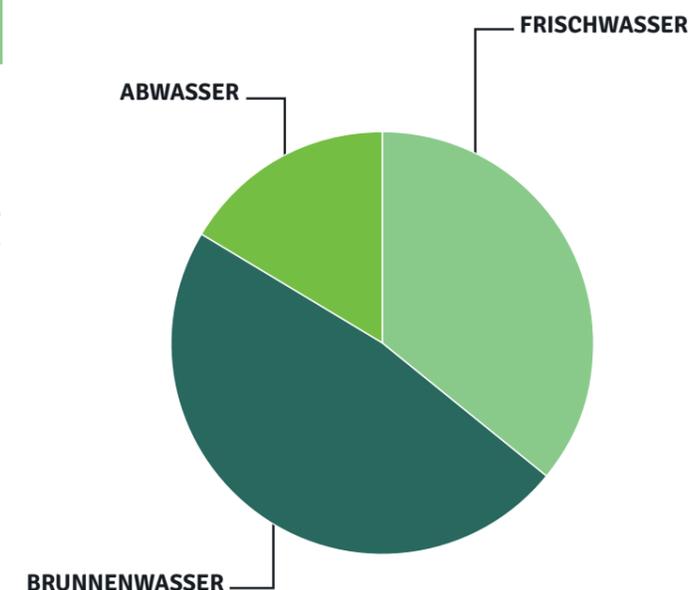
WASSER

WASSERVERBRAUCH

in Kubikmeter

Frischwasser	21.118
Brunnenwasser	27.991
Abwasser	9.525

Gesamtwasserverbrauch	58.634
CO₂e-Emissionen in Tonnen	7,74



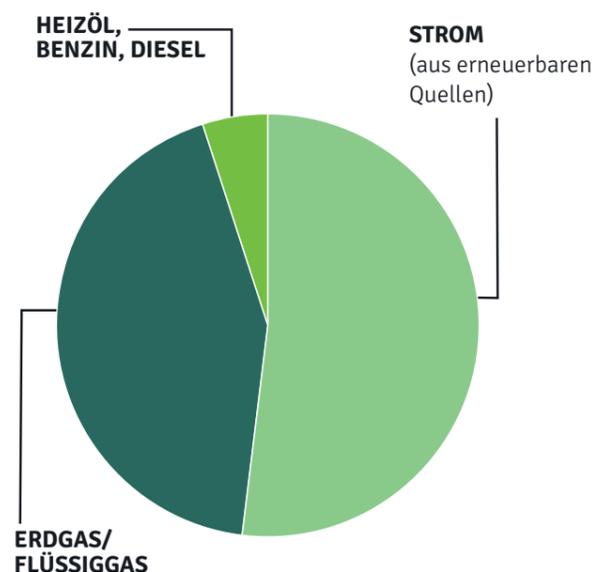
ENERGIEVERBRAUCH

ENERGIEVERBRAUCH

in kWh

Strom (aus erneuerbaren Quellen)	4.948.163
Erdgas/Flüssiggas	4.102.317
Heizöl, Benzin, Diesel	465.051

Gesamtenergiemenge	9.515.531
CO₂e-Emissionen in Tonnen	1.374,83

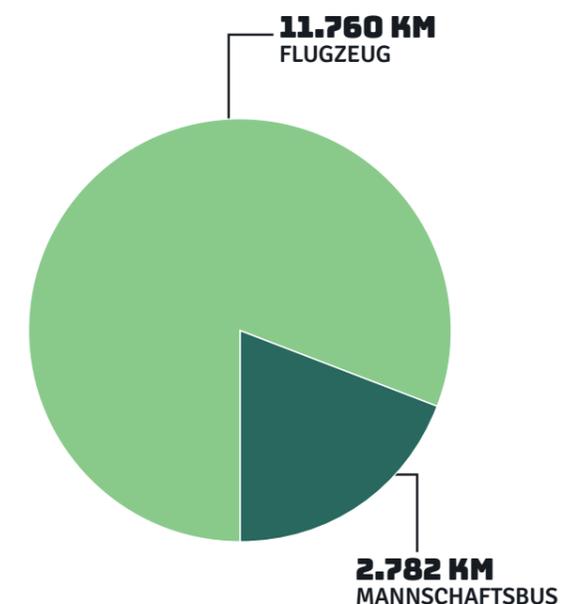


MANNSCHAFTSREISEN

Wettbewerb	Gegner	Reisedistanz (Hin- und Rückfahrt)	Verkehrsmittel
------------	--------	-----------------------------------	----------------

DFB Pokal	Oberachern	1.000 km	Flugzeug
Bundesliga	FC Schalke 04	180 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	FC Bayern München	1.000 km	Flugzeug
Bundesliga	SC Freiburg	1.000 km	Flugzeug
Bundesliga	SC Werder Bremen	660 km	Flugzeug (Hinfahrt) Mannschaftsbus (Rückfahrt)
Bundesliga	VfL Wolfsburg	800 km	Flugzeug
DFB Pokal	SV Darmstadt	520 km	Flugzeug (Hinfahrt) Mannschaftsbus (Rückfahrt)
Bundesliga	1. FC Union Berlin	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	VfL Bochum	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	FC Augsburg	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	1899 Hoffenheim	700 km	Flugzeug (Hinfahrt) Mannschaftsbus (Rückfahrt)
Bundesliga	Hertha BSC	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	Mainz 05	480 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	RB Leipzig	1.400 km	Flugzeug
Bundesliga	1. FC Köln	132 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Eintracht Frankfurt	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfB Stuttgart	820 km	Flugzeug
Bundesliga	Borussia Dortmund	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Bayer Leverkusen	130 km	Mannschaftsbus

CO₂e-Emissionen in Tonnen	247,66
---	---------------



ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK	ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK
Förderung der Fanbeziehungen	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> Im Jahr 2022 wurde erstmals eine Anspruchsgruppenanalyse durchgeführt, die im Jahr 2023 auf Aktualität geprüft wurde. Eine Neufassung ist für alle drei Jahre geplant. Im Jahr 2022 haben erstmalig wieder Fanbefragungen stattgefunden, die im Jahr 2023 auf eine Befragung pro Quartal erhöht wurden. Seit dem Jahr 2023 gibt es den sogenannten Mitglieder-Talk, bei dem regelmäßig in kleiner Runde ein Austausch zwischen Mitgliedern und Offiziellen des Vereins stattfindet. 	Schonender Umgang mit der Ressource „Energie“	Q4/2024	<ul style="list-style-type: none"> Die gesamte Belegschaft wurde 2023 erneut zum Thema Energiesparen sensibilisiert und aufgefordert, auch eigene Ideen für dieses wichtige Thema einzubringen. Der Ausbau der Photovoltaik-Anlagen musste zunächst aufgrund von Lieferengpässen und dann wegen baulicher Herausforderungen verschoben werden. Die erste Bauphase soll nun aber bis April 2024 abgeschlossen sein. Es werden etwa 600 Quadratmeter Photovoltaik installiert, wodurch Borussia in der Lage ist, bis zu 126.420 Kilowattstunden p.a. zu produzieren. Im zweiten Schritt sollen weitere 900 Quadratmeter Photovoltaik installiert werden, womit bis zu 206.640 Kilowattstunden p.a. eingespart werden können. Mit der Installation der Photovoltaik-Anlagen wird ein Autarkiegrad von 6% erreicht.
Erfolgreiche Rezertifizierung nach dem ZNU-Standard	Q2/2024	<ul style="list-style-type: none"> Bereits Anfang des Jahres 2022 hat man sich auf den Weg des nachhaltigeren Wirtschaftens nach ZNU-Standard gemacht und wurde im Februar 2023 mit dem Zertifikat „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“ belohnt. Im Januar 2024 hat bereits ein internes Überprüfungsaudit durch die fjol GmbH stattgefunden, bei dem keine Abweichungen festgestellt wurden. Ein externes Überprüfungsaudit findet Ende Februar/Anfang März statt. 	Erweiterung des fleischlosen Angebots	Q4/2024	<ul style="list-style-type: none"> Die bisher angebotene Bockwurst wurde von der Produktpalette genommen und durch Veggie-Nuggets ersetzt. Premiere feierten diese beim Event „Die Legenden des Parks“ und sind nun dauerhaft im Sortiment. Für das Jahr 2023 wurde als Ziel gesetzt, drei zusätzliche rein fleischlose Verkaufsstände im gesamten Public-Bereich zu etablieren. Dieses Ziel konnte nicht erreicht werden, da trotz Bemühungen kein Partner im Bereich Plant Based Food gefunden werden konnte. Das Ziel der fleischlosen Verkaufsstände soll auch für das Jahr 2024 weiter fokussiert werden.
Förderung der Nachwuchsmannschaften	Q3/2024	<ul style="list-style-type: none"> Das NLZ hat den Status der Eliteschule des Fußballs erlangt. Dieser soll auch weiterhin aufrecht erhalten werden und damit einhergehend auch die Partnerschaften mit den Kooperationsschulen. Es wird sichergestellt, dass Nachhilfe- und Nachführunterricht für die Nachwuchsspieler angeboten wird. Es findet mindestens halbjährlich eine Überprüfung der schulischen Defizite statt. Daraus wird der konkrete Nachhilfebedarf ermittelt. Es wurden auch 2023 regelmäßig Workshops mit dem Bildungspark zu Themen wie beispielsweise Anti-Diskriminierung, Anti-Rassismus, Anti-Doping und Spiel- und Wettmanipulation durchgeführt. Dies soll auch für das kommende Jahr bestehen bleiben. Gegebenfalls sollen diese zudem durch Ecological Experience Days in den Altersbereichen U12 bis U15 ergänzt werden. Im Jahr 2024 soll mindestens eine gesundheitsfördernde Maßnahme wie ein Ernährungscoaching für Nachwuchsspielerinnen und -spieler und deren Eltern stattfinden. 	Förderung der nachhaltigen Fan-Mobilität	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> Um die Fanmobilität dauerhaft nachhaltig zu ermöglichen, wurde 2023 eine Fan-Umfrage zum Thema Mobilität und Anreiseverhalten der Fans durchgeführt. Im September 2023 hat im Rahmen der europäischen Mobilitätswoche in Kooperation mit der Stadt Mönchengladbach, der Polizei Mönchengladbach und dem ADFC Mönchengladbach eine Fahrrad-Fan-Fahrt stattgefunden. Als „Team Borussia“ hat die Belegschaft zum ersten Mal am Stadtradeln teilgenommen, dies soll im Jahr 2024 noch weiter ausgebaut werden. Auf dem Parkplatz P4 wurden weitere Ladesäulen für Elektro-Autos installiert, zudem entsteht auf dem Parkplatz P8 ein Schnellladepark mit 28 Ladepunkten in Zusammenarbeit mit Aral Pulse.
Nachhaltigeres Bewusstsein im Unternehmen und in der Belegschaft	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> Das interdisziplinäre Team „KlimaFohlen“ wurde im Jahr 2023 um alle relevanten Abteilungen und Bereiche erweitert, um Nachhaltigkeitsprozesse weiter voranzutreiben. Als technisches Hilfsmittel und zur besseren Abstimmung wurde ein eigener Teams-Kanal eingerichtet. Im E-Learning-Portal wurden neben dem allgemeinen Nachhaltigkeitsmodul nun auch Module zu den Themen Diversität und Compliance eingeführt, um alle Säulen der Nachhaltigkeit thematisch abzudecken. Es wurde 2022 eine eigene E-Mail Adresse „Nachhaltigkeit@borussia.de“ eingeführt, über die die Mitarbeitenden und Fans Ideen einbringen oder Fragen zum Thema Nachhaltigkeit bei Borussia stellen können und die im Jahr 2023 bereits fleißig genutzt wurde. Die Spieler des Profi-Kaders wurden im Jahr 2023 bereits in erste soziale Nachhaltigkeitsprojekte miteinbezogen wie dem inklusiven Fußballturnier oder auch dem Adventskaffee für Kinderheime. Jonas Omlin war u.a. Teil der Kampagne „Nein zu Gewalt gegen Frauen“. 	Aufbau einer Kooperationen für Nachhaltigkeit und Biodiversität	Q3/2023	<ul style="list-style-type: none"> Zusammen mit dem JüntenClub, einem internen Experten aus dem Greenkeeping und dem Nabu wurden 2023 rund 30 Nistkästen bemalt und aufgehängt, um zur Arterhaltung vor Ort beizutragen und den heimischen Vogelarten einen Lebensraum zu schaffen. Diese Aktion soll im Frühjahr 2024 wiederholt werden. Um die Biodiversität um den BORUSSIA-PARK herum zu fördern, sollen im Jahr 2024 weitere geeignete Projekte umgesetzt werden.
Verbesserung der Nachhaltigkeitskommunikation	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> Einmal wöchentlich erscheint ein Bericht über ein Nachhaltigkeitsthema (ökologisch, sozial oder ökonomisch) auf der Homepage von Borussia Mönchengladbach. Zudem erscheint in jedem FohlenEcho – Magazin ein vierseitiger Bericht zum Thema Nachhaltigkeit. Diese Kommunikation soll auch zukünftig auf diesem hohen Level gehalten werden. 2023 wurde erstmals der Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Stabsstellenleiter Markus Friebe war zudem als Speaker zum Thema „Nachhaltigkeit bei Borussia“ bei verschiedenen Partnern. Die Online-Umfragen wurden, wie im letzten Jahr als Ziel formuliert, quartalsweise durchgeführt. Ebenso hat 2023 ein Round-Table in Kooperation mit Coca-Cola zum Thema Lieferketten für alle Profi-Klubs im BORUSSIA-PARK stattgefunden. 	Reduktion der CO ₂ -Emissionen	2030	<ul style="list-style-type: none"> Ein neuer CO₂-Footprint wurde für die Saison 2022/23 erstellt. Borussia will die Scope 1-3 CO₂ Emissionen auf Basis des 1,5-Grad Pfades um 50% bis 2030 reduzieren, bezogen auf das Ausgangsjahr 2020. Bis zum Jahr 2040 wollen wir Netto-Null Emissionen in Scope 1-3 erreichen.
			Nachhaltigkeitsbewertung von Lieferanten	Q4/2024	<ul style="list-style-type: none"> Im Jahr 2022 wurde bereits mit allen relevanten Fachabteilungen ein Code of Conduct entwickelt, der sowohl für Borussia und die Mitarbeiter gilt als auch für Lieferanten und Dienstleister. Der Code of Conduct ist auf der Homepage veröffentlicht. Die Lieferantenverträge im Merchandising sind umfangreicher geworden als ursprünglich geplant, um alle Gegebenheiten abdecken zu können, weshalb die Fertigstellung auf 2024 verschoben werden musste. Es wurden Daten über die Zertifizierungen der einzelnen Lieferanten im Bereich Merchandising gesammelt und gelistet.
			Erweiterung des Textilangebots mit einem nachhaltigen Ansatz	Q3/2024	<ul style="list-style-type: none"> 2022 lag bereits ein Angebot von Textilien mit einem nachhaltigen Aspekt vor. Diese wurden allerdings nicht offensiv als nachhaltige Artikel beworben oder gekennzeichnet. Im Jahr 2024 sollen rund 72% der Textilartikel einen nachhaltigen Ansatz haben Zusätzlich soll eine Quote von 25% der Textilartikel mit einem zertifizierten Nachhaltigkeitsiegel wie GOTS oder Grüner Knopf erreicht werden, entsprechende Artikel sind bereits im FohlenShop vor Ort mit Siegeln gekennzeichnet. Zur besseren Übersicht und Transparenz soll eine Rubrik „Nachhaltigkeit“ im Online-Shop eingeführt werden. Leider hat sich der Release verzögert, sodass der Online-Shop voraussichtlich erst im Frühjahr 2024 online gehen wird, statt 2023. Die Idee einer komplett regionalen Textilkollektion wurde zerschlagen, da einige Bestandteile wie Reißverschlüsse oder Knöpfe nicht mehr in Deutschland produziert werden.

ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK
Digitalisierung der Printprodukte	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel war es, die Nutzung der digitalen Tages-Eintrittskarte von 70% auf 80% zu steigern, dies ist nicht ganz gelungen. So liegt die Nutzung der digitalen Eintrittskarte in der aktuellen Saison bei durchschnittlich 73% pro Heimspiel • Auch die Dauerkarte wurde in der laufenden Saison erstmalig digital angeboten. Ziel war es, eine Quote von 50% zu erreichen. Insgesamt haben sich aber rund 38% für die digitale Variante entschieden. • Beide Quoten sollen langfristig beträchtlich noch gesteigert werden. • Die Schaffung einer digitalen Variante des Mitgliedermagazins konnte aufgrund verschiedener Faktoren noch nicht wie geplant 2023 realisiert werden. Das Projekt ist aber weiterhin in Planung, sodass bis zum Ende des Jahres 2024 ein digitales Mitgliedermagazin zur Verfügung stehen soll. Ziel ist weiterhin, dass sich 50% für die digitale Alternative entscheiden, sodass in der Papierproduktion bis zu 12 Millionen Liter Wasser und 18 Tonnen CO₂ eingespart werden können.
Projekt „Stärkung der Region“	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits seit dem Jahr 2020 werden hochwertige und kostenlose Trainingsmöglichkeiten angeboten. Im Jahr 2023 wurden 52 Kinder erreicht. • Das Projekt Stärkung der Region konnte weiter fortgeführt werden. Als Ziel hat sich Borussia die Schaffung eines hochwertigen und kostenlosen Trainingsangebotes für mindestens 36 Kinder und die Umsetzung von mindestens vier Webinaren und zwei Hospitationswochen für Trainer gesetzt. Das Ziel wurde mit zwei Hospitationswochen, sieben Webinaren und hochwertigen, kostenlosen Trainingsangeboten für 52 Kinder erreicht, beziehungsweise sogar überschritten. • Seit der Saison 2022/23 wurde extra für dieses Projekt eine Vollzeitstelle geschaffen. • Es ist eine langfristige Fortführung der Maßnahmen geplant, um so die Region auch nachhaltig zu stärken.
Kooperation mit einer inklusiven Institution	Q2/2024	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammen mit Coca-Cola und der Lebenshilfe Mönchengladbach hat im April 2023 ein inklusives Fußballturnier stattgefunden. • Eine Wiederholung in Kooperation mit Coca-Cola ist für das Frühjahr 2024 geplant. Ziel ist es, dass noch weitere Einrichtungen von diesem inklusiven Sportangebot profitieren können.
Maßnahmen im Bereich Vielfalt und Anti-Diskriminierung	Q2/2024	<ul style="list-style-type: none"> • Bis März 2023 gab es eine Sonderausstellung im Vereinsmuseum FohlenWelt zum Thema „Verantwortung in Fußballschuhen“. • Als Ergänzung zu der Sonderausstellung haben fünf Talk-Abende im Museum stattgefunden. • Am 23.03.2023 war die Holocaust-Überlebende Eva Weyl zu Gast im BORUSSIA-PARK und hat rund 150 Schülern von Ihrer Überlebensgeschichte erzählt. • Die Lizenzmannschaft hat im Mai 2023 die Gedenkstätte Bergen-Belsen besucht, neben einem kurzen Workshop und einem Rundgang durch das Museum gab es auch eine Führung über das Außengelände. • Im März 2024 ist ein erneuter Besuch der Gedenkstätte im Rahmen eines zweitägigen Workshops mit Mitarbeitenden und Fans geplant.
Aufbau von Hochschulkooperationen	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> • Es haben bereits konkrete Kontaktaufnahmen mit Hochschulen in der Umgebung stattgefunden, um einen beidseitigen Bedarf einer etwaigen Kooperation zu ermitteln. • In der Direktion Marketing wurde eine Kooperation erfolgreich umgesetzt. • Weitere Bereiche haben Werkstudenten beschäftigt, wie beispielsweise die Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit.
Teilhabe von benachteiligten Menschen	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> • Bereits seit einigen Jahren werden spezielle Plätze im BORUSSIA-PARK für Rollstuhlfahrer, Sehbehinderte und Hörgeschädigte angeboten. • Im Rahmen einer möglichen Digitalisierung des „FohlenEcho – Das Magazin“ wird geprüft, inwieweit eine Barrierefreiheit ermöglicht werden kann. • Die reinen Ticketerlöse aus dem Event „Die Legenden des Parks“ wurden an fünf gemeinnützige Organisationen aus Mönchengladbach gespendet. • Jährlich wird eine Vielzahl von gemeinnützigen Einrichtungen wie Kinderheime und Ähnliches mit Freikarten für die Heimspiele der FohlenElf begünstigt. Eine Fortführung ist auch für das laufende Jahr geplant. • Zudem hat ein inklusives Fußballturnier stattgefunden (s. Punkt „Kooperation mit einer inklusiven Institution“).



DIE FOHLEN