



VfL WOLFSBURG

FUSSBALL IST ALLES

Gemeinsam bewegen

Nachhaltigkeit beim VfL Wolfsburg



VfL Wolfsburg: vom Verein zum Wirtschaftsunternehmen

- Ⓜ Gründung 1945
- Ⓜ Aufstieg 1. Bundesliga 1997
- Ⓜ GmbH-Gründung 2001 (90% VW-Übernahme)
- Ⓜ Eröffnung der VOLKSWAGEN ARENA in 2002
- Ⓜ 100% Tochter von VW seit 2007 
- Ⓜ Aktuell 160 Mitarbeiter in der Verwaltung der Fußball-GmbH



Sportlicher Erfolg und Strategische Zielsetzung



Erste Meilensteine wurden mit dem Gewinn der Deutschen Meisterschaft 2009 und dem „Triple“ der Frauen 2013 erreicht. Auch zukünftig gilt die Zielsetzung, nachhaltigen sportlichen Erfolg gepaart mit soliden Strukturen am Standort Wolfsburg zu vereinen, um sich langfristig in der Spitzengruppe zu etablieren.



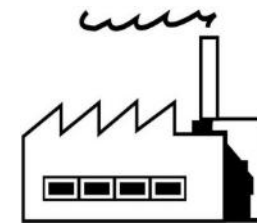
Nachhaltigkeit im Fußball

„Der moderne Fußballsport wird von einem skandalumtosten Weltverbandspräsidenten regiert, von Wettskandalen, Doping, Rassismus, Homophobie und Fangewalt erschüttert. Und das erstaunliche ist, dass ihm das alles verziehen wird. Immer wieder.“

Süddeutsche Zeitung, 03. Juni 2013



Nachhaltigkeit im Fußball im Vergleich zu anderen Unternehmen



Zentrale Akteure/ Stakeholder	• Erwartungen an Vereine und Unternehmen sind gestiegen	
	• Fans, Mitglieder, regionale Akteure, Sponsoren, Medien, Partner	• Kunden, Shareholder, Lieferanten, Medien, Mitarbeiter, Behörden, NGOs
Kernziel	• Identifikation und Verantwortung gegen über der Region, Sponsoring-Plattform	• „Licence to operate“
Kernthemen	• Soziale Aktivitäten • Umwelt-/ Klimaschutz • Sauberer Sport	• Klimaschutz • Lieferkette, Produktsicherheit • Mitarbeiter



Ausgezeichnet Nachhaltig – GRI Nachhaltigkeitsbericht



- Erster Fußballverein der Welt, der einen Bericht gemäß der international anerkannten Anforderungen erstellt hat (Global Reporting Initiative - GRI)
- Transparente Darstellung aller relevanten Nachhaltigkeitsaktivitäten
- Definition von Zielen im CSR-Programm



Auswirkung des GRI-Nachhaltigkeitsbericht



- Gute Wahrnehmung - Aufmerksamkeit steigt
 - Austausch auf internationaler Ebene/ Internationaler Benchmark
 - Interessengruppen setzen sich stärker mit VfL und seinem Engagement auseinander
 - Positiv: 100% der VfL-Themen abgebildet und transparent kommuniziert
- Gute Basis für Dialog mit Stakeholdern (z.B. Sponsorenakquise)
- Interne Lernprozesse & Dialoge angestoßen



- Kritisches Stakeholder-Feedback: **facebook**
 - „gemeinsam mal ein paar Tore schießen.. und ein paar Punkte einfahren.. wäre auch eine gute Initiative“ (08. Februar 2013)
 - „schießt dieser Teil den auch Tore???“ (08. Februar 2013)

74% erwarten, dass Fußballvereine die Öffentlichkeit über sich und ihr Handeln informieren.

FORSA-Umfrage, Mai 2014



CSR-Fortschrittsbericht 2014



Strategie & Management



Strategie & Management

Meilensteine 2013/14

- Nachhaltiges Markenbild des VfL Wolfsburg/Markenevent
- Integration von Nachhaltigkeitszielen in die Zielvereinbarungsgespräche
- Bekanntmachung Verhaltensgrundsätze/„Code of Conduct“
- CSR-Vollversammlung der Bundesliga-Vereine in Wolfsburg
- Vielfältige Auszeichnungen für nachhaltiges Handeln



Ziele

- 10% Fair-Trade-Produkte im Merchandising
- Einführung einer CSR-Software zum Nachhaltigkeitsmanagement bis 2015
- Durchführung eines Nachhaltigkeitstages mit Partnern in 2014
- Identifikation des VfL als nachhaltigster Fußballverein bis 2017



Mitarbeiter



Mitarbeiter

Meilensteine 2013/14

- 1. Corporate-Volunteering-Tag (18.09.2013)
- 1. VfL-Gesundheitstag (25.06.2014)
- Neue Organisationsanweisungen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Unterschrift „Charta der Vielfalt“



Ziele

- Ausbau der Berufsausbildung für Spieler
- Förderung von gesundheitsfördernden Angeboten für Mitarbeiter
- Ausweitung von Weiterbildungsmaßnahmen bis Ende 2016
- Einführung eines Corporate-Volunteering-Programms bis Ende 2014/2015



Ökologie



Ökologie

Meilensteine 2013/14

- Upcycling: alte Trikots werden Haute Couture
- Fahrradaktion für Stadionbesucher (27.04.2013)
- Ressourceneffizienz im Gebäudemanagement
- CO₂-Fußabdruck erneuert – 24% Reduktion der selbst direkt und indirekt erzeugten CO₂-Emissionen

Ziele

- CO₂-Reduktion um 25% bis 2018/ Analyse Zuschauermobilität
- Ökologisches Fahrtraining für Mitarbeiter und Profis
- Ressourcenschonendes Druckkonzept
- Projekt VfL-Wald in Kooperation mit der LSW
- Renaturierung der Aller



Gesellschaft



Gesellschaft

Meilensteine 2013/14

- VfL-Wiki erhält verschiedene e-Learning-Awards/Besuch von Frau von der Leyen
- 142 Einsätze des VfL-Busses bei Schulen, Vereinen und sozialen Einrichtungen
- Weihnachtsbaumaktion: 170 Geschenke an die Wolfsburger Tafel
- Digitale Inklusion (Homepage, Ticker-to-go)

Ziele

- Barrierefreiheit in allen Bereichen
- Ausweitung und Stärkung des Partnernetzwerks
- Außerschulischer Lernort eröffnet zum 01.01.2015/
Zertifizierung nach BNE



Fans



Fans

Meilensteine 2013/14

- Erstes Fanforum (März 2014)
- Regionalkonferenz in Hamburg zum Thema „Reisemanagement von Fußballfans“ (Februar 2014)
- VfL-Fußballschule nimmt am ersten Bundesliga-Cup teil
- Trainingscamp der VfL-Fußballschule in Mexiko & China
- Chinesischer Staatspräsident Xi Jinping besucht „Wolfsburg United“-Spiel



Ziele

- Erarbeitung eines Konfliktmanagements im Rahmen der Kooperationsvereinbarung Fanarbeit

87% erwarten, dass Fußballvereine die Fans zum Mitmachen animieren.
FORSA-Umfrage, Mai 2014



Dachmarke CSR



VfL WOLFSBURG
Gemeinsam bewegen



Dachmarke CSR



Einbindung Themenpartner: LSW VfL-Ökostrom



VfL WOLFSBURG

GEMEINSAM BEWEGEN

LSW

UMWELTPARTNER



„JEDER DER SICH FÜR DAS ANGEBOT ENTSCHEIDET, ENTSCHEIDET SICH FÜR KLIMASCHUTZ, GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG UND SEINEN VEREIN. EIN EURO VOM GRUNDPREIS GEHT MONATLICH AN „GEMEINSAM BEWEGEN““

Dr. Frank Kästner, LSW-Geschäftsführer

Ökostrom: Wölfe aufgepasst!

Gemeinsam mit dem VfL

Die Initiative „Gemeinsam bewegen“ der VfL Wolfsburg hat sich zum Ziel gesetzt, in welchem Ausmaß sich der Verein zu sozialen und ökologischen Themen engagiert. Die Initiative zur LSW ist ein Thema von Klima und Umweltschutz im Rahmen der VfL. Initiativen gegen beide Unternehmen eine Umweltschicht.

Der Spenderanteil von einem Euro am Grundpreis von LSW + VfL-Ökostrom geht an Projekte aus dem Themenfeld Gesundheit, Bildung, Integration und Umwelt in der Region. Weitere Informationen zur Initiative „Gemeinsam bewegen“ finden Sie unter www.vfl-wolfsburg.de/konstanz

Preisliste
100% Ökostrom (Vollstrom)
100% Ökostrom (Vollstrom) + 10%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 20%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 30%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 40%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 50%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 60%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 70%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 80%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 90%
100% Ökostrom (Vollstrom) + 100%



LSW · VfL-ÖkoStrom

Sauberer
Strom
für echte
Wölfe



LSW



Einbindung Themenpartner: VfL-Wald

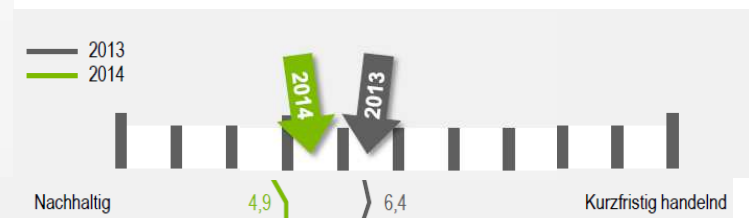




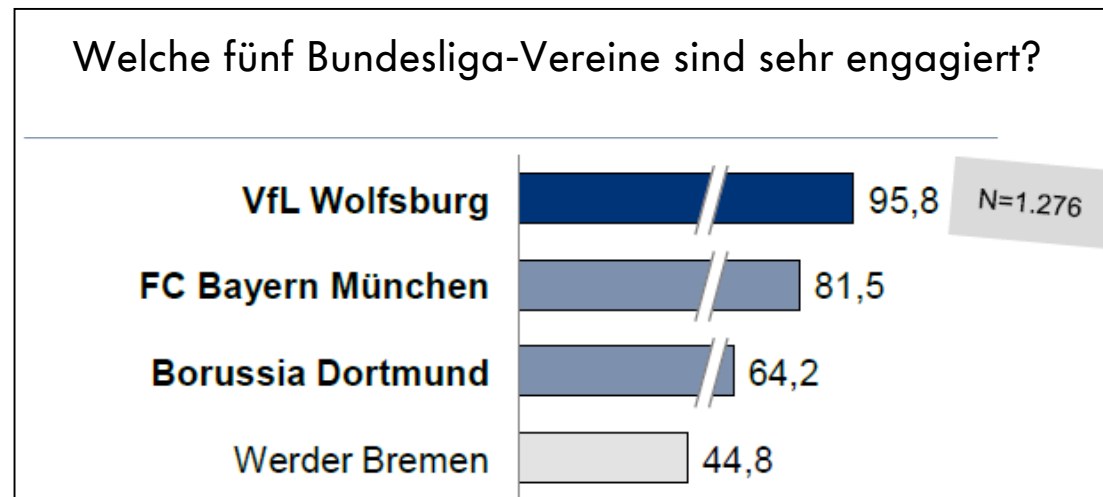
Wirkungsmessung: Markentracking



■ 2013 (n=495)
■ 2014 (n=514)



Wirkungsmessung: Regionalstudie





VfL WOLFSBURG

FUSSBALL IST ALLES



Nico Briskorn
Leiter Corporate Social Responsibility
05361-8903-450
nico.briskorn@vfl-wolfsburg.de