



# NACHHALTIGKEITS- BERICHT

2022/23



scfreiburg 

**NACHHALTIGKEITS-**  
**BERICHT**

*2022/23*

# VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Woche für Woche bewegt der Profifußball im Land mehrere Hunderttausend Menschen, die in die Stadien strömen, um live bei den Spielen dabei zu sein. Noch mehr verfolgen unseren Sport in den Medien. Fußball genießt wie keine andere Sportart öffentliche Aufmerksamkeit. Daraus erwächst ihm eine gesellschaftliche Verantwortung.

Der gesamte Profifußball hat sich in den vergangenen Jahren intensiv damit beschäftigt und sich unter anderem die Frage gestellt: Welche Spielregeln geben wir uns, und welche Selbstverpflichtungen gehen wir ein – vor dem Hintergrund sich verändernder gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen und Rahmenbedingungen?

Es geht um die Implementierung nachhaltiger Strukturen und Prozesse innerhalb der Vereine der Bundesliga und 2. Bundesliga. Nachhaltigkeit zum Lizenzierungskriterium gemacht zu haben – damit möchte die Deutsche Fußball Liga (DFL) vorangehen. Die neue Richtlinie dient dazu, den deutschen Profifußball selbst nachhaltiger zu machen und gleichzeitig das Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit innerhalb der Bevölkerung zu stärken.

Der angestoßene Prozess, der an manchen Stellen eine Transformation auch für unseren Verein darstellt, kann unbequem und herausfordernd sein. Er ist mit Blick auf den Klimawandel, aber auch auf andere gesellschaftliche Herausforderungen zwingend notwendig.

Als Sport-Club begreifen wir das Thema Nachhaltigkeit auch als Chance, um positive Energie für unseren Verein und unsere Mitarbeiter/innen zu entwickeln. In einem umfassenden abteilungsübergreifenden Prozess hat sich der Verein daher sehr intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt. Auf diesem Weg entstand auch der Ihnen vorliegende erste Nachhaltigkeitsbericht des SC Freiburg. Er schafft Transparenz und zeigt die vier Schwerpunkte und zehn wichtigsten Handlungsfelder unserer Arbeit im ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bereich der Nachhaltigkeit.

Das Positive: Als Sport-Club fangen wir nicht bei null an. Wir beschäftigen uns bereits seit Jahrzehnten aus Überzeugung mit verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit. Im Bereich Ökologie zum Beispiel setzt der Sport-Club bereits seit 1995 durch die Installation der ersten Solaranlagen auf den Dächern eines Fußballstadions konsequent auf erneuerbare Energien. Auch die Einführung eines Mehrweg-Bechersystems (im Jahr 1996) war zu dieser Zeit eine Besonderheit. Gleiches gilt für das Angebot eines KombiTickets (seit 1993) für eine klimaschonende An- und Abreise zum Stadion.

Der Sport-Club hat außerdem bereits früh erkannt, dass er eine nachhaltige Ausbildungs-idee benötigt, um im Wettbewerb mit anderen Clubs zu bestehen. Wichtige Grundsteine des Vereins waren daher der Bau der Freiburger Fußballschule vor mehr als 20 Jahren, aber auch unsere konsequente Linie des nachhaltigen Wirtschaftens, die seit Jahrzehnten verfolgt wird. Auch das verstehen wir unter nachhaltigem Denken.

Was bereits im vergangenen Jahrtausend begonnen und bis heute weitergeführt und -entwickelt wurde, wollen wir auch künftig weiter stärken. Wir gehen diesen Weg mit großer Überzeugung, weil er unseren Verein und den gesamten Profifußball nachhaltig stärken und damit zukunftssicherer machen wird.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre des ersten Nachhaltigkeitsberichts des SC Freiburg.



**OLIVER LEKI**  
Vorstand  
Sport-Club Freiburg e.V.



**JOCHEN SAIER**  
Vorstand  
Sport-Club Freiburg e.V.

Foto: Markus Edgar Ruf



# AUS DEM MASCHINENRAUM

Was war die größte Herausforderung in einem Prozess, bei dem es in den vergangenen zwei Jahren um nichts Geringeres ging, als das Kerngeschäft des Profifußballs ein gutes Stück nachhaltiger zu gestalten? Die Antwort auf diese Frage lautet für mich: Die Gleichzeitigkeit der Dinge.

Die Deutsche Fußball Liga (DFL) beispielsweise musste einen sinnhaften Kriterienkatalog für die Lizenzierungsordnung der Clubs entwickeln. Gleichzeitig einen Umsetzungsleitfaden aufsetzen, der den Vereinen genau erklärt, was wie abzuarbeiten ist. Um anschließend eine Auditierung parat zu haben, die die von den Vereinen eingereichten Ergebnisse beurteilt und bestenfalls mit einem Prüfstempel versieht. Für die Clubs hieß es parallel zum Ligaalltag eigene Strukturen auf- oder umzubauen, sich dabei in einen Strategieprozess zu begeben und gleichzeitig aber auch die Entwicklung des Kriterienkatalogs der DFL im Auge zu behalten – ohne sich allein von diesem abhängig zu machen, um die eigenen bislang erarbeiteten (Nachhaltigkeits-)Stärken nicht vorseilend in die Zwänge einer neuen Lizenzierung einzupassen.

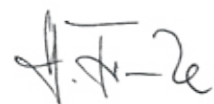
Der vorliegende Bericht, in dem wir erstmalig unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit vier Schwerpunkten und zehn Handlungsfeldern vorstellen, bedeutet sowohl im Umfang als auch im Detail eine neue Stufe des Berichtswesens für unseren Verein. Über zwei Jahre hat sich eine hausinterne, abteilungsübergreifende Projektgruppe – vom Frauenfußball bis zur Stadionorganisation, vom Merchandising bis zur Personalabteilung – Gedanken gemacht und ein umfangreiches Maßnahmenpaket entwickelt, um die selbst gesteckten Ziele zu erreichen und selbstverständlich auch die neuen Lizenzierungsanforderungen der DFL zu erfüllen.

Erstmalig legt der Verein mit diesem Bericht seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck vor, wie auch eine umfassende Mobilitätsanalyse. Eine Einschränkung, auf die hier kurz hingewiesen werden muss: Durch den Umzug in unser neues Europa-Park Stadion gibt es wichtige Verbrauchsdaten noch nicht über längere Zeiträume. Diese sowie die sinnhafte Implementierung von Zählerkonzepten und Datenpunkten sind erst im Aufbau begriffen. Angesichts der Tatsache, dass das globale Thema Nachhaltigkeit kein Projekt im klassischen Sinne sein kann – ohne konkreten Anfang und klar definiertes Ende – ist das nicht mehr als eine Fuß-

note. Die Anforderungen und Problemstellungen in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales werden sich stetig weiterentwickeln, das ganze Thema bleibt als solches eine permanent herausfordernde Aufgabenstellung für unseren Verein wie für die gesamte Gesellschaft.

Mein großer persönlicher Dank gilt der gesamten Projektgruppe, insbesondere der Projektleitung um Tobias Rauber, Daniela Danzeisen, Arne Stratmann und Anna Beck. Letztere zeichnet sich auch zusammen mit Holger Rehm-Engel für die Redaktion des Berichts aus. Den beiden dafür einen Sonderdank! Gleichmaßen möchte ich Prof. Dr. Matthias Fifka von der Universität Erlangen-Nürnberg danken, der uns nicht nur mit seiner Erfahrung durch den gesamten Strategieprozess begleitet hat, sondern auch in vielen lebenspraktischen Fragestellungen im Bereich Nachhaltigkeit stets mit Rat und Tat zur Seite stand.

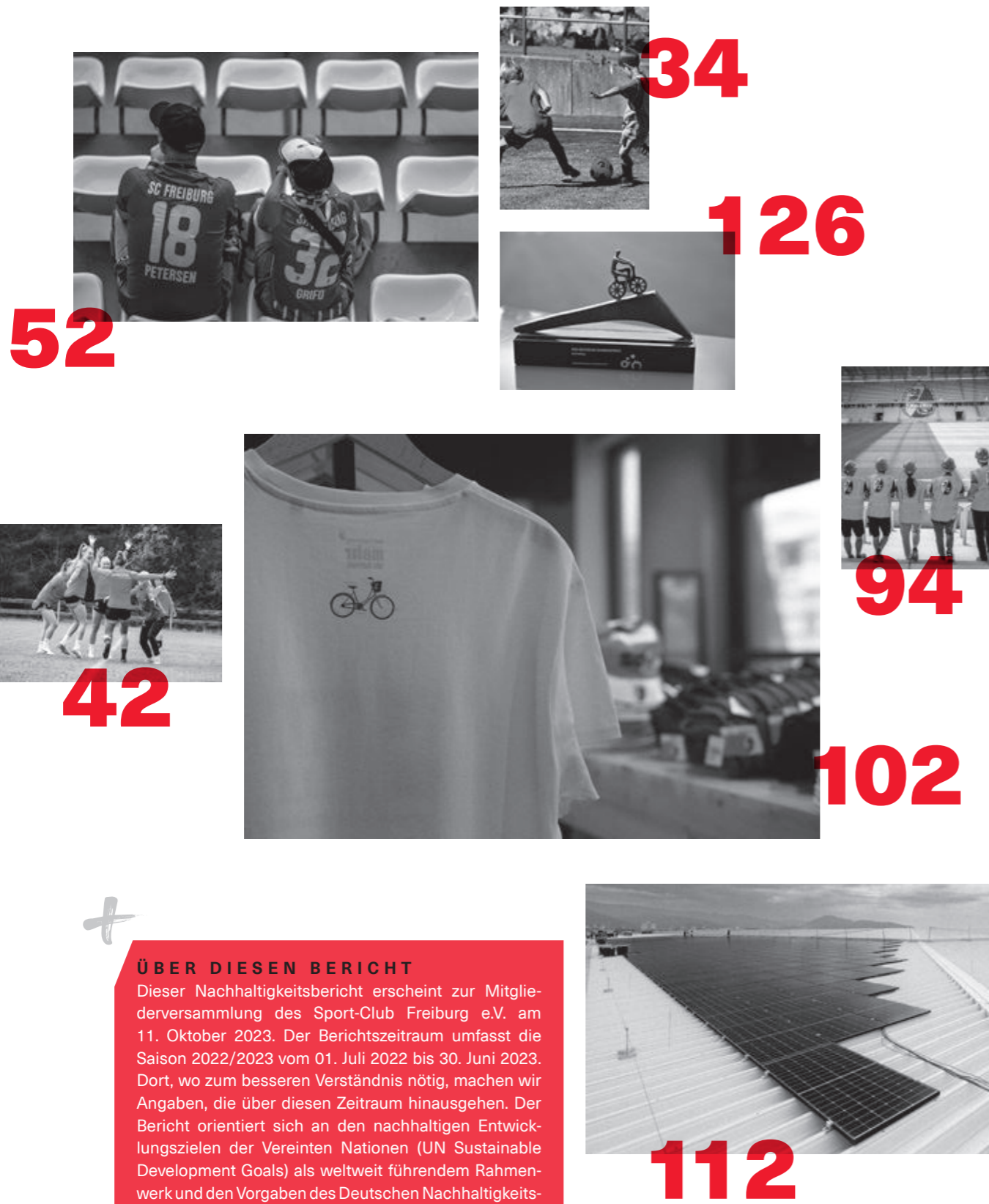
Bei der Umsetzung der oben beschriebenen Prozesse hat es in den vergangenen Monaten an der einen oder anderen Stelle auch mal geruckelt, was angesichts der Neuheit, aber auch der Wichtigkeit des Themas wohl dazugehört. Viel wichtiger war dabei ohnehin die Tatsache, dass sich die gesamte Liga, das heißt wir als Sport-Club und alle anderen Vereine, auf den Weg gemacht hat und damit gemeinsam ein wichtiges Zeichen in die Gesellschaft sendet: Der Profifußball stellt sich seiner Verantwortung!



**HANNO FRANKE**

Abteilungsleiter Marketing und Nachhaltigkeit  
Sport-Club Freiburg e.V.





**ÜBER DIESEN BERICHT**

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint zur Mitgliederversammlung des Sport-Club Freiburg e.V. am 11. Oktober 2023. Der Berichtszeitraum umfasst die Saison 2022/2023 vom 01. Juli 2022 bis 30. Juni 2023. Dort, wo zum besseren Verständnis nötig, machen wir Angaben, die über diesen Zeitraum hinausgehen. Der Bericht orientiert sich an den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (UN Sustainable Development Goals) als weltweit führendem Rahmenwerk und den Vorgaben des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Zweck dieses Berichts ist die Veröffentlichung der Nachhaltigkeitsleistungen des SC Freiburg. Der nächste Bericht erscheint zur Mitgliederversammlung im Herbst 2025. Durch die Verstetigung wollen wir die nachhaltige Entwicklung des Vereins aufzeigen.

**NACHHALTIGKEIT BEIM SC – MEHR ALS FUSSBALL**

- // Unser Nachhaltigkeitsverständnis 12
- // Unser Nachhaltigkeitsmanagement 14
- // Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 18

**01 SPORT FÖRDERN**

**FÖRDERUNG DES SPITZEN- UND BREITENSORTS**

- // Sport-Quartiere Freiburg: Vernetzen. Qualifizieren. Bewegen. 26
- // Interview Hartenbach: „Ausbildung sollte kein Selbstzweck sein.“ 34

**FÖRDERUNG DES MÄDCHEN- UND FRAUENFUSSBALLS**

- // Interview Bauer-Schick / Merk: „Das größere Interesse ist toll.“ 42

**02 PARTNERSCHAFTLICH AGIEREN**

**FÖRDERUNG DES MITGLIEDER- UND FANDIALOGS**

- // Diskurs als Basis des Erfolgs 52

**NACHHALTIGE PARTNERSCHAFTEN**

- // Badenova und der SC: 20 Jahre gemeinsam für die Umwelt 60

**SOLIDARITÄT UND REGIONALES ENGAGEMENT**

- // Engagierter Leuchtturm 66
- // Tragende Säulen: Förderverein und Stiftung 74

**03 VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN**

**ERHALT DER WIRTSCHAFTLICHEN LEISTUNGSFÄHIGKEIT**

- // Interview Dr. Breit: „Angewiesen, es gut zu machen“ 86

**VERANTWORTUNGSBEWUSSTER UND ATTRAKTIVER ARBEITGEBER**

- // Mitarbeiter/innen: Das Kapital des Vereins 94

**VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE**

- // Öko-logisch 102
- // Spende statt Kalender: Mehr Tore für Südbaden 106

**04 ÖKOLOGISCH HANDELN**

**NACHHALTIGE BETRIEBSSTÄTTEN**

- // 30 Jahre nachhaltiges Stadion 112

**NACHHALTIGE MOBILITÄT**

- // Schritt für Schritt zum ökologische(re)n Fußabdruck 122
- // Aktionsspieltag: Starkes Zeichen für den Klimaschutz 126

**ZAHLEN UND FAKTEN**

- CO<sub>2</sub>-BILANZ** 118

**IMPRESSUM**

- 130

Fotos: Achim Keller, badenova, Christian Kaspar-Bartke / Bundesliga, SC Freiburg



NACHHALTIGKEIT  
BEIM SC –  
MEHR ALS FUSSBALL

# UNSER NACHHALTIGKEITS- VERSTÄNDNIS

**A**ls SC Freiburg sind wir der Überzeugung, dass Sport in all seinen Formen wertvolle gesellschaftliche Beiträge leisten kann. Ein intaktes ökonomisches, ökologisches und soziales Umfeld bietet die optimalen Voraussetzungen, um diese Potenziale bestmöglich entfalten zu können. In diesem Kontext verstehen wir Sport deshalb als eine Möglichkeit, eine Entwicklung im Sinne der Sustainable Development Goals zu unterstützen. Das heißt auch: Wir wollen durch verantwortungsvolles Handeln zu einer lebenswerten Umwelt beitragen und die Zukunftsfähigkeit unseres Vereins stärken, um so Sport dauerhaft in der Spitze wie in der Breite zu fördern. Diese Wechselwirkung ist grundlegend für unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Wir sehen darum auch keinen Widerspruch zwischen sportlichem Erfolg und ganzheitlicher Verantwortung – im Gegenteil. Sportlicher Erfolg und damit einhergehender wirtschaftlicher Erfolg ist die Grundlage, dass wir uns umfassend für Mensch und Umwelt in der Region engagieren können. Gleichzeitig sind wir als Profisportverein der Überzeugung, dass uns eine wirtschaftlich starke Region mit guten sozialen und ökologischen Lebensbedingungen hilft, um unsere Ziele bestmöglich zu erreichen. Ein gutes Zusammenspiel zwischen Verein und Region ist für uns daher elementar und von langfristiger Natur, wie das Denken in langen Zeiträumen beim SC Freiburg spätestens seit seinem ersten Aufstieg in die Bundesliga 1993 zum Grundrüstzeug gehört und ein weiterer wichtiger Eckpfeiler in unserem Nachhaltigkeitsverständnis ist. Wir wollen an kommende Generationen von Mitgliedern und Mitarbeiter/innen einen solide und zukunftsfähig aufgestellten Verein weitergeben, der einen gesellschaftlichen Mehrwert schafft und damit die Region und den Verein gleichermaßen stärkt.

Um dieses Nachhaltigkeitsverständnis fest in unserem Verein zu verankern, haben wir eine Vision, eine Mission und Werte bestimmt. Sie sollen Orientierung bieten und Verhaltensgrundsätze festlegen, die das Selbstverständnis unseres Vereins dokumentieren und prägen – nach innen und nach außen.

## UNSERE VISION

Unsere Vision ist unser Kompass. Sie weist uns den Weg, den wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern gehen wollen.

Menschen auf und abseits des Spielfeldes im doppelten Sinne des Wortes zu bewegen – ist dabei unser Kompass, woran wir uns orientieren. So zählt es zu unseren übergeordneten Zielen, Menschen zu motivieren und zu unterstützen, sportlich aktiv zu sein, um Gesundheit zu fördern, Selbstbewusstsein zu stärken und Gemeinschaft zu leben. Gleichzeitig wollen wir sie durch die emotionale Kraft des Fußballs dazu bewegen, sich gemeinsam mit uns für ein gelingendes gesellschaftliches Miteinander und den Schutz von Klima und Umwelt einzusetzen. Im Bewusstsein, dass wir am besten motivieren und überzeugen können, wenn wir mit gutem Beispiel vorangehen, ist es unser Anspruch, dafür selbst ein Vorbild zu sein. Jeden Tag aufs Neue.



**Wir wollen mit Sport Menschen bewegen und sie durch unser Vorbild ermutigen, für ein faires und solidarisches Zusammenleben und den verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt einzustehen.**

## UNSERE MISSION

Unsere Mission beschreibt, was wir tun, um konsequent unsere Vision zu verfolgen. Sie ist für uns Auftrag und Leidenschaft zugleich.

Talente in der Spitze zu fördern, ist ein Eckpfeiler des sportlichen Konzeptes, mit dem wir unseren anspruchsvollen Ambitionen gerecht werden wollen. Zugleich sehen wir diese Förderung von Talenten durch deren Vorbildwirkung immer auch als Stärkung des Sports in der Breite. Zudem soll unsere Förderung des Breitensports ein größeres Fundament dafür schaffen, dass auf Sicht die Zahl besonders begabter Talente gleichfalls wachsen kann. Auch hier sehen wir also keine Gegenpole, sondern eine sich gegenseitig befruchtende Wechselwirkung.

Was in der Konsequenz bedeutet, dass wir dazu beitragen wollen, den Breitensport in unserer Region, vor allem von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Das übergeordnete Ziel: Allen Menschen – unabhängig von ihren individuellen Hintergründen – möglichst niederschwellige Zugänge zum Sport zu ermöglichen. Um dieses Ziel erreichen zu können, kooperieren wir partnerschaftlich mit unterschiedlichen Akteuren aus der Zivilgesellschaft, der Wirtschaft und der Politik. So versuchen wir, unterschiedliche Fähigkeiten, Erfahrungen und Kompetenzen zusammenzubringen, um über den Sport Solidarität und regionales Engagement zu fördern.

Bei all dem wissen wir, dass wir Sport in der Spitze und Breite nur dann langfristig fördern und stärken können, wenn wir als Verein wirtschaftlich verantwortlich agieren. Zu dieser Verantwortung zählt für uns nicht nur der umsichtige Einsatz unserer finanziellen Ressourcen, sondern auch der faire Umgang mit unseren Mitarbeitenden. Ihre Förderung und Entwicklung ist ein wesentlicher Baustein unserer Mission.

Nicht zuletzt hat verantwortliches Handeln für uns, neben einer sozialen und einer ökonomischen, auch eine ökologische Dimension. Um ihr gerecht zu werden, versuchen wir unsere Aktivitäten, insbesondere im Hinblick auf Betriebsstätten und Mobilität, zunehmend nachhaltig zu gestalten, um zum Schutz von Umwelt und Klima beizutragen.



**Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.**

## UNSERE WERTE

Unsere Werte stehen für Prinzipien, die unsere Entscheidungen und unser Handeln in übergeordneter Form bestimmen.

Wir sind der Überzeugung, dass die Werte aus unserer Satzung Respekt, Solidarität und Fairness die Werte beschreiben, die im Wettkampf, aber auch darüber hinaus das Wesen des Sports ausmachen. Sie sollen den Umgang sowohl innerhalb von Teams als auch mit Gegnern bestimmen. Aber nicht nur beim Sport, sondern auch im gesellschaftlichen Miteinander erachten wir einen respektvollen, solidarischen und fairen Umgang als essentiell.

So gesehen beschreiben unsere Werte das, wofür der SC Freiburg insgesamt steht. Sie stellen verbindliche Leitlinien für alle unsere Mitarbeitenden dar, wie wir es gleichzeitig als Verpflichtung sehen, dass sie für unsere Vereinskultur prägenden Charakter haben. Ausdrücklich wollen wir sie aber auch über unseren Verein hinaus vermitteln und fördern, um damit zu einem besseren gesellschaftlichen Zusammenleben beizutragen.



**Respekt. Solidarität. Fairness.**

// Autoren: Matthias Fifka und Uli Fuchs



# UNSER NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT

Beim SC Freiburg ist Nachhaltigkeit Teamwork. Unserem ganzheitlichen Verständnis folgend, beziehen wir alle Abteilungen unseres Vereins in unser Nachhaltigkeitsmanagement ein. Besonders wichtig ist es uns dabei, den kaufmännischen und den sportlichen Bereich gleichermaßen einzubinden. Wir sind der Überzeugung, dass alle unsere Mitarbeiter/innen etwas beitragen können – ob neue Ideen oder Anregungen oder Engagement in deren Umsetzung. Dieses Potenzial wollen wir weiter fördern und regen sie deshalb an, gezielt Vorschläge zu machen. Unser Ziel ist es, dass alle aktiv nach neuen Ansätzen und Verbesserungen suchen. So wollen wir Nachhaltigkeit mit Leben füllen und im täglichen Handeln greifbar machen. Denn nur, wenn Nachhaltigkeit erlebbar ist, wird sie ein fester Bestandteil unserer Vereinskultur.

## UNSERE NACHHALTIGKEITS-ORGANISATION

Nachhaltigkeit hat für den SC Freiburg eine strategische Dimension. Es ist uns wichtig, sie nicht als Zusatzaufgabe oder gar als schmückendes Beiwerk zu betrachten, sondern sie fest in unserer Organisation zu verankern. Um das zu gewährleisten, haben wir klare Kompetenzen und Verantwortlichkeiten geschaffen.

Die erste Verantwortungsebene liegt bei unseren Vorständen Oliver Leki und Jochen Saier. Sie bilden gemeinsam mit unserem Präsidenten Eberhard Fugmann den Lenkungsausschuss für das Thema Nachhaltigkeit und wirken dadurch aktiv an seiner strategischen Ausrichtung mit. Der Vorstand stimmt sich regelmäßig mit dem zuständigen Abteilungsleiter für Marketing und Nachhaltigkeit, Hanno Franke, und der Leitung der Projektgruppe Nachhaltigkeit ab. Sie spiegelt unseren themen- und abteilungsübergreifenden Ansatz wider und besteht aus Tobias Rauber und Anna Beck, die für die inhaltliche Entwicklung und Konzeption verantwortlich sind, Arne Stratmann für die Kommunikation sowie Daniela Danzeisen, die die Organisation und Koordination der Projektgruppe verantwortet.

Das Herzstück unserer Nachhaltigkeitsorganisation bilden die Mitarbeiter/innen unserer Projektgruppe Nachhaltigkeit, die aus allen Abteilungen unseres Vereins stammen. Dadurch stellen wir eine ganzheitliche, abteilungsübergreifende Konzeption und Koordination sicher.

Abteilungsübergreifende Projektgruppe Nachhaltigkeit (v.l.n.r.): Anna Beck, Stefan Schonhard, Tobias Rauber, Alexander Karthäuser, Tobias Schätzle, Simon Karlin, Manuel Dick, Daniela Danzeisen, Arne Stratmann, Hanno Franke. Auf dem Foto fehlen: Niklas Batsch, Florian Hermann, Dorinja Weizel, Johannes Winter

Die Mitglieder unserer Projektgruppe sind Multiplikatoren in ihren jeweiligen Abteilungen und Teams, um alle Mitarbeitenden für nachhaltiges Handeln zu sensibilisieren, Fragen zu beantworten, und – falls nötig – auch Überzeugungsarbeit zu leisten.

Tobias Rauber wird in seinem Team von Anna Beck unterstützt, die sich insbesondere um die lizenzierungsrelevanten Nachhaltigkeitsaspekte und um ökologische Nachhaltigkeitsthemen kümmert. Zu Raubers Team zählen außerdem Niklas Ziegler, der die Kooperation mit Partnern sowie das Thema Fortbildungen verantwortet, sowie Malte Wienecke, der die Sport-Quartiere sowie die Kita-Sportprogramme betreut. Wichtiger Bestandteil sind wie seit vielen Jahren die dualen Studierenden (aktuell: Katharina Bahr und Felix Bußmann, ab Oktober: Leonie Frank und Franziska Königer), ein/e Praktikant/in sowie Trainer/innen auf Mini-Job-Basis und auf Basis der Übungsleiterpauschale.

Wichtige Funktionen wie die der Beauftragten für Umwelt- oder Arbeitsschutz haben wir entweder unmittelbar in unser Team integriert oder wir arbeiten eng mit ihnen zusammen. Hier ergeben sich sehr große Schnittmengen mit den entsprechenden Themen und Zuständigkeiten. Diese Synergien wollen wir aktiv nutzen, auch im Sinne einer effizienten Gestaltung. Vor allem das vorhandene Erfahrungswissen und die Expertise stellen dabei eine wertvolle Bereicherung dar.

## UNSER ÜBERGEORDNETER MANAGEMENTANSATZ

Langfristiges, planvolles Agieren kennzeichnet auch unser Nachhaltigkeitsmanagement. Wir sind stets bestrebt, Zusammenhänge zu erkennen, in ihrer Wirkung zu verstehen und einzelne Faktoren nicht isoliert voneinander zu betrachten. Denn wir wollen sowohl sportlich als auch wirtschaftlich erfolgreich agieren und dabei Mehrwerte für Mensch und Umwelt schaffen.

Aus diesem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsverständnis heraus orientiert sich unser übergeordneter Managementansatz an den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, kurz SDGs). Dabei handelt es sich um 17 übergeordnete Ziele, die weltweit zu einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer und ökologischer Ebene beitragen sollen. Gerichtet sind sie an staatliche Akteure, aber auch an die Privatwirtschaft und die Zivilgesellschaft, weshalb sie auch für den SC Freiburg ein wichtiges, international anerkanntes Rahmenwerk darstellen.

Darüber hinaus ist es für uns elementar, die Nachhaltigkeitsthemen zu adressieren, die maßgeblich sind für den SC Freiburg. Bei ihrer Bestimmung betrachten wir zum einen, wo wir wichtige Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können, und zum anderen,

## NACHHALTIGKEITSZIELE DER VEREINTEN NATIONEN (SDGS)\*

### ALLE 17 ZIELE IM ÜBERBLICK

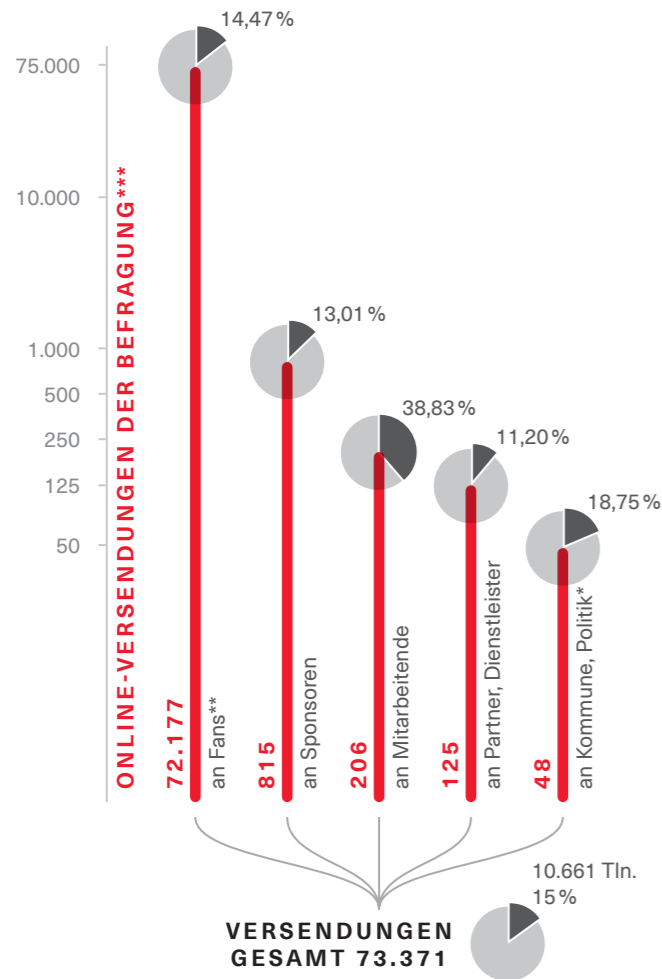
ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

- 1 KEINE ARMUT
- 2 KEIN HUNGER
- 3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN
- 4 HOCHWERTIGE BILDUNG
- 5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT
- 6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN
- 7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE
- 8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM
- 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR
- 10 WENIGER UNGLEICHHEITEN
- 11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN
- 12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION
- 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
- 14 LEBEN UNTER WASSER
- 15 LEBEN AN LAND
- 16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN
- 17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

\* Mit unseren zehn Handlungsfeldern zahlen wir auf 12 der 17 Sustainable Development Goals, kurz SDGs ein.



**STAKEHOLDER-BEFragung: ANZAHL DER TEILNEHMENDEN**



**LEGENDE**  
 ● 100 % der jeweiligen Versendung  
 ● Beantwortungsquote in %  
 Tln. = Teilnehmer/innen  
 \* Gemeinderat Stadt Freiburg  
 \*\* Fans: Mitglieder, Dauerkarteninhaber/innen und Newsletter-Abonent/innen

Der Austausch mit unseren Stakeholdern hilft uns dabei, diesen „Impact“ zu bestimmen und einzuordnen. Die Integration der unterschiedlichen strategisch relevanten Stakeholder in unsere Entscheidungsprozesse ist deshalb ein wichtiger Baustein unseres Nachhaltigkeitsmanagements. In einem ersten Schritt haben wir deshalb im September 2022 in einem Workshop mit unserer Projektgruppe Nachhaltigkeit die für uns wichtigen Anspruchsgruppen identifiziert (siehe Grafik Stakeholder-Gruppen).  
 Wie wir im nächsten Kapitel beschreiben, haben wir bereits einige dieser Gruppen im Rahmen der Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in einen Dialog eingebunden. Das wollen wir in den nächsten Jahren kontinuierlich fortführen und dabei unterschiedliche Formate – wie zum Beispiel schriftliche Befragungen, runde Tische oder Mitgliederforen – zum Einsatz bringen. Denn wir betrachten diesen Austausch auch als Quelle von Ideen und Anregungen, wie wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter verbessern können. Zudem werden wir für kritische Themen sensibilisiert und können mögliche Risiken für den SC Freiburg schneller identifizieren.

**EIN EFFEKTIVES RISIKOMANAGEMENT**

Die Identifikation und Reduktion von Risiken ist für den SC Freiburg ein wichtiger Management-Baustein. Sie umfasst nicht nur sportliche und finanzielle, sondern auch nachhaltigkeitsbezogene Risiken. Beispielhaft können hier Risiken genannt werden, die aus dem Klimawandel resultieren. Die zunehmende Zahl an sogenannten Extremwetterphänomenen wie Stürmen, Starkniederschlägen und Überschwemmungen wird einen geregelten Spielbetrieb zukünftig mehr und mehr gefährden. So geht etwa die Rapid Transition Alliance in einer Studie zum Profifußball in England davon aus, dass bis 2050 ein Viertel der Vereine von massiven Überschwemmungen betroffen sein wird und Spieltagsausfälle zur Regel werden. Ähnliche Studien für Deutschland fehlen, was eine Auseinandersetzung mit den entsprechenden Risiken – auch im Verbund mit anderen Clubs – umso dringlicher macht.

Gleiches gilt für konstant ansteigende Durchschnittstemperaturen, die uns besonders betreffen werden, da wir in einer der wärmsten Regionen Deutschlands beheimatet sind. Ob ein regelmäßiger Trainings- und Spielbetrieb in den Sommermonaten künftig noch möglich sein wird, wenn Temperaturen und Hitzetage stark zunehmen, muss kritisch untersucht werden. So lagen die Durchschnittstemperaturen im Sommer 2022 bereits 4,1 Grad Celsius über dem langjährigen Mittel von 1961 bis 1990. Gleichzeitig gingen die Niederschläge in den Frühjahrsmonaten und damit in der natürlichen Hauptwachstumszeit um fast 50 Prozent zurück, was

\*\*\* Zeitraum der Befragungen: Juli 2022 bis Februar 2023

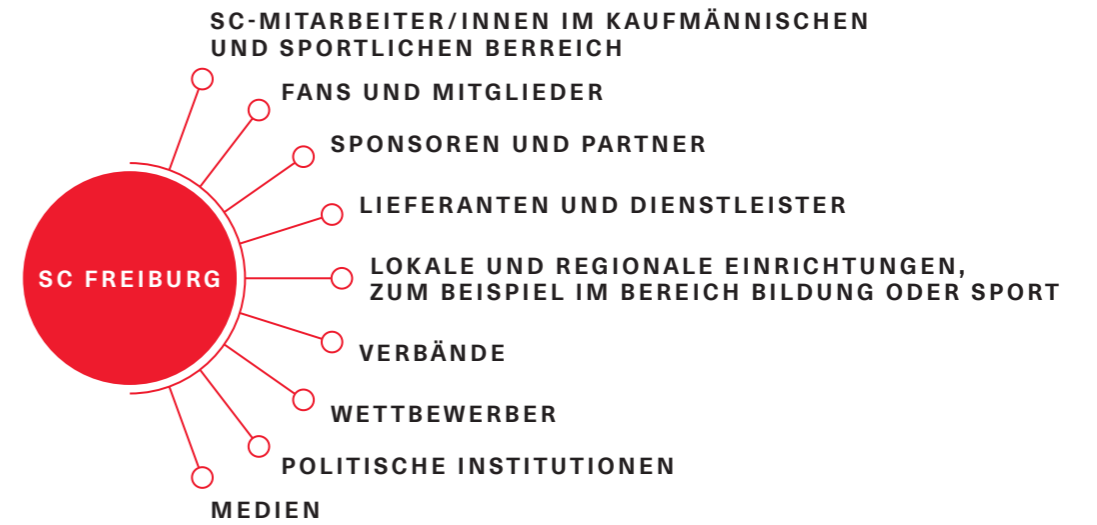
welche Nachhaltigkeitsthemen maßgeblichen Einfluss auf uns als Bundesligisten haben. Diese duale Betrachtungsweise, die wir im Kapitel zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie (Seite 19, Wesentlichkeitsanalyse) näher beschreiben, ist grundlegend für unseren Managementansatz. Denn wir wollen unsere Kapazitäten und Ressourcen nicht nach dem Gießkannenprinzip zum Einsatz bringen, sondern dort, wo es für uns und unsere Stakeholder bedeutsam ist.

**STAKEHOLDER-MANAGEMENT**

Die Gründe für uns, einen aktiven Dialog mit unseren Stakeholdern zu führen, sind vielfältig. Zuerst sehen wir es als Teil unserer partnerschaftlichen Verantwortung, ihnen offen und auf Augenhöhe zu begegnen, um ihre Wünsche und Anliegen, aber auch ihre Befürchtungen besser zu kennen und zu verstehen.

Aus einer übergeordneten gesellschaftlichen Perspektive berühren unsere Aktivitäten als national ausgerichteter, aber regional fest verwurzelter Fußballverein die Interessen vieler Menschen und der Natur, insbesondere im südbadischen Raum. Daraus leiten wir die Verpflichtung ab, die sozialen und ökologischen Auswirkungen unseres Handelns stets im Auge zu behalten.

**STRATEGISCH RELEVANTE STAKEHOLDER-GRUPPEN**



gravierende Folgen für die Bewässerung und damit die insgesamt knappe Ressource Wasser hat.

Ein Risiko für uns, das primär in gesellschaftlichen Entwicklungen begründet liegt, sind der demographische Wandel und die Altersverschiebung in der Bevölkerung in Deutschland. So verändern sich nicht nur unsere Fan- und Mitgliederstrukturen, auch der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte wird weiter an Intensität zunehmen. Wir sind sicher, dass der SC Freiburg eine sehr hohe Arbeitgeberattraktivität besitzt, wollen uns auf dieser aber nicht ausruhen und sie durch eine konsequent nachhaltige Ausrichtung weiter steigern. Auch was die bestehende Belegschaft betrifft, ist Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Faktor im Hinblick auf Mitarbeiter-Loyalität und -Motivation geworden.

Gestiegen ist die Erwartungshaltung diesbezüglich auch bei externen Stakeholdern, insbesondere bei Sponsoren und den für uns wichtigen Verbänden. Mehr und mehr Sponsoren legen Wert auf die nachhaltige Ausrichtung ihrer Partner, weshalb diesbezügliche Defizite die Sponsorengewinnung und -bindung zunehmend erschweren werden. Dies gilt auch für den Erhalt

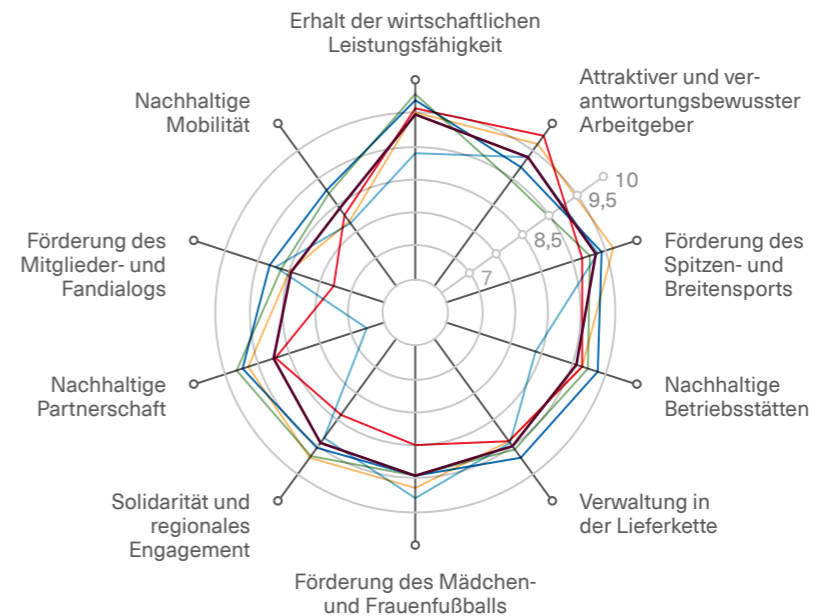
der für uns notwendigen Lizenz, die die Deutsche Fußball Liga (DFL) zukünftig an die Erfüllung einer großen Zahl an sozialen und ökologischen Kriterien sowie eine verantwortungsvolle Clubführung bindet.

Deshalb wollen wir beim SC Freiburg die systematische Erfassung und Beurteilung von Nachhaltigkeitsrisiken im Hinblick auf ihre Eintrittswahrscheinlichkeit und die Höhe möglicher Schäden stetig erweitern. Dabei greifen wir nicht nur auf die Erfahrung und Expertise unserer Führungskräfte zurück, sondern binden, wie eingangs erwähnt, auch unterschiedliche Experten und Stakeholder-Gruppen ein. Damit agieren wir auch ganz im Sinne der von den Vereinten Nationen formulierten 17 SDGs, denn wir sind der Überzeugung, dass „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“ (Ziel Nr. 17) den besten Ansatz darstellen, um gemeinsam eine lebenswerte Zukunft zu gestalten. Diesen partnerschaftlichen Ansatz, getragen vom aktiven Dialog mit einzelnen Stakeholder-Gruppen, spiegelt auch die Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie wider.

// Autor: Matthias Fikfa

**ERGEBNISSE DER STAKEHOLDER-BEFragung**

\*Bewertung der Wichtigkeit der Handlungsfelder durch die Stakeholdergruppen in einer Online-Befragung im Zeitraum Juli 2022 bis Februar 2023.



**FRAGE: WIE WICHTIG SOLLEN AUS IHRER SICHT DIE FOLGENDE THEMEN FÜR DEN SC FREIBURG SEIN?\***

**LEGENDE**  
 ● Mitglieder/ Fans  
 ● Sponsoren  
 ● Mitarbeiter/innen  
 ● Partner / Dienstleister  
 ● Politik  
 ● Durchschnitt  
 0 = nicht wichtig  
 10 = extrem wichtig

# UNSERE NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE

Im Jahr 2022 haben wir unsere erste Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Sie ist maßgeblich für die Gestaltung und Ausrichtung unserer nachhaltigkeitsbezogenen Aktivitäten. Auf einer umfassenden Wesentlichkeitsanalyse basierend, umfasst sie die für uns entscheidenden Handlungsfelder und gibt die Ziele vor, die wir erreichen wollen. Trotz des verbindlichen Charakters unserer Strategie verstehen wir sie nicht als statisches, sondern als lebendiges Element, das wir kontinuierlich weiterentwickeln wollen. Dies spiegelt unser Verständnis von Nachhaltigkeit als Lernprozess wider – mit dem übergeordneten Ziel der stetigen Verbesserung.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie gründet auf einer klar definierten Vision und Mission, die unser Nachhaltigkeitsverständnis prägen. Eine organisationale Verankerung stellt sicher, dass die Strategie aus allen Bereichen und Abteilungen des SC Freiburg heraus entstanden ist und in ihnen umgesetzt wird.

## COMMITMENT ALS FUNDAMENT

Die dritte Säule, auf der unsere Strategie ruht, ist das Commitment der Verantwortlichen des Vereins. Der Vorstand unseres Vereins hat die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie nachdrücklich unterstützt und sich aktiv in den Strategieprozess eingebracht. Zudem haben sie die für eine erfolgreiche Strategieentwicklung und -umsetzung notwendigen Ressourcen bereitgestellt. Dazu gehören vor allem zeitliche Kapazitäten, die für die Durchführung eines umfassenden Strategieprozesses notwendig sind.

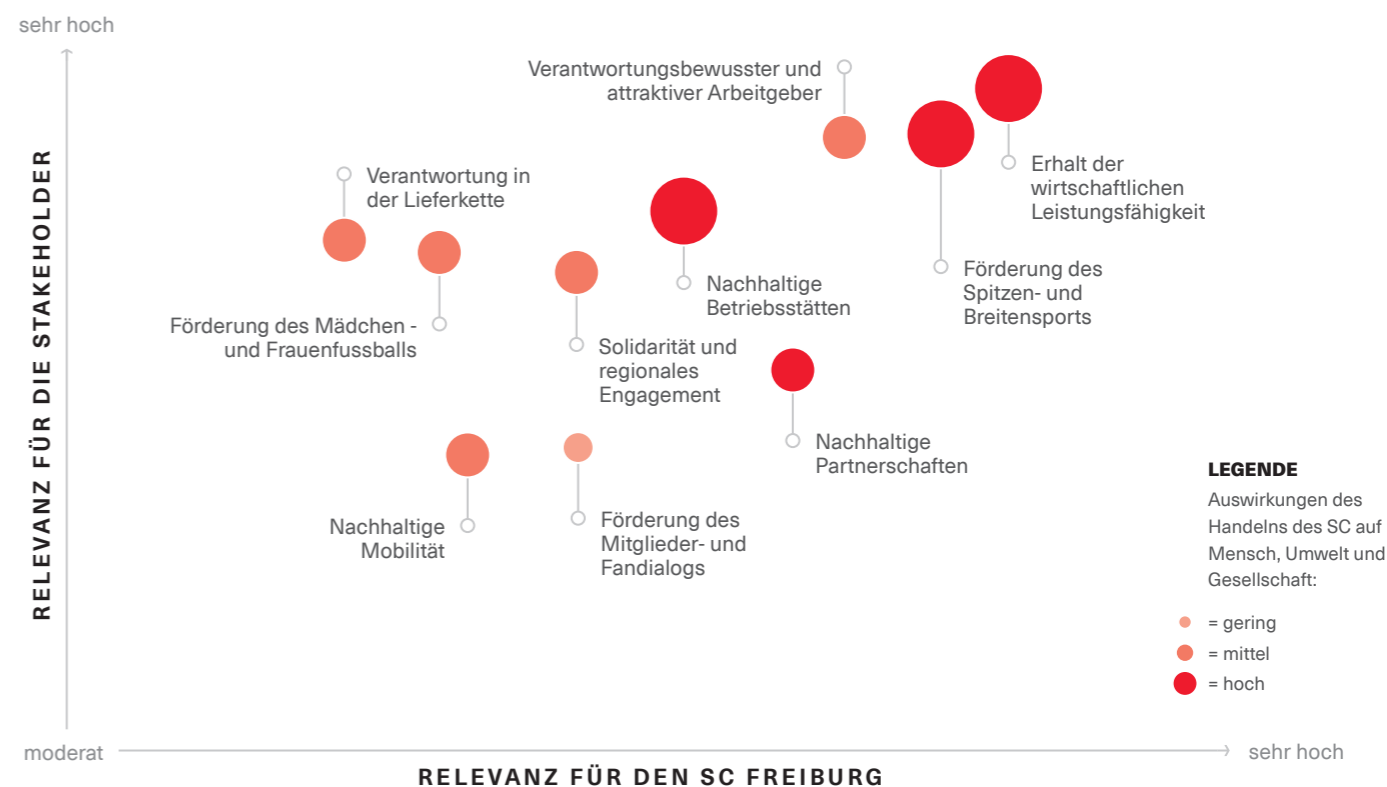
## DIE STRATEGISCHE ANALYSE

Der erste Schritt unseres Strategieprozesses bestand aus einer internen Analyse, die im März 2022 von Mitgliedern des SC-Nachhaltigkeitsteams aus unterschiedlichen Abteilungen im Hinblick auf die drei Dimensionen „Ökonomie“, „Ökologie“ und „Soziales“ durchgeführt wurde. Die abteilungsübergreifende Zusammensetzung haben wir bewusst gewählt, um unterschiedliche Perspektiven einzubringen. Dabei wurden eine Bestandsaufnahme bestehender Nachhaltigkeitsaktivitäten vorgenommen sowie die damit verbundenen Stärken und Schwächen bestimmt. Dabei wurde uns deutlich, dass wir bereits sehr viel im Bereich der Nachhaltigkeit tun, dies zum Teil aber nie bewusst als nachhaltige Aktivität betrachtet oder gar bezeichnet haben. Es wurden aber auch Defizite deutlich, etwa im Bereich des Umweltmanagements oder der systematischen Erfassung von Daten.

Neben der internen Analyse wurde gleichzeitig von einer ebenfalls abteilungsübergreifenden Arbeitsgruppe eine externe Analyse auf Basis des bewährten PESTEL-Modells vorgenommen, um zu identifizieren, mit welchen ökologischen, politischen, wirtschaftlichen, technischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen der SC Freiburg jetzt und in Zukunft konfrontiert ist. Die Fragestellungen lauteten dabei unter anderem: Welche Entwicklungen treiben das Thema Nachhaltigkeit im Fußball, und welche Veränderungen bringen sie mit sich? Wie verändern sich dadurch unser Umfeld und unsere Branche? Welche Entwicklungen wir dabei identifiziert haben und welche Chancen und Risiken wir von ihnen auf uns ausgehen sehen, beschreiben wir in den folgenden Kapiteln.

Um interne und externe Analyse zusammenzubringen und einordnen zu können, wo wir stehen, haben wir zudem die Nachhaltigkeitsaktivitäten ausgewählter Bundesliga-Clubs betrachtet. Dies ist für uns auch insofern relevant, als dass wir der Überzeugung sind, dass der DFL e.V. und seine Mitglieder im Verbund am meisten bewegen können. Zudem war es uns wichtig, den

## WESENTLICHKEITSMATRIX



Frauenfußball in unsere Analyse einzubeziehen, weshalb wir auch eine Betrachtung der Frauenbundesliga vorgenommen haben.

Die gesamten Analyse-Ergebnisse haben wir in einem Workshop zusammengeführt, um die grundsätzlich entscheidenden Nachhaltigkeitsthemen für den SC Freiburg zu bestimmen. Diese Auswahl ist für uns wichtig, da Nachhaltigkeit in ihrer Gesamtheit eine Fülle an Themen beinhaltet, die nicht alle wirkungsvoll adressiert werden können. Zudem wollen wir unsere Ressourcen gezielt einsetzen und nicht nach dem Gießkannenprinzip verfahren. Die zehn von uns als wichtig identifizierten Themen bilden die Grundlage unserer Wesentlichkeitsanalyse.

## UNSERE WESENTLICHKEITSMATRIX

Die Idee einer Wesentlichkeitsanalyse ist es, die für eine Organisation wichtigen Nachhaltigkeitsthemen

und deren Bedeutung zu bestimmen. Dabei ist jedoch nicht nur die Relevanz der Themen für die Organisation selbst entscheidend, sondern auch deren Relevanz für die Stakeholder und ihre Bedeutung im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung. Diese drei Dimensionen waren auch Gegenstand unserer Analyse.

Im ersten Schritt haben wir deshalb betrachtet, wie wichtig diese zehn Themen aus der ureigenen Perspektive des SC Freiburg sind. Im Rahmen dieser „Geschäftsrelevanz“ haben wir untersucht, welchen Einfluss die einzelnen Themen auf unseren sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg, unsere Zukunftsfähigkeit, aber auch auf einzelne Bereiche und Funktionen des Vereins haben. Um hier ein möglichst umfassendes Bild zu bekommen, haben wir in mehreren Workshops das Nachhaltigkeitsteam, die Abteilungsleitungen sowie Vorstand und Präsident einbezogen.

Ein wichtiges Ziel dieses Arbeitsschritts war zudem für uns die systematische Identifikation von Chancen und Risiken, die die einzelnen Themen für den SC Freiburg mit sich bringen. Deshalb stellt die vorgenommene Analyse auch einen Bestandteil unseres Risikomanagements dar. Welche Risiken wir hier sehen, erläutern wir in der folgenden Beschreibung der jeweiligen wesentlichen Themen. Die unterschiedliche Bedeutung der Themen aus der Perspektive des SC Freiburg wird durch ihre Einordnung auf der X-Achse unserer Wesentlichkeitsmatrix wiedergespiegelt.

Diese sogenannte „Outside-In“-Betrachtung, bei der es um Einflüsse auf eine Organisation geht, haben

**WIR WOLLEN UNSERE RESSOURCEN GEZIELT EINSETZEN UND NICHT NACH DEM GIESSKANNENPRINZIP.**

## EINE REGELMÄSSIGE ÜBERPRÜFUNG DER MATRIX IST FÜR UNS SELBSTVERSTÄNDLICH.

wir um eine „Inside-Out“-Analyse erweitert, die auch häufig als „Impact-Dimension“ bezeichnet wird. In deren Rahmen haben wir in einem Workshop betrachtet, welche positiven und negativen Auswirkungen ökonomischer, ökologischer und sozialer Natur von unserem Handeln ausgehen. Dadurch können wir bestimmen, wo wir positive Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung weiter verstärken und negative reduzieren können. Um dabei eine anerkannte Orientierungshilfe bei der Analyse zu haben, haben wir auf die SDGs zurückgegriffen und betrachtet, zu welchen der 17 Ziele wir in unseren wesentlichen Handlungsfeldern beitragen können. Die Reich- und Tragweite unseres Einflusses („Impact“) haben wir in „gering“, „mittel“ und „hoch“ unterschieden, was in der Wesentlichkeitsmatrix durch unterschiedliche Kreisgrößen dargestellt ist.

Da wir jedoch nicht nur die Bedeutung der wesentlichen Themen aus unserer Perspektive bestimmen wollen, haben wir unsere Stakeholder in diesen Prozess einbezogen und gebeten, uns bei der Bestimmung der Wichtigkeit der Themen zu unterstützen. Dazu haben wir ein Online-Survey mit offenen und geschlossenen Fragen an vier Stakeholder-Gruppen verschickt, die wir in einem Stakeholder-Mapping als zentral identifiziert haben.

Insgesamt haben 10.441 Fans (bestehend aus Mitgliedern, Dauerkarteninhaber/innen und Newsletter-Abonent/innen mit einer kumulierten Rücklaufquote von 14,5 Prozent), 106 Sponsoren und Partner (13,0 Prozent), 80 Mitarbeitende (38,9 Prozent) und 13 Vertreter/innen der kommunalen Politik (26,5 Prozent) an der Umfrage teilgenommen. Die durchweg hohen Rücklaufquoten zeigen uns das große Interesse am Thema. Ihre Einschätzungen werden auf der Y-Achse unserer Matrix abgebildet.

Darüber hinaus waren für uns die vielen Vorschläge, aber auch die Kritik, die im offenen Teil des Fragebogens von den jeweiligen Gruppen – insbesondere unseren Fans – genannt wurden, sehr hilfreich. Sie bieten uns wichtige Anregungen zur Verbesserung, denn die Interessen und Erwartungen unserer Stakeholder sind maßgeblich für unsere Akzeptanz in der (Stadt-)Gesellschaft und für unseren Erfolg. Den Stakeholder-Dialog betrachten wir somit nicht nur als Beitrag zu einem fairen und transparenten Umgang mit unseren Anspruchsgruppen, sondern auch als wertvollen Input für uns, um Schwachstellen und Potenziale zu identifizieren.

In der Gesamtschau hat sich unter Berücksichtigung der drei erläuterten Dimensionen die Wesentlichkeitsmatrix mit zehn Handlungsfeldern auf (siehe Seite 19) für uns ergeben. Andere Themen, die wir analysiert und diskutiert haben, die aber nur von sehr geringer oder geringer Bedeutung sind, sind aufgrund der mangelnden Wesentlichkeit in ihr nicht dargestellt.

Die wesentlichen Themen stellen die Schwerpunkte unserer Nachhaltigkeitsstrategie dar und ermöglichen eine zielgerichtete, konsequente Bearbeitung für die nächsten Jahre. Dabei sind wir uns bewusst, dass sich sowohl die internen als auch die externen Rahmenbedingungen, die unseren Analysen zugrunde lagen, jederzeit maßgeblich verändern können – gerade in der volatilen Welt des 21. Jahrhunderts. Eine regelmäßige Überprüfung und gegebenenfalls auch Überarbeitung der Matrix ist deshalb für uns selbstverständlich.

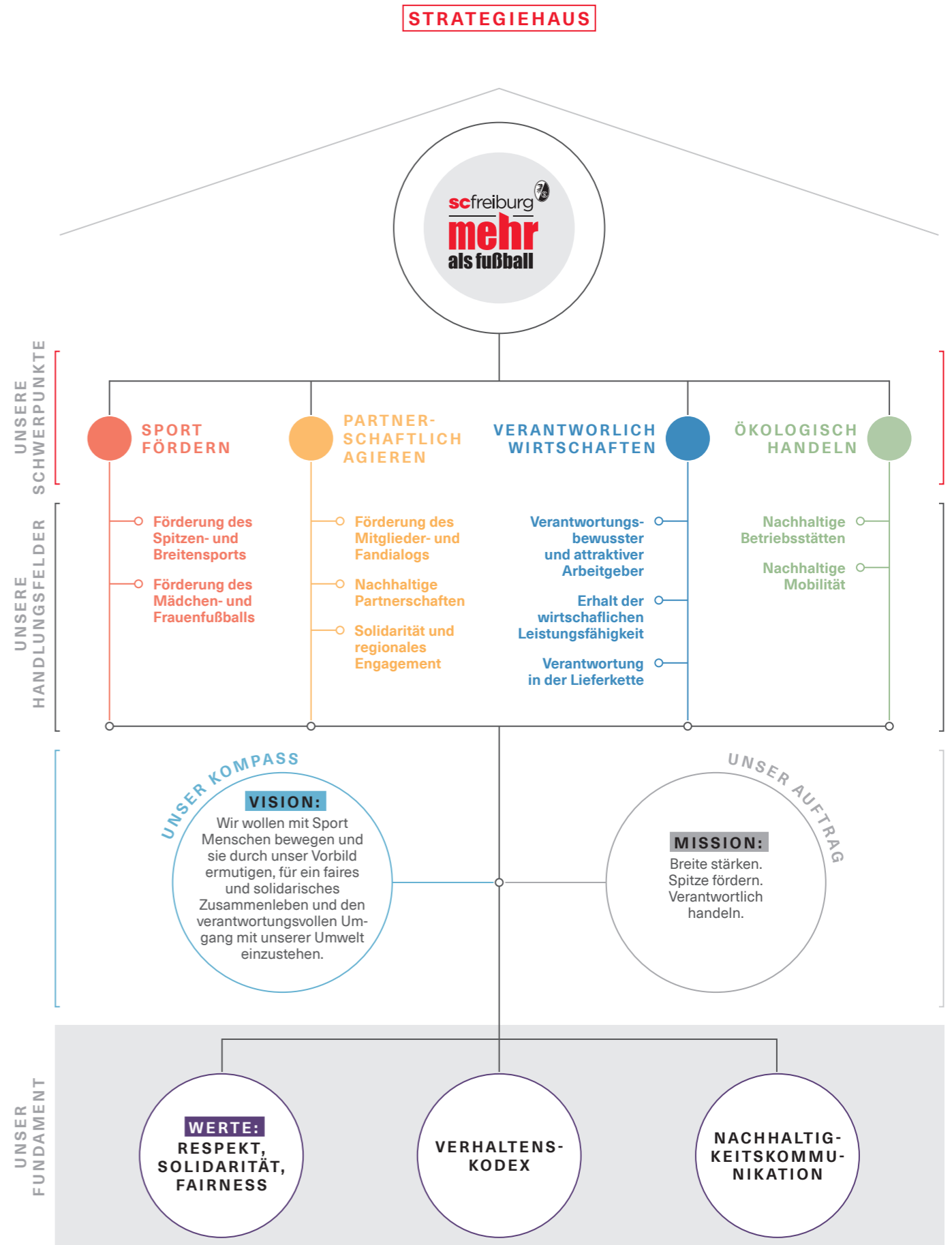
### UNSER STRATEGIEHAUS

Um unseren Stakeholdern und uns als Verein eine klare Übersicht über die inhaltlichen Schwerpunkte und Handlungsfelder unserer Strategie und ihrer Grundlagen zu geben, haben wir die einzelnen Bausteine in einem Strategiehaus zusammengefasst.

Das Strategiehaus enthält aus Gründen der Übersichtlichkeit keine strategischen und operativen Ziele sowie die Maßnahmen, die wir im nächsten Prozessschritt bestimmt haben. Zu diesem Zweck wurden Verantwortliche für die zehn Handlungsfelder aus unserem Nachhaltigkeitsteam bestimmt, die Expertenwissen und Erfahrung in den jeweiligen Themen aufweisen. Unter Einbezug weiterer Mitarbeitender mit entsprechendem Know-how haben sie Ziele und Maßnahmen erarbeitet und mit den jeweiligen Abteilungsleitenden und dem Vorstand abgestimmt, um Koordination und Legitimation zu gewährleisten.

Welche strategischen Ziele wir uns in unseren zehn Handlungsfeldern gesteckt haben, erläutern wir in den nachfolgenden Kapiteln.

// Autoren: Matthias Fifka und Uli Fuchs





# SPORT FÖRDERN



Fotos: Achim Keller (links) // Daniel Kopatsch / Bundesliga (rechts)

# 01

# FÖRDERUNG DES SPITZEN- UND BREITENSSPORTS

Die Förderung des Spitzen- und Breitensports ist nicht nur eines unserer zehn Handlungsfelder, sondern auch unsere Hauptaufgabe und damit Kernkompetenz als Bundesligaverein. Durch eine kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Breitensportförderung und den nachhaltigen Ausbau der Sportstrukturen in der Stadt Freiburg, unter anderem mit verschiedenen Kooperationspartnern beim Aufbau von Sport-Quartieren, und der Region Südbaden wollen wir die Begeisterung für Sporttreiben bei Kindern und Jugendlichen erhöhen. Gleichzeitig vergrößern wir dadurch den Pool der regionalen Talente und damit die Wahrscheinlichkeit, auch in Zukunft durch gezielte, vor allem nachhaltige Spitzensportförderung SC-Eigenwächse in den professionellen Leistungssport zu bringen.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Tobias Rauber

# VERNETZEN. QUALIFIZIEREN. BEWEGEN.



Michael Werner: Trainer und Koordinator Jugendfußball bei TSV Alemannia Freiburg-Zähringen und Sport-Quartiers-Koordinator Zähringen-Brühl

**SPORT  
QUARTIERE**  
ZÄHRINGEN-BRÜHL:  
BEISPIELHAFTER  
EINBLICK IN EIN  
SPORT-QUARTIER

#### LEGENDE

- Partner-Kita
- Partnerverein
- Sozial-Akteur
- Freiburger Sprach-Ballschule
- Füchsle-Camp
- Füchsle-Ballschule
- kick mobil
- Fußball-AG
- Pilot Füchsle-Ballschule mit Sprach-Elementen

„Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.“ war seit der Eröffnung der Freiburger Fußballschule im Jahr 2001 das Prinzip der Talentförderung beim Sport-Club. Spätestens mit der Gründung des Bereichs Gesellschaftliches Engagement 2015 wurde die Idee gezielt – mit Blick über den sportlichen Tellerrand hinaus – weiterentwickelt und bei der Erstellung der Nachhaltigkeitsstrategie zur „Mission“ des gesamten Vereins erhoben. Ihre Umsetzung findet im Programm „Sport-Quartiere Freiburg“ ihren adäquatesten Ausdruck.

**V**ielleicht genügt ja schon das: Noch im Ohr zu haben, wie Hennig Harnisch den rund 100 Zuhörenden drinnen vor ein paar Minuten von Freiburg vorgeschwärmt hat. Vom sportiven Spirit, den die Stadt atmet, von der enormen positiven Energie, die sie an so einem sonnigen Samstagvormittag im Juni ausstrahlt. Und dann draußen, auf dem Trainingsplatz im Dreisamstadion, für einen Moment diesem Mädchen zuzuschauen. Zu sehen, wie die vielleicht Zehnjährige den Ball im Lauf mit der Fußsohle zurückzieht, sich um die eigene Achse dreht, den Ball mit der Innenseite mitnimmt. Die Leichtigkeit, mit der sie das tut, förmlich fühlen zu können, und auch die Selbstverständlichkeit, das in diesem Augenblick völlige Bei-sich- und Aufgehoben-Sein des Mädchens in ihrer Gruppe.

Vielleicht genügt tatsächlich schon das zufällige Zusammentreffen dieser zwei Szenen, um nachempfunden zu können, warum Hennig Harnisch als ehemaliger Basketballstar und heutiger Vizepräsident von Alba Berlin bekennender Freiburg-Fan ist. Fan der Stadt und ihres Lebensgefühls. Und als ambitionierter Kämpfer für einen Kindersport, der neue Wege sucht und geht, auch Fan des SC Freiburg und insbesondere seiner Breitensportförderung.

#### NEUE ABTEILUNG, NEUES LEVEL

Oft haben Harnisch und die Macher/innen des Projekts „Sport vernetzt“, das er mit Alba Berlin betreibt, in den vergangenen Jahren die Köpfe mit dem SC zusammengesteckt, sich ausgetauscht. Auch weil es viele gemeinsame Ideen gibt, Kinder und Jugendliche für Sport zu begeistern und damit in ihrer Entwicklung zu fördern.

Bekanntlich hatte der Sport-Club die Nachwuchsförderung schon mit der Eröffnung der Freiburger Fußballschule 2001 zu einem Eckpfeiler seines gesamten sportlichen Konzepts erklärt. „Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.“ lautet seither das Prinzip, nach dem im Nachwuchsleistungszentrum des Clubs gearbeitet wird. Und mittlerweile auch in der Frauen- und Mädchenfußballabteilung, nicht zu vergessen in der Abteilung Gesellschaftliches Engagement (zukünftig: Nachhaltigkeit), die der Sport-Club 2015 gründete.

Es ist ein Einschnitt. Denn mit dieser Gründung der damals neuen Abteilung gewichtete der Sport-Club sein gesellschaftliches Engagement noch einmal neu. Man könnte auch sagen: Er begann das, was er „Breite stärken“ nennt, sprich: seine Förderung des Sports an der Basis – und keineswegs nur des Fußballsports –, auf ein neues Level zu heben. Bedeutete einerseits, die frühe Idee hatte und hat weiterhin Bestand: Regionale Talente auszubilden, um sie an die Profiabteilung heranzuführen; und gleichzeitig den Sport im Allgemeinen und Fußball im Speziellen in der Breite zu fördern, um perspektivisch mit dem Pool von Kindern, die Spaß am Sport haben, auch den Pool der besonders Begabten zu vergrößern.

Andererseits wurde die Umsetzung dieser Idee mit der Gründung der neuen Abteilung Gesellschaftliches Engagement nun aber ganz gezielt forciert – und der Blick über den sportlichen Tellerrand hinaus dabei beträchtlich intensiviert. Entstanden ist so ein ganzheitliches Konzept, bei dem der Sport weiter ein zentraler Aspekt, aber längst nicht (mehr) der alleinige Treiber ist. Explizit bekennt sich der Sport-Club spätestens mit seiner neu geschaffenen Abteilung Gesellschaftliches Engagement auch zu der Idee, dass Sport „wertvolle gesellschaftliche Beiträge“ leisten kann – und dass er die auch leisten soll.

Ein Potenzial, das nicht zuletzt bei der Nachwuchsförderung des SC Freiburg aktiviert werden soll. Indem weiterhin die besonders Begabten gefördert werden, >>

**TEILNEHMERZAHLEN  
SPORTPROGRAMME  
2022/23**

**SPRACH-BALLSCHULE**

**17 // 220**

**FÜCHSLE-BALLSCHULE**

**16 // 387**

**FUNIÑO-AG**

**6 // 152**

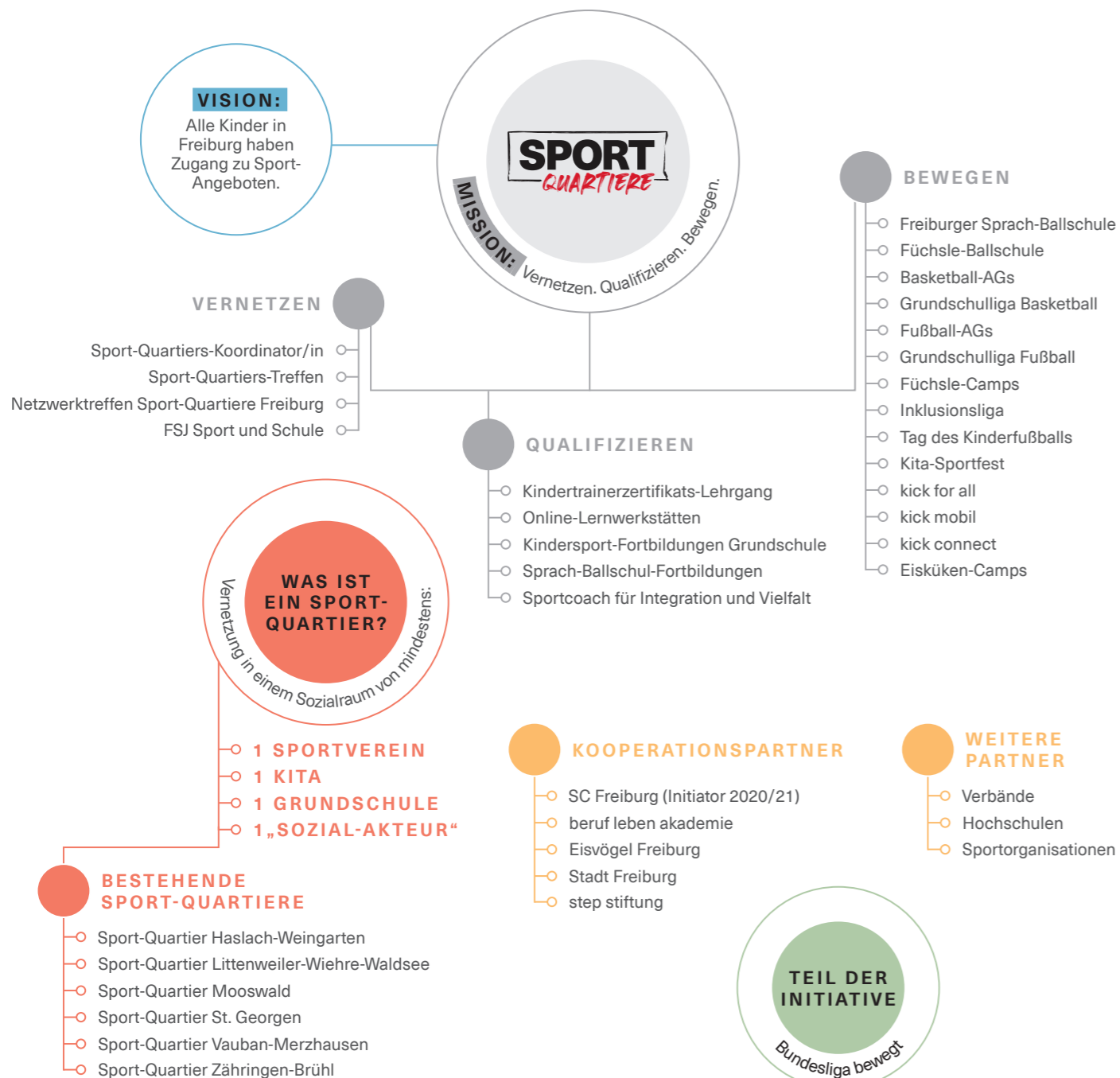
**FÜCHSLE-CAMPS 2022**

**24 // 1.481**

VERANSTALTUNGEN PRO WOCHE

TEILNEHMERZAHLEN PRO WOCHE

**KONZEPT SPORT-QUARTIERE FREIBURG**



aber parallel dazu – und intensiver als früher – wird die Begeisterung für Sport nun eben auch in der Breite geweckt und weiterentwickelt. Mit Sportangeboten in Kitas, in Grund- und weiterführenden Schulen etwa oder mit der Förderung der Arbeit in den Nachwuchsabteilungen kleinerer Vereine. Ausdrücklich formuliertes Ziel dabei: Kindern neben dem Spaß an der Bewegung und dem gemeinsamen Spiel die Werte zu vermitteln, für die der Verein auch selbst stehen will: Respekt, Solidarität und Fairness.

Getragen ist das von der Überzeugung, dass diese Werte nicht nur das Wesen des Spiels ausmachen und den Umgang innerhalb von Teams und mit Gegnern

bestimmen sollen. „Auch im gesellschaftlichen Miteinander“, heißt es in der Nachhaltigkeitsstrategie des Sport-Club, „erachten wir einen fairen, respektvollen und solidarischen Umgang als essentiell.“ In diesem Papier, das in den vergangenen zwei Jahren in einem umfangreichen Prozess erarbeitet wurde, wird darüber hinaus explizit die Intention bekräftigt, diese Werte, „auch über unseren Verein hinaus (zu) vermitteln und (zu) fördern, um damit zu einem besseren gesellschaftlichen Zusammenleben beizutragen“.

Noch einmal anders ausgedrückt: Was bei der Gründung der Fußballschule noch sehr stark sportlich konnotiert war und als Talentförderkonzept erfolgreich

umgesetzt wurde (siehe Interview mit Klemens Hartenbach, Seite 34), wird nun gezielt und verstärkt auch in seiner sozialen Dimension weiterentwickelt. Nicht umsonst wurde der Slogan „Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.“, der ursprünglich die Kernidee der Freiburger Talentförderung illustrierte, bei der Entwicklung der SC-Nachhaltigkeitsstrategie zur, wie es dort genannt wird, „Mission“ für den gesamten Verein erhoben.

**„WIR HABEN EINEN TRAUM“**

Seinen adäquatesten Ausdruck fand und findet diese Fortentwicklung im Projekt Sport-Quartiere Freiburg, das 2021 auf Initiative des Sport-Club aus der Taufe gehoben wurde. Seit der Saison 2021/22 sind es vier Partner, die das Projekt gemeinsam mit dem SC kontinuierlich weiter ausbauen: die Basketballerinnen der Eisvögel, die Stadt Freiburg, die beruf leben akademie und die step stiftung.

„Wir haben einen Traum“, stand vergangenes Jahr auf einem Plakat der Sport-Quartiere und in großen Lettern darunter: „Alle Kinder in Freiburg haben Zugang zu Sportangeboten.“ Eine ganz ähnliche Idee übrigens, wie sie schon seit Jahren auch Henning Harnisch mit Alba Berlin und der Initiative „Sport vernetzt“ in der Bundeshauptstadt (und nicht nur da) verfolgt.

In Freiburg ist dieses übergeordnete Ziel leichter zu erreichen als in Berlin mit seinen wuchtigeren sozialen Verwerfungen, glaubt der frühere Basketball-Nationalspieler. Aber die überregionalen Trends sind eben auch in Südbaden deutlich zu spüren: So erreichen etwa nur 16 Prozent der Kinder in Deutschland die von der Weltgesundheitsorganisation WHO empfohlene Bewe-

gungszeit von täglich 60 Minuten. Oder dass Heranwachsende aus sogenannten Risikolagen wie beispielsweise Armut, Erwerbslosigkeit oder Geringqualifizierung der Eltern davon besonders betroffen sind.

Und natürlich gehören fachfremde Sportlehrer/innen und ausfallender Sportunterricht auch in Freiburg zum Alltag. Ganz zu schweigen davon, dass in den vergangenen zwölf Jahren und verschärft durch Corona im Gebiet des Südbadischen Fußball-Verbandes jede fünfte Juniorenmannschaft vom Spielbetrieb abgemeldet wurde – bei den Juniorinnen war es gar jedes zweite Team.

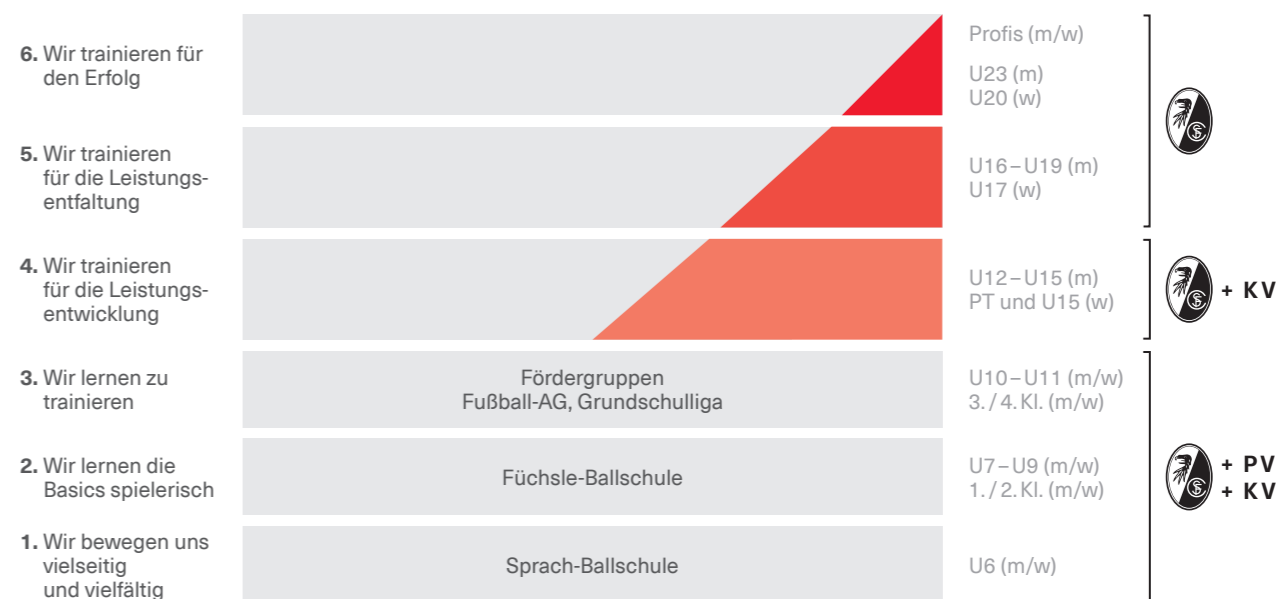
Der Ansatz, dem entgegenzusteuern, ist im Claim der Sport-Quartiere kompakt zusammengefasst: „Vernetzen. Qualifizieren. Bewegen“. Heißt konkret: In einem überschaubaren Raum, wie etwa einem Stadtteil, werden Kitas, Grundschulen, Sportvereine und gegebenenfalls soziale Einrichtungen wie Jugendzentren zuerst einmal – und durchaus im Sinne des Wortes – zusammen an einen Tisch gebracht.

Im regelmäßigen Austausch untereinander sowie begleitet und unterstützt von den Initiatorinnen der Sport-Quartiere werden dort dann aufeinander abgestimmte sportartübergreifende Bewegungsangebote für Kitas und Grundschulen entwickelt und ihre Umsetzung organisiert. Wichtiger zusätzlicher Baustein, um mit der Qualität der Angebote auch tatsächlich für Spaß und Begeisterung bei den Kindern sorgen zu können: Qualifizierungsangebote für (potenzielle) Trainer/innen und Lehrer/innen.

Die Fäden jedes Sport-Quartiers sollen in einem Sportverein vor Ort zusammenlaufen. Von diesem Verein aus werden mit Hilfe der jeweiligen Sport-Quartiers-Koordinator/innen, die es für jedes Sport-Quartier gibt, alle Aktivitäten koordiniert. Und – selbst daran haben



**AUSBILDUNGSDIEE SC FREIBURG IM STADTGEBIET FREIBURG**



**LEGENDE**

● Mannschaften SC Freiburg ● Breitensport KV = Kooperationsverein PV = Partnerverein PT = Perspektivteam

# Fortbildungen:

SBFV-SCF-KINDERTRAINERZERTIFIKAT  
2022/23

36 // 902

VERANSTALTUNGEN

TEILNEHMER/INNEN

die Projektentwickler/innen gedacht – sollen lokale Entscheidungsträger/innen in diesen Prozess eingebunden und damit Lobbyarbeit für den Kindersport betrieben werden.

Nach diesem Muster sind in Freiburg seit der Saison 2020/21 sechs Sport-Quartiere entstanden. Ein siebtes geht demnächst an den Start, weitere sollen folgen.

Und ob in Zähringen-Brühl oder Haslach-Weingarten, im Sport-Quartier Littenweiler-Waldsee-Wiehre oder in St. Georgen, im Mooswald oder dem Sport-Quartier Vauban-Merzhausen – überall dort gibt es schon jetzt vielfältige, aufeinander abgestimmte und nach Bedarf und Ressourcen entwickelte Sportangebote für Kinder. Und es gibt zentral stattfindende Fortbildungsangebote für Trainer/innen und Lehrer/innen aus den Quartieren.

Obligatorisch für jedes Sport-Quartier ist die Projektzugehörigkeit einer Kita, einer Grundschule, eines Sportvereins und eines weiteren Sozialakteurs. Das kann ein Jugendzentrum, ein weiterer Verein oder auch eine andere Institution sein.

Verpflichtend ist ebenfalls mindestens ein wöchentliches sportartübergreifendes Sprach-Ballschul-Angebot in den kooperierenden Kitas sowie eine Fuchse-Ballschule in den Partner-Grundschulen. Ob Kinder im Sport-Quartier sich dann zusätzlich auch noch auf eine Basketball-AG freuen oder andere aufs Kicken in der Fußball-AG oder die Dritten aufs Training mit dem kick mobil auf dem Bolzplatz – entscheidend ist die Idee, die all das verbindet. Die Idee, dass Kinder den Zugang zum Sport früh und regelmäßig dort erhalten, wo sie sowieso schon sind: in ihrem Quartier. Und dort in der Kita und in der Grundschule oder eben auch auf dem Bolzplatz.

Das Netzwerk der Akteure/innen in den einzelnen Quartieren soll dann den Weg in den Verein respektive die Vereine im übertragenen Sinne kürzer machen. Und mindestens genauso wichtig: Selbst wenn der Sport-Club und seine Partner in den Quartieren immer wieder mit ihren Trainer/innen, Fortbildungen und auf andere Art beratend unterstützen: Zu den Kernideen des Konzeptes zählt es auch, dass sich in den Sport-Quartieren Strukturen bilden und verfestigen, die den Bedarf an Hilfe von außen zunehmend verringern.

Das kann noch einmal wichtiger werden, wenn ab 2026 ein Rechtsanspruch auf Ganztagesbetreuung in Grundschulen wirksam werden wird. Schließlich zählt die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Sportangebote in Grundschulen im Selbstverständnis der Sportquartiere zu ihren Kernkompetenzen.

Darüber hinaus sollen die Sportvereine, und das ist ein weiterer positiver struktureller Effekt der Sport-Quartiere, über ihre zentrale Rolle in den Sport-Quartiers-Netzwerken wiederbelebt beziehungsweise in veränderten und sich weiter verändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die Zukunft fit gemacht werden. Heißt konkret: in ihrer gesellschaftlichen Rolle als Ort der Begegnung und Identitätsstiftung erhalten bleiben beziehungsweise neu gestärkt werden. Hintergrund ist auch hier der erwartete Einfluss der Ganztages-Grundschule in Verbindung mit einer weiteren Begrenzung der Zeitbudgets von Kindern; aber auch der schon jetzt in vielen Vereinen spürbare Bedeutungsverlust durch Corona-Nachwirkungen und ein geändertes Freizeitverhalten.

## PILOTPROJEKT: FREIBURGER GRUNDSCHULLIGA

Bei all diesen umfangreichen und vielfältigen Versuchen, das Projekt Sport-Quartiere weiterzuentwickeln, sind die Motive des Sport-Club keineswegs nur altruistischer Natur. Das SC-Kerngeschäft Profifußball bleibt im Blickfeld, selbst wenn bei der Förderung des Kindersports an der Basis nicht explizit hochbegabte Bewegungstalente in Serie generiert werden sollen.

Die einfache Überlegung, die man auch als Pointe des Modells betrachten kann: Je mehr Kinder und Jugendliche für Sport begeistert werden können und je länger möglichst viele von ihnen dann aktiv Sport treiben, desto größer wird auf Sicht auch der Pool mit den besonders Talentierten, denen irgendwann auch der Sprung ganz nach oben gelingen könnte.

Vielleicht gehört in ein paar Jahren auch das Mädchen mit dem Zidane-Move dazu. Auf dem Trainingsplatz im Dreisamstadion hat es sich an jenem Samstagmorgen im Juni auf ein Grundschulturnier vorbereitet, ein Pilotprojekt für eine Freiburger Grundschulliga, die dann mit der Saison 2023/24 gestartet wurde. Noch so eine schöne Idee, die Freiburger Kindern den Spaß am Sport genauso vermitteln soll wie an einem fairen, respektvollen Umgang miteinander. Und um mehr geht es ja bei all dem gar nicht. Aber eben auch nicht um weniger.



### WEITERFÜHRENDES MATERIAL

Entdecke Noah  
Atubolus Lebenslauf

// Autor: Uli Fuchs



### MALTE WIENECKE

Malte Wienecke (Jahrgang 1994) arbeitet seit 2022 beim SC Freiburg. Als Verantwortlicher für die Sport-Quartiere sorgt er vor allem für die Vernetzung von Kita, Grundschule, Vereinen und Sozialraumakteuren in den sechs Freiburger Sport-Quartieren. Außerdem koordiniert Malte die Freiburger Sprach-Ballschule, die wöchentlich als sportartenübergreifende Bewegungsprogramme in Verbindung mit Sprachelementen in den Kitas der Quartiere stattfinden.

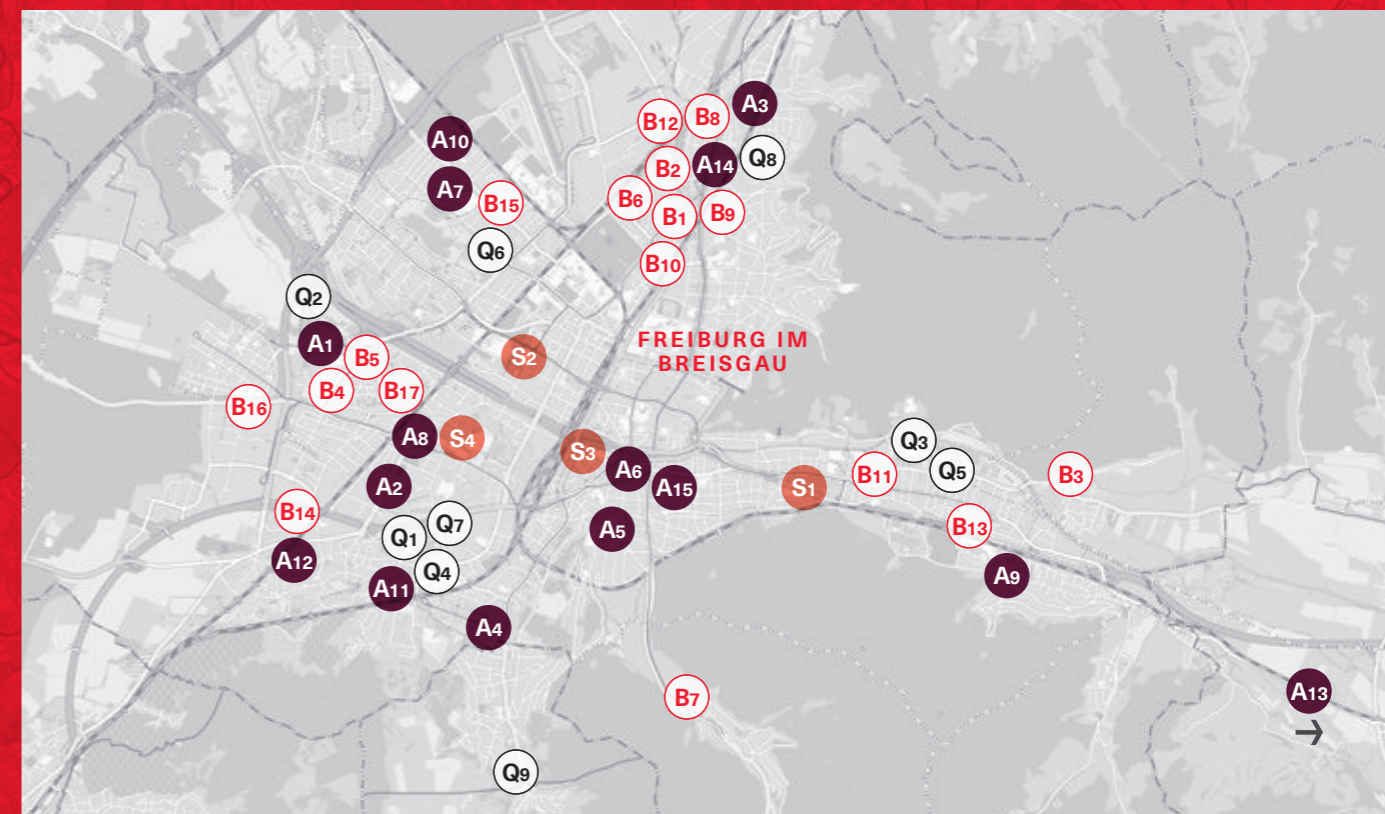


### NIKLAS ZIEGLER

Niklas Ziegler (Jahrgang 1984) arbeitet seit der Saison 2010/11 beim SC Freiburg. Der gebürtige Bremer ist Experte für Kindersport und fördert seit vielen Jahren die Bewegung von Kindern und Jugendlichen in der Region. Initial war Niklas 2015 bei der Gründung des Bereichs „Gesellschaftliches Engagement“ beteiligt. Heute ist er für die SC-Fortbildungsangebote für Kitas, Schulen und Vereine zuständig. Außerdem verantwortet er die Fuchse-Camps, das Kinder- und Jugendschutzkonzept und ist erster Ansprechpartner für die SC-Partnervereine.



UNSERE KOOPERATIONSPARTNER  
IN DER REGION



**A**

**PARTNERSCHULEN 2022/23: FÜCHSLE-BALLSCHULE, FUNIÑO-AG**

- 1 Adolf-Reichwein Bildungshaus Freiburg // 2 Deutsch-Französische-Grundschule Freiburg // 3 Emil-Gött-Schule Freiburg // 4 Karoline-Kaspar-Schule Freiburg // 5 Lorettoschule Freiburg // 6 Montessori-Zentrum Angell Freiburg // 7 Paul-Hindemith-Schule Freiburg // 8 Pestalozzi-Grundschule Freiburg // 9 Reinhold-Schneider-Schule Freiburg // 10 SBBZ Mooswaldschule Freiburg // 11 Schneebergsschule Freiburg // 12 Schönbergsschule Freiburg // 13 Sommerbergschule Buchenbach // 14 Tullaschule Freiburg // 15 Turnseeschule Freiburg

**B**

**PARTNER-KITAS 2022/23: FREIBURGER SPRACH-BALLSCHULE**

- 1 AWO Kita am Güterbahnhof Freiburg // 2 AWO Kita Hornusstraße Freiburg // 3 Casa dei Bambini im Montessori Zentrum ANGELL Freiburg // 4 Evangelisches Kinderhaus Freiburg // 5 Evangelische Kita im Adolf-Reichwein-Bildungshaus // 6 Junikäfer Kita Farbenfroh Freiburg // 7 Junikäfer Naturkita Sternwald Freiburg // 8 Junikäfer Kita Vielfalt Freiburg // 9 Katholischer Kindergarten St. Theresia Freiburg // 10 Katholischer Kindergarten St. Konrad Freiburg // 11 Katholischer Kindergarten St. Carolus Freiburg // 12 Katholischer Kindergarten St. Elisabeth Freiburg // 13 Kinderhaus Perlentaucher Freiburg // 14 Kinderhaus Wellenreiter Freiburg // 15 Kita Libellenhof Freiburg // 16 Kita Zum Kuckuck Freiburg // 17 Kita Violett Freiburg

**P**

**FÜCHSLE-CAMPS (GASTGEBENDE VEREINE) 2022**

- 1 FC Emmendingen // 2 FC Hauingen // 3 FC Lenzkirch // 4 FC Ottenheim // 5 FC Radolfzell // 6 FC Vogtsburg // 7 FSV Altdorf // 8 FV Ettenheim // 9 FV Tennenbronn // 10 Offenburger FV // 11 SF Eintracht Freiburg // 12 SF Elzach-Yach // 13 SF Oberried // 14 SG Freiamt/Ottoschwanden // 15 SpVgg Brennet-Öflingen // 16 SpVgg Buchenbach // 17 Staufener SC // 18 SV Endingen // 19 SV Höchenschwand // 20 SV Todtnau // 21 SvO Rieselfeld // 22 TSG Ailingen (in Kooperation mit dem FV Ravensburg) // 23 TSV Alemannia Zähringen // 24 TuS Efringen-Kirchen // 25 TuS Maulburg

**Q**

**PARTNERVEREINE DER SPORT-QUARTIERE FREIBURG 2022/23**

- 1 FC Freiburg-St. Georgen // 2 Freiburger FC // 3 FT 1844 Freiburg // 4 Polizei-Sportverein Freiburg // 5 PTSV Jahn Freiburg // 6 SF Eintracht Freiburg // 07 SV Blau-Weiß Wiehre Freiburg // 08 TSV Alemannia Freiburg-Zähringen // 09 VfR Merzhausen

**K**

**KOOPERATIONSVEREINE 2022/23**

- 1 FC Radolfzell // 2 FV Ravensburg // 3 Hegauer FV // 4 Offenburger FV // 5 SF Eintracht Freiburg // 6 SV Zimmern // 7 VfB Waldshut

**F**

**FORTBILDUNGEN: SBFV-SCF-KINDERTRAINERZERTIFIKAT 2022/23**

- 1 DJK Villingen // 2 SC Freiburg (Dreisamstadion) // 3 FC Emmendingen // 4 FC Obertsrot // 5 JFV Eintracht Elztal // 6 SC Konstanz-Wollmatingen // 7 Staufener SC // 8 SV Nesselried // 9 SV Wollbach // 10 TuS Hügelsheim

**S**

**FÖRDERKONZEPT „SCHULE UND SPORT“ 2022/23**

- 1 Emil-Thoma-Realschule Freiburg // 2 Max-Weber-Schule Freiburg // 3 Rotteck-Gymnasium Freiburg // 4 Staudinger Gesamtschule Freiburg

# „AUSBILDUNG SOLLTE KEIN SELBSTZWECK SEIN“



Beim SC Freiburg stammten in der Saison 2022/23 mehr als die Hälfte, nämlich 14 von 24 Profispieler aus dem eigenen Nachwuchsleistungszentrum (Freiburger Fußballschule). Das ist – mit Abstand – ligaweiter Bestwert. Klemens Hartenbach hat die Nachwuchsarbeit des Sport-Club in den vergangenen Jahrzehnten als Spieler, Trainer, Nachwuchs-

leiter und als Sportdirektor kennengelernt. Im Interview spricht er über die Idee, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen bei der Ausbildung und beim Umgang von Nachwuchsspielern beim SC Freiburg und erklärt auch, warum es für ihn ein Erfolg ist, wenn sich Kinder und Jugendliche für andere Sportarten zuschreiben.

Herr Hartenbach, im September 2001 hat der SC Freiburg sein Nachwuchsleistungszentrum, die Freiburger Fußballschule, eröffnet. Das war damals ein auch bundesweit Aufsehen erregendes Projekt, mit dem der Verein ein für seine Verhältnisse enormes Investment von zwölf Millionen Euro getätigt hat. Inzwischen hat sich das mehr und – im mehrfachen Sinne des Wortes – nachhaltiger ausgezahlt, als sich irgendjemand damals hätte träumen lassen. Wie ist das gelungen?

**HARTENBACH:** Es gab zu diesem Zeitpunkt bei uns, das kann man, so glaube ich, sagen, viele Menschen mit vielen guten Ideen. Und in so einer Situation geht es dann darum: Wie kann man die Ideen umsetzen? Hat man im Verein die Rückendeckung? Und falls ja, ist die Frage: Macht man das, was man macht, damit es gemacht ist, oder lebt man es? Das ist ein großer Unterschied: Eine Idee zu haben oder dazu auch die Menschen, die sie in sich tragen.

**Beim SC gab es damals beides?**

**HARTENBACH:** Auf jeden Fall. Und zwar sowohl in der Fußballschule als auch im gesamten Verein. Die Fußballschule wurde ja initiiert von Volker Finke, dem damaligen Trainer der Profis. Obwohl es für den Sport-Club wirtschaftlich betrachtet noch eine schwierige Zeit war, wurde das Projekt aber auch mitgetragen vom Verein: von Achim Stocker, dem Präsidenten, oder Heinrich Breit, seinerzeit Schatzmeister, oder Andreas Rettig, dem damaligen Manager, und vom gesamten Vorstand. Eine zentrale Frage damals war ja immer: Wo können wir trotz unserer eingeschränkten wirtschaftlichen Möglichkeiten genauso gut oder besser sein als andere? Und die Ausbildung, der Umgang mit jungen Spielern, wurde als eine solche Option identifiziert ...

**... als Nische, wie man damals auch sagte. Als Nische, die man als SC Freiburg konkurrenzfähig besetzen konnte ...**

**HARTENBACH:** ... genau, als Nische. Und, wie gesagt, wichtig war, dass der Verein insgesamt dahinterstand. Ausbildung sollte kein Selbstzweck sein, sondern es sollte eine Durchlässigkeit zur Profiabteilung entstehen. Es gab und gibt andere Klubs, die sehr gut ausbilden, bei denen du als 16- oder 17-Jähriger aber weißt: Wenn du nicht der absolute Überflieger bist, stößt du irgendwann mit dem Kopf an die Decke, kommst nicht

„**MAN KANN IM FUSSBALL WENIG AM REISSBRETT DURCHPLANEN.**“

mehr weiter. Die Ausbildungs-idee in einem Verein zu etablieren, der dann intern auch den Weg nach oben öffnet – erst damit kannst du eine Top-Arbeit machen oder sagen wir: Top-Ergebnisse erzielen.

**Wie es der Sport-Club par excellence schaffte und schafft: 14 von 24 Spielern kamen bei den SC-Profis vergangene Saison aus der eigenen Ausbildung.**

**HARTENBACH:** Was, so ehrlich muss man sein, nicht immer über die 22 Jahre so funktioniert hat. Was wir über die allermeiste Zeit geschafft haben mit der Arbeit, die von den Leuten in der Fußballschule verrichtet wurde – von Trainern, Pädagog/innen und Busfahrern, einfach von allen dort –, dass junge Spieler bei uns die Möglichkeit bekamen, zu zeigen, was in ihnen steckt. Und mehr kannst du nicht erreichen. Das war und ist immer unser Ziel: Den jungen Spielern zu ermöglichen, das zu aktivieren, was sie als Potenzial in sich haben. Bei dem einen Spieler reicht es dann vielleicht für den gehobenen Amateurfußball, und ein paar schaffen es, wenn es gut geht, sogar in den Bereich, in dem sie mit dem Fußball richtig Geld verdienen und dem SC in der 1. Mannschaft helfen können.

**Das haben inzwischen mehr geschafft, als je erwartet wurde – obwohl die Infrastruktur mittlerweile eher hinterherhinkt.**

**HARTENBACH:** Was die Zahl der Plätze oder der Umkleidemöglichkeiten angeht oder in Teilen auch die Ausstattung betrifft, sind wir in der Fußballschule infrastrukturell tatsächlich nicht mehr auf Topniveau. Aber >>



## DIE FREIBURGER FUSSBALLSCHULE

- // Sitz: Möslestadion
- // Jahr der Fertigstellung: 2000
- // Fußballschüler: ca. 165
- // Altersklassen: U12 bis U23 (8 Teams)
- // Trainer/innen: 23
- // Internatsplätze: 16
- // Zertifizierung: drei Sterne
- // Kooperationsvereine: FC 03 Radolfzell, VfB Waldshut, Freiburger FC, Offenburger FV, FV Ravensburg, Sportfreunde Eintracht Freiburg, SV Zimmern

## WIR SIND IN DER FUSSBALLSCHULE INFRASTRUKTURELL NICHT MEHR AUF TOPNIVEAU.

das ist auch nicht allesentscheidend. Entscheidend ist der Geist, der die Arbeit bestimmt. Und den zu bewahren, das haben wir über all die Jahre hinweg hinbekommen – auch mit wechselndem Personal.

**Aber reicht dieser Geist tatsächlich schon als Erklärung, dass so viele Spieler in 22 Jahren den Sprung aus der Freiburger Ausbildung in den Profifußball geschafft haben? Oder dass der Sport-Club in der Saison 2022/23 bei den Einsatzminuten von Eigenwachsen in seinem Bundesligateam einsamer Spitzenreiter war?**

**HARTENBACH:** Zuallererst muss man auch da realistisch bleiben. Es gab in der langen Zeit auch immer mal wieder Phasen, in denen es nur wenige junge Spieler nach oben geschafft haben. Das ist nicht einfach so planbar. Es gab Jahre, in denen wir den Kreis um Freiburg sehr weit ziehen mussten, um konkurrenzfähige Mannschaften zusammenzubekommen. Und dann gibt es wieder Jahre, in denen du in der Fußballschule ganze Mannschaften mit Spielern zusammenstellen kannst, die mehr oder weniger aus dem Stadtgebiet kommen. Mal ist mehr Talent in Form von vielen jungen Spielern da, mal weniger.

**Vorhandenes Talent ist also die Voraussetzung für den Erfolg?**



Möslestadion: Heimat der Freiburger Fußballschule

**HARTENBACH:** Natürlich, klar. Aber du musst dieses Talent auch sehen und daran glauben. Und, ich habe es ja schon gesagt: Der Schlüssel ist für mich, dass wir es mit unserer Ausbildung schaffen, diese Begabungen optimal zu fördern. Das haben wir früher gut gemacht – jetzt machen wir es vielleicht noch besser.

**Inwiefern?**

**HARTENBACH:** Es gibt da, glaube ich, wahnsinnig viele Faktoren, auch weiche, die es aber vielleicht gerade mit ausmachen, was wir hinkriegen.

**Haben Sie da vielleicht ein Beispiel?**

**HARTENBACH:** Für mich spielt es eine große Rolle, dass wir zwischen den Verantwortlichen in der Fußballschule und den Verantwortlichen bei den Profis so ein enges Miteinander pflegen: im Austausch genauso wie im Leben von Werten. Das spüren auch die jungen Spieler. Und das gehört zur Ausbildung mit dazu: Das, was sie mitkriegen, erfahren, was wir von ihnen fordern und verlangen, leben wir als Verantwortliche auch selbst und miteinander. Das kannst du im ganzen Verein wahrnehmen, und das meine ich auch mit Geist. Das mitzukriegen – anstelle von Neidereien und Gegeneinander-Arbeiten. Das kann den Jungs nochmal entscheidend helfen, alles aus sich rauszuholen. Da bin ich sicher.

**Stichwort Sicherheit. Haben Sie über die lange Zeit hinweg und mit den Erfahrungen und Erfolgen als Verantwortlicher das Vertrauen entwickelt, beim SC Freiburg tatsächlich einen schlüssigen Plan zu haben, wie Ausbildung erfolgreich und nachhaltig funktionieren kann?**

**HARTENBACH:** Ehrlich gesagt, tue ich mich mit solchen Formulierungen immer sehr schwer. Ich glaube, man kann im Fußball wenig am Reißbrett durchplanen. Erst der Schritt, dann der nächste, dann der und dann noch einer und dann ist einer Profi. So malen die meisten sich das ja oft aus. Auch wir selbst. Aber so läuft es

GESAMT-EINSATZMINUTEN DER 14 SPIELER AUS DEM SC-PROFIKADER MIT VERGANGENHEIT IN DER FREIBURGER FUSSBALLSCHULE

12.948  
12.949  
**12.950**  
12.951  
12.952



Fotos: Achim Keller (links) // Arne Amberg (oben) // SC Freiburg (unten)

halt selten. Einer spielt dann doch noch einmal ein Jahr in der Zweiten Mannschaft, der andere wird ausgeliehen, der Dritte vielleicht auch mal für zwei Jahre. Wichtig ist, dass wir es schaffen, den Jungs dann zu vermitteln, dass es einfach ganz unterschiedliche Wege gibt. Dass sie sich nicht verlieren dürfen auf diesen Wegen, dass wir das Vertrauen ineinander haben müssen und die Spieler sich gut betreut fühlen. Solange wir keine Luftschlösser bauen, sondern zusammen in der Realität leben und arbeiten, können ganz unterschiedliche Wege zum Ziel führen.

**Herr Hartenbach, mal gibt es mehr Talente, mal weniger, sagten Sie gerade. Jetzt versucht der Sport-Club ja über die Förderung des Kinderfußballs schon in Kitas, in Grundschulen und zusammen mit dem Südbadischen Fußballverband in Vereinen an dieser Schraube zu drehen. Wenn man das als grobe Strategie formuliert, dann will der Verein einerseits viele Kinder für Sport und**

Drei Freiburger Fußballschüler bei den Profis (v.l.n.r.): Christian Günter, Yannik Keitel, Noah Atubolu



Insgesamt 22 Spieler und Mitglieder des Trainer- und Funktionsteams aus dem SC-Profikader der Saison 2022/23 (farblich markierte Personen) hatten eine Vergangenheit in der Freiburger Fußballschule.

**seine Werte begeistern – aber auf lange Sicht damit eben auch das eine oder andere größere Talent mehr auf den Weg bringen ...**

**HARTENBACH:** ... und nicht nur beim Fußball. Ich finde das großartig, was unserer Bereich Gesellschaftliches >>



Talente in der Freiburger Fußballschule: „Ausbildung sollte kein Selbstzweck sein.“

Engagement (jetzt: Nachhaltigkeit) und die Fußballschule und überhaupt alle, die daran mitarbeiten, da auf die Beine gestellt haben und auf die Beine stellen. Wenn sie mit Bewegungsangeboten in die Kitas und Schulen gehen, dann sollte kein Gedanke möglichen späteren Profis gelten – und so ist es ja auch. Und wenn sich eines der früh geförderten Kinder als Jugendliche/r für Basketball oder Handball entscheidet – und nicht für Fußball – oder später nur zum Spaß Mountainbike fährt oder Badminton spielt und am Wochenende zum

Fußball ins Stadion oder zum Basketball in die Halle geht, dann ist das doch genauso toll! Wichtig ist es doch nur, dass sich Kinder überhaupt für Sport interessieren und entscheiden. Ich finde es sehr gut, dass und wie unser Verein mit der Bewegungsförderung von Kindern auf gesellschaftliche Entwicklungen reagiert, die in die entgegengesetzte Richtung gehen. Und wenn wir es mit dieser Förderung tatsächlich erreichen, dass irgendwann später auch noch das eine oder andere Top-talent mehr beim Fußball ankommt, bei unseren Mädchen oder in der Fußballschule – umso schöner.

**Kinder für Sport zu begeistern, heißt beim SC auch, ihnen Werte zu vermitteln: einen fairen und solidarischen Umgang miteinander, Respekt innerhalb eines Teams, aber auch gegenüber Gegner/innen – und nicht zuletzt auch gegenüber der natürlichen Umwelt. Wenn man da arbeitet, wo Sie im Profifußball arbeiten – glauben Sie da selber noch daran, dass Wertevermittlung im und über professionellen Fußball funktionieren kann?**

**HARTENBACH:** Bei allen Verwerfungen des Geschäfts, die es natürlich gibt und mit denen ich mich tatsächlich oft nicht

leichttue: Wenn ich bei uns in die Kabine gehe und erlebe, wie es da ist, spüre ich eine Form des Umgangs, mit der ich mich tatsächlich noch identifizieren kann. Definitiv. Da hole ich mir Kraft.

**Hat der Sport-Club vielleicht auch mit seiner Ausbildungsidee eine Kultur entwickelt, die das gesamte Unternehmen mitprägt? Eine Form von Offenheit, von Interesse an den anderen und mit Blick über den Tellerrand des Sports hinaus?**

**HARTENBACH:** Eindeutig ja. Auch, weil es bei uns ja eine bemerkenswerte personelle Kontinuität auf wichtigen Positionen gibt. Aber gleichzeitig sind wir an einem Punkt, an dem der Verein extrem wächst, was Mitarbeiter/innen angeht oder Mitglieder. Und wir werden von außen anders wahrgenommen. Damit wachsen auch Ansprüche. Manche Leute lachen inzwischen, wenn ich, was unsere sportliche Einordnung angeht, realistisch bin. Sie sagen: „Du mit deinem Understatement, deiner Koketterie.“ Und ich sage: „Das wird unsere wichtigste Aufgabe: Unseren Geist – jetzt sind wir schon wieder beim Thema –, unseren Geist zu bewahren.“ In der Mannschaft, im Sport, im gesamten Club. Behutsam sein, im Dialog mit allen Strömungen im Verein bleiben – nachhaltig wachsen eben. Das ist das Thema. So haben wir in der Ausbildung und im sportlichen Bereich erreicht, was wir erreicht haben. Und so müssen wir weiterhin und auch darüber hinaus als Verein agieren.

// Interview: Uli Fuchs



## VITA

### KLEMENS HARTENBACH

Klemens Hartenbach (Jahrgang 1964) ist seit 2001 für den SC Freiburg tätig und begleitet seitdem verschiedene Positionen im sportlichen Bereich des Vereins. Zunächst arbeitete der gebürtige Freiburger als Jugendtrainer im Nachwuchsleistungszentrum (NLZ) des SC Freiburg, dann als Sportlicher Leiter der Freiburger Fußballschule sowie als Leiter der Scouting-Abteilung. Seit zehn Jahren ist Hartenbach als Sportdirektor des SC tätig und hat seinen Vertrag Anfang März 2023 verlängert. In seiner aktiven Karriere als Profi hütete er als Torhüter unter anderem in elf Pflichtspielen das Tor des SC Freiburg.



## STRATEGISCHE ZIELE

- Ausbildung eigener Jugendspieler/innen
- Flächendeckende Breitensportförderung im Stadtkreis Freiburg
- Punktuelle Breitensportförderung in den sechs Bezirken des SBFV-Verbandsgebiets
- Verzahnung Spitzen- und Breitensportförderung des SC Freiburg
- Aus- und Weiterbildung Fachpersonal für Spitzen- und Breitensport

# FRAUEN- UND MÄDCHENFUSSBALL

Der Frauen- und Mädchenfußball des SC Freiburg hat innerhalb des Vereins eine jahrzehntelange Tradition und nimmt für viele junge Sportlerinnen und Vereine in der Region eine Vorbildrolle ein. Was die SC-Frauen und -Mädchen so erfolgreich macht? Ihre akribische Arbeit, die Nähe zu den Fans und der Wille, trotz zum Teil widriger Umstände ihren Weg konsequent weiterzugehen. Nach zahlreichen Umzügen erhielten die SC-Frauen, die seit der Saison 2011/12 durchgehend in der Frauen-Bundesliga spielen, Anfang 2022 professionelle Trainings- und Spielbedingungen am Dreisamstadion. Dass die SC-Mädchen ihren Vorbildern dorthin folgen, ist für die Förderung des Frauen- und Mädchenfußballs in Freiburg und der Region der nächste wichtige Schritt.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Niklas Batsch



## „DAS DEUTLICH GRÖßERE INTERESSE IST TOLL“

Die Frauen- und Mädchenfußballabteilung des SC Freiburg hat – im wahrsten Sinne des Wortes – eine bewegte Geschichte hinter sich. Ein Gespräch mit SC-Abteilungsleiterin Birgit Bauer-Schick und SC-Cheftrainerin Theresa Merk über die Reise der SC-Frauen, über gestiegene Zuschauerzahlen und die Professionalisierung des Frauenfußballs in Freiburg und das Ungleichgewicht bei der Besetzung von Führungspositionen im (Frauen-)Fußball.

**Frau Bauer-Schick, für die Bundesliga-Frauenmannschaft des SC Freiburg hat das langjährige Nomadenleben einen vorläufigen Abschluss gefunden, wenn man so will mit der Rückkehr zu den Wurzeln im Dreisamstadion.**

**BAUER-SCHICK:** Das stimmt, dort haben wir in den 70er-Jahren mal angefangen. Damals war der jetzige Parkplatz noch ein Hartplatz, der Rasentrainingsplatz war kleiner und Flutlicht gab es nicht. Dann gab es einige Stationen, bevor wir wieder hier gelandet sind. Es ist immer noch so, dass es in Freiburg zu wenig Sportflächen gibt.

**Frau Merk, für Sie als junge Trainerin hört sich das wahrscheinlich an wie Geschichten aus längst vergangenen Zeiten?**

**MERK:** Nicht unbedingt. Als ich selbst gespielt habe, habe ich in meiner Jugend Ähnliches erlebt. Es ist fast überall so, dass die Frauenteams andere Trainingsbedingungen haben als die Männer. Als ich beim VfL Wolfsburg Co-Trainerin war, waren sie erst ein Jahr zuvor aus Container-Anlagen ausgezogen – und die waren Champions-League-Sieger. Es ist mühsam, im Frauenfußball gute Bedingungen zu finden, und oft ist man auf einen Gönner angewiesen.

**Neben den vielen Stationen in Freiburg gab es für die Frauenabteilung des Sport-Club eine außerhalb: in Sexau. Von dieser Zeit auf dem Dorf schwärmen ehemalige Spielerinnen teilweise noch heute.**

**BAUER-SCHICK:** Wir waren dort ein Teil des Vereins und des Orts. Wir waren nicht nur geduldet wie an manch anderem Standort, uns ist es in Sexau wirklich gut gegangen. Wir hatten eine große Kabine für uns, die allerdings eigentlich ein Teil der Gaststätte war, abgetrennt durch eine Schiebewand, sodass jeder im Gastraum den Gesprächen zuhören konnte. Für die damalige Zeit war es okay. Wir hatten einen guten Rasenplatz, und wenn wir größere Gegner zu Gast hatten, haben sie uns eine extra Tribüne aufgebaut. Und es kamen teilweise um die 1.000 Zuschauer/innen, das war damals viel. Man hatte das Gefühl, das ganze Dorf war da.

**Weitere Steigerungen gab es dann bei den Heimspielen im Möselestadion, und der nächste Sprung gelang mit dem Umzug ins Dreisamstadion.**

**BAUER-SCHICK:** Das liegt sicherlich zum einen am Stadion, aber auch daran, dass der DFB, aber auch wir ins Marketing investieren. Gegen Bayern München haben wir in

der Saison 2022/23 mit 6.200 Zuschauer/innen einen Rekord aufgestellt. Ich wäre froh, wenn wir es schaffen, dass unabhängig vom Gegner kontinuierlich zwischen 1.500 und 2.000 kommen, dass wir einen festen Stamm haben.

**Was würden Sie sich in dieser Hinsicht wünschen, Frau Merk?**

**MERK:** Das deutlich größere Interesse der vergangenen Jahre ist toll. Über Streams und im Fernsehen ist es allerdings erst seit zwei Jahren möglich, überhaupt alle Spiele anzuschauen. Wenn wir bei unseren Heimspielen kontinuierlich etwa 2.000 Zuschauer/innen hätten, wäre ich zufrieden. Wir haben aber immer am selben Wochenende gespielt wie die Profis, weil die nicht parallel zur 3. Liga spielen dürfen. Das macht es schwierig für uns, weil die Männer die Hauptattraktion sind und die meisten nicht zweimal am Wochenende ins Stadion gehen. Außerdem gibt es in Freiburg noch viele andere erfolgreiche Sportarten. Da kämpft jeder um seine Nische und seine Fanbase – das ist keine einfache Aufgabe.

**Die Frauenfußball-Europameisterschaft 2022 und Aktionen des DFB haben insgesamt für steigende Zahlen im Frauenfußball gesorgt. Vielleicht auch, weil sich mancher Fan vom Männerfußball abwendet?**

**MERK:** Während des Boykotts der Männer-WM 2022 in Katar sind tatsächlich viele auch bei uns ins Stadion geströmt. Das allgemeine Fußballinteresse ist aber >>



### VITA

#### Theresa Merk

Theresa Merks (Jahrgang 1989) Laufbahn als Trainerin begann bereits im frühen Alter: Parallel zu ihrem Sportmanagement-Studium in Tübingen trainierte sie zunächst die U17-Mädchen des VfL Sindelfingen in der Bundesliga und anschließend das Frauen-Team (Oberliga und Regionalliga) des TV Derendingen. Nach abgeschlossenem Studium wechselte die gebürtige Ravensburgerin zum Fußball-Verband Mittelrhein, arbeitete dort als Verbandssportlehrerin und erwarb die Lizenz als Fußballlehrerin. Von 2019 bis 2021 betreute sie als Co-Trainerin die Bundesliga-Frauen des VfL Wolfsburg und feierte dabei eine Meisterschaft (2020) und zwei DFB-Pokalsiege (2020 und 2021). Im Sommer 2021 wechselte Merk als Cheftrainerin zum Schweizer Frauen-Erstligisten Grasshopper Club Zürich. Seit Sommer 2022 ist sie Cheftrainerin des Frauen-Bundesliga-Teams des SC Freiburg.



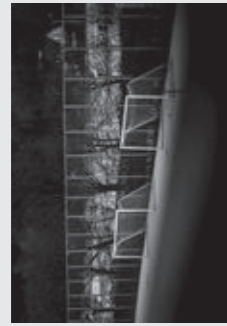
Die Abteilung Frauen- und Mädchenfußball des SC Freiburg wird gegründet. Dafür wechselte die komplette Mannschaft der SpVgg Wiehre 04 zum SC Freiburg. Erste Trainings- und Spielstätte war der Hartplatz hinter der Haupttribüne des Dreisamstadions, wo sich heute der Parkplatz P1 befindet. Hier spielten die SC-Frauen zehn Jahre lang.



1975

Ein Jahr nach dem erstmaligen Aufstieg in die Frauen-Bundesliga (1998) ziehen die SC-Frauen erstmals um. Trainiert und gespielt wird auf dem benachbarten Gelände der Freiburger Turnerschaft (FT).

1999



Sechs Jahre nach der Auflösung kommt es zur Neugründung. Die SC-Frauen kehren ans Dreisamstadion zurück. Die Mädchenmannschaft trainiert und spielt zu dieser Zeit auf dem Platz am Moosweiher in Landwasser.

1991

1985  
Das Frauenfußball-Team des SC Freiburg wird zehn Jahre nach seiner Gründung aufgelöst.

1985

### UMZUGSGESCHICHTE: DIE SC-FRAUEN UND IHRE STANDORTE

Die Geschichte der Frauen- und Mädchenabteilung des SC Freiburg ist geprägt von vielen Umzügen zwischen den unterschiedlichsten Spiel- und Trainingsstätten.

Sechs Jahre später geht es für die gesamte Frauen- und Mädchenabteilung zurück nach Freiburg, wo sie ab der Saison 2006/07 an der Gaskugel auf dem Gelände der Sportfreunde Eintracht Freiburg trainieren. Die Bundesliga-Heimspiele werden zu dieser Zeit im Weststadion der Sportfreunde Eintracht Freiburg ausgetragen, die Heimspiele der Nachwuchsteams an der Gaskugel.



2006

2008

Ab der Saison 2008/09 wird die Trainingsstätte aller Frauen- und Mädchenteams auf das Gelände von Blau-Weiß Wiehre am Schönbergstadion verlegt. Die Bundesliga-Frauen tragen ihre Heimspiele im Möbslestadion aus.



Bei der FT gastieren die SC-Frauen nur für eine Saison. Ab der Saison 2000/01 zieht die komplette Frauen- und Mädchenabteilung nach Sexau. Die SC-Frauen tragen ihre Spiele von nun an im Stadion am Bergmattenhof in Sexau aus.

2000



2022

Anfang des Jahres 2022 erfolgt der komplette Umzug des Bundesliga-Teams in den Freiburger Osten. Das Gelände des Dreisamstadions wird zur Trainingsstätte der SC-Frauen. Die Mädchenteams des Sport-Club spielen und trainieren bis auf weiteres auf dem Gelände von Blau-Weiß Wiehre.

2021



Die Bundesliga-Frauen des SC Freiburg tragen ihre Heimspiele ab November 2021 im Dreisamstadion aus. Dies ist möglich, weil die Bundesliga-Herren ab Oktober 2021 im fertiggestellten Europa-Park Stadion spielen.



Fotos: Aus dem SC-Archiv (links) // SC Freiburg (rechts)

### VITA

#### BIRGIT BAUER-SCHICK

Birgit Bauer-Schick (Jahrgang 1964) begann ihre aktive Fußballerkarriere im Jahr 1980 beim FV Kappelrodeck, wechselte 1986 zur SpVgg Wiehre 04 und spielte ab Sommer 1991 für den SC Freiburg. Nach dem Ende ihrer aktiven Laufbahn (1993) fungierte die gelernte Industriekauffrau bis 2000 als erste hauptamtliche Angestellte des Vereins. In dieser Funktion kümmerte sie sich unter anderem um das Ticketing und die Spieltagsorganisation der Profis. Von 2011 bis 2017 arbeitete sie als Geschäftsführerin des Badischen Radsportverbands. Die Abteilung Frauen- und Mädchenfußball des SC leitet sie seit 2000, die ersten Jahre als Minijobberin und seit 2017 im Hauptamt.

weiterhin sehr hoch, und ich glaube, dass es wenige gibt, die sich wegen der Rahmenbedingungen gegen den Männerfußball entscheiden und zu uns kommen. Wir ziehen vielleicht ein etwas anderes Publikum an, zu uns kommen viele Familien mit Kindern, weil es entspannter ist, nicht alle Sitzplätze belegt sind, und es muss sich keiner Sorgen machen, wenn die Kinder auf der Nordtribüne herumrennen.

#### Im DFB-Pokalfinale 2023 in Köln, dem zweiten für die

**MERK:** Was wir ausdrücklich begrüßen! Wenn sich die ganze Liga weiterentwickelt und investiert, müssen wir die Spielerinnen unserer Zielgruppe mit unseren Topbedingungen überzeugen. Das betrifft die Infrastruktur und den Staff. Sie sollen sich hier weiterentwickeln und zu gestandenen Bundesligaspielerinnen werden können. Wenn alle Teams am selben Ort trainieren, überschneiden sich Wege, es gibt einen Austausch mit den Jugendtrainer/innen, und man kommt viel mehr in eine Philosophiediskussion. Kurze Wege helfen einer Abteilung, das sieht man auch an der Freiburger Fußballschule. Außerdem hätten die Juniorinnen dann auch anständige Bedingungen, und man kann schnell Spielerinnen vom einen Training ins andere schicken, ohne dass sie durch die ganze Stadt fahren müssen.

**SC-Frauen, haben Sie sogar vor einer Rekordkulisse gespielt und hatten große Fanunterstützung aus Freiburg.**

**MERK:** Es war toll, dass so viele aus Freiburg dabei waren und uns angefeuert haben. Aber das Gros der Zuschauer/innen war neutral. Die sind aus Interesse gekommen, wegen des Events oder des Fanfests, vielleicht auch wegen Alex Popp, der Kapitänin der Nationalmannschaft.

**BAUER-SCHICK:** Immerhin haben wir es geschafft, dass das Stadion erstmals ausverkauft war. Wichtig ist, dass das DFB-Pokalfinale der Frauen nicht mehr am selben Tag gespielt wird wie das der Männer. Das ist konsequent, wenn DFB und DFL den Frauenfußball fördern wollen.

**In Freiburg soll der nächste Schritt sein, dass auch die Zweite Frauenmannschaft und die Mädchenmannschaft im Dreisamstadion angesiedelt werden und dort trainieren. Mittlerweile zeichnet sich auch hier eine Gesamtlösung ab.**

Birgit Bauer-Schick beim DFB-Pokalfinale 2023 in Köln

# 82,1 Mio

PERSONEN WURDEN ÜBER IM FREE-TV ÜBERTRAGENE SPIELE DER SC-FRAUEN IN DER HINRUNDE 2022/23 ERREICHT.



#### WEITERFÜHRENDES MATERIAL

Erlebe einen Arbeitstag unserer Spielerin Marie Müller



## WENN ALLE TEAMS AM SELBEN ORT TRAINIEREN, GIBT ES EINEN AUSTAUSCH MIT DEN JUGEND-TRAINER/INNEN UND MAN KOMMT IN EINE PHILOSOPHIEDISKUSSION.

Wir wollen auch bei der Jugend mit anderen deutschen Vereinen gleichziehen, die da investieren.

Der VfL Wolfsburg und der FC Bayern sind im deutschen Frauenfußball das Maß aller Dinge, und bei beiden Vereinen spielen einige Nationalspielerinnen, die in Freiburg ausgebildet wurden. Kann es gelingen, solche Leistungsträgerinnen auch mal länger zu halten?

**BAUER-SCHICK:** Das werden wir versuchen, aber wenn die anderen Vereine wirklich wollen und ernst machen, schaffen wir es nicht. Wir bleiben ein Ausbildungsverein.

Ist das als Trainerin manchmal ein bisschen frustrierend?

**MERK:** Auf jeden Fall, weil sich die Mannschaft Ziele setzt, und wenn man immer die besten Spielerinnen abgeben muss, sind die schwer zu erreichen. Die Summe der Jahre, in denen man in die Ausbildung investiert, und die Summe der Jahre, in denen man die Früchte trägt, stehen eigentlich in keinem Verhältnis. Deshalb müssen wir abwägen, wer Potenzial hat, aber schon auf gutem Bundesliganiveau ist. Unser Ziel ist schließlich immer, die Klasse zu halten, ohne dabei in Stress zu geraten.

1. Eintracht Frankfurt: 5.823
2. VfL Wolfsburg: 5.751
3. 1. FC Köln: 5.391
4. Werder Bremen: 3.050
5. SC Freiburg: 2.357
6. FC Bayern München: 2.155
7. SGS Essen: 1.973
8. TSG Hoffenheim: 1.626
9. SV Meppen: 1.548
10. Turbine Potsdam: 1.278
11. MSV Duisburg: 920
12. Bayer Leverkusen: 827

Theresa Merk ist die einzige Cheftrainerin in der Bundesliga: „Da sitzen oft nur Männer.“

Das haben Sie in Ihrer ersten Saison als Cheftrainerin geschafft. In der neuen Saison werden Sie innerhalb der Frauen-Bundesliga die einzige Frau auf diesem Posten sein – da scheint es auch noch reichlich Nachholbedarf zu geben.

**MERK:** Im Schweizer Frauenfußball, wo ich vor meinem Wechsel nach Freiburg trainiert habe, gibt es jetzt viele Cheftrainerinnen. Es wäre schön, wenn es auch hierzulande mehr geben würde, und wenn es erst mal nur als Co-Trainerin oder Staff-Mitglied wäre. Wenn man die Auswechselfläche bei unseren Spielen in der Liga anguckt, sitzen da oft nur Männer. Das ist bei uns, abgesehen von mir, auch so. Heterogenere Teams wären besser, auch weil es erwiesen ist, dass sie besser performen. Das ist im Trainerwesen genauso wie in der Wirtschaft.

**BAUER-SCHICK:** Auch im Männerbereich wäre es sicher zuträglich, wenn rund um die Mannschaft auch Frauen beschäftigt werden würden. Das Gleiche gilt für Führungspositionen in Fußballclubs ganz allgemein, wo Frauen nach wie vor stark unterrepräsentiert sind. Wenn dort Stellen neu ausgeschrieben werden, sollten Frauen die gleichen Chancen haben wie Männer. Die Wahrheit ist aber auch, dass sich auf viele Positionen vermehrt Männer bewerben, was die Sache schwierig macht, weil man natürlich auch immer die qualifiziertesten und passendsten Bewerber/innen einstellen möchte. Aber zunächst mal wäre es gut, wenn wir im Frauenfußball auch Frauen fördern könnten.

// Interview: Daniela Frahm

DURCHSCHNITTLICHE  
ZUSCHAUERZAHLEN  
FRAUEN-BUNDESLIGA  
(2022/23)



Foto: SC Freiburg

### STRATEGISCHE ZIELE

- Erhöhung Sichtbarkeit des Frauenfußballs intern und extern
- Vergrößerung Fanbasis und Erhöhung Zuschauerschnitt
- Weiterentwicklung der Abteilung
- Ausbau von Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Frauen im Fußball
- Stärkung des Freiburger Frauensports





# PARTNERSCHAFTLICH AGIEREN

Fotos: Sebastian Widmann (links) // Klaus Polkowski (rechts)

# OS

# FÖRDERUNG DES MITGLIEDER- UND FANDIALOGS

Zu erwarten war diese Wachstumsgeschichte nicht: Binnen fünf Jahren (seit 2018) stieg die Zahl der SC-Mitglieder, die für uns als eingetragener Verein (e.V.) das wichtigste Gut darstellen, um mehr als 43.000 Personen auf insgesamt 60.000 Mitglieder an (Stand: Sommer 2023). Diese Vervierfachung der Mitgliederzahlen bringt auch Herausforderungen mit sich: zum Beispiel in der Kommunikation oder im Ticketing. Der Sport-Club entwickelt hierfür neue Organisationsstrukturen und bietet verschiedene Informations-, Dialog- und Partizipationsformate an, die in den kommenden Jahren sukzessive ausgebaut und gemeinsam weiterentwickelt werden.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Arne Stratmann



# DISKURS ALS BASIS DES ERFOLGS

Diskurs zieht sich wie ein roter Faden durch die Vereinsgeschichte des SC Freiburg: Hervorgegangen aus einer Fusion zweier Vereine. Der Stadionneubau als wichtigstes Investitionsprojekt der Zukunft konnte nach erfolgreichem Bürgerentscheid realisiert werden. Bis heute arbeitet der Sport-Club auf allen Ebenen daran, Dialog und Kommunikation mit der schnell anwachsenden Mitgliedschaft und seinen Fans zu intensivieren.

**D**ialog und Konsensfindung bestimmen die Geschichte des SC Freiburg spätestens seit 1912. Dem Jahr, in dem die beiden 1904 gegründeten Vereine FC Union (zuvor FC Schwalbe und FC Mars) und Sportverein Freiburg 04 (zuvor Freiburger Fußballverein 04) fusionierten, um mit gebündelten Kräften und unter dem neuem Namen SC Freiburg voranzukommen. Dialog und daraus resultierender Konsens waren dabei wichtige Geburtshelfer. Schließlich waren beide Vereine grundverschieden: Beim FC Union schnürten vor allem Vertreter der Arbeiterschicht aus dem Freiburger Stadtteil Stühlinger die Kickstiefel. Beim Sportverein Freiburg 04 traten junge Männer aus dem Bürgertum und dem Angestelltenmilieu gegen den Ball.

Auch in den von Heimatsuche geprägten Jahren 1917 bis 1928 blieben Dialog und Konsensfindung die grundlegenden Überlebentechniken des SC. Denn nachdem die Stadt Freiburg den bisherigen Sportplatz 1917 in „Kriegsäcker“ umgewidmet hatte, stand der Verein ohne Spielfeld da, schloss sich zunächst der FT 1844 Freiburg an und fand später im PTSV Jahn Freiburg einen Partner. Dank der wechselnden Allianzen mit anderen Sportvereinen an vielen verschiedenen Spielstätten gelang es dem Sport-Club in diesen wechselvollen Jahren weiterzubestehen. Kaum vorstellbar ohne ausgeprägte Dialog- und Kompromissfähigkeit.

Auch als sich spätestens ab den frühen 90er-Jahren mit dem ersten Bundesliga-Aufstieg der sportliche Erfolg einstellte, waren diese Attribute weiterhin und verstärkt gefordert. Denn der parallel zum Erfolg anwachsende Zuspruch von Zuschau-



Beim dritten Mitglieder-Forum des Jahres wurde den Teilnehmenden die neu erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt.

er/innen im zur Kultstätte gewordenen Dreisamstadion machte verschiedene Um- und Vergrößerungsmaßnahmen notwendig. Und ein Aushandeln der Rahmenbedingungen mit der Anwohnerschaft des angrenzenden Wohngebietes und der Stadtverwaltung gehörte zunehmend auch zum Tagesgeschäft der Vereinsverantwortlichen.

Der SC Freiburg entwickelte sich zum verlässlichen Nachbarn im Freiburger Osten und steigerte Schritt für Schritt seine Bekanntheits- und Sympathiewerte, auch über die Landesgrenzen hinaus. Auf Grundlage und gerade dank seiner Diskurs- und Kompromissfähigkeit erfuhr der Sport-Club zunehmend große gesellschaftliche Akzeptanz, was ihm schließlich einen der wichtigsten Schritte seiner Vereinsgeschichte ermöglichen sollte. Er brachte eine Mehrheit der Freiburger Stadtgesellschaft hinter sich und sein Vorhaben, ein neues größeres Stadion zu errichten. Möglich war dies nicht zuletzt durch den selbstlosen Einsatz unzähliger Mitglieder und Fans im Wahlkampf vor dem Bürgerentscheid. Sie engagierten sich für die neue Heimat und damit für ihren SC.

Der mittlerweile auf rund 62.000 Mitglieder (Stand: 27. September 2023) angewachsene Verein steht nun vor der Herausforderung, seine Fähigkeiten im Dialog um neue zeitgemäße und strukturierte Formen zu ergänzen. Mit Informationsveranstaltungen, Mitgliederforen oder dem neu ins Leben gerufenen Fanbeirat will der Sport-Club die vereinsinterne Kommunikation und den Dialog intensivieren. Nicht zuletzt, weil das Vertrauen seiner Mitglieder und Fans die Grundlage bildet, auf der seine Verankerung in Stadt und Region und damit auch seine Erfolge überhaupt erst möglich sind.

Fotos: Achim Keller (beide)

**+ 43.796**  
**Mitglieder**

KONNTE DER SC FREIBURG  
SEIT 2018 VERZEICHNEN

## SATZUNGSGEMÄSSE AUFGABEN DES PRÄSIDENTEN ZUR FÖRDERUNG DES MITGLIEDER- UND FANDIALOGS\*

- d) Durchführung von Informations- und Diskussionsveranstaltungen für Mitglieder und Fans des Vereins zu vereinspezifischen und/oder gesellschaftspolitischen Themen im Zusammenhang mit dem Fußballsport;
- e) Kontaktpflege zu Fanclubs und Fanorganisationen;
- f) Unterstützung der Aktivitäten des Vereins im Bereich seines gesellschaftlichen Engagements;
- g) Traditionspflege des Vereins und Förderung der Vereins- und Fankultur gemeinsam mit dem Ehrenrat gem. § 13.2.1 c) und h) der Satzung;
- h) Teilnahme an internen und externen Veranstaltungen des Vereins, wie z. B. an Spieltagen, Sponsorenveranstaltungen, Empfängen, Ehrungen oder Preisverleihungen;

\* Auszug aus der Vereinssatzung des Sport-Club Freiburg e.V., §1 Der Präsident

# BEREITS SEHR ERFREULICHE BEISPIELE



Ein Gespräch mit SC-Präsident Eberhard Fugmann und Arne Stratmann, Leiter Nachhaltigkeitskommunikation und Fans, über das dynamische Mitgliederwachstum des Vereins, daraus resultierende Folgen in der Kommunikation und wie der Sport-Club in Form von Dialogformaten, Informationsveranstaltungen und einem neuen Gremium Plattformen anbietet, um mit Mitgliedern und Fans in den Austausch zu kommen.

Herr Fugmann, 2021 traten Sie beim SC Freiburg ein Präsidentenamt an, das zwei Jahre lang vakant war und im Rahmen einer Satzungsänderung grundlegend neu gestaltet wurde. Zu den Kernaufgaben Ihres Amtes gehört nun auch der Dialog mit den Fans und Mitgliedern. Deren Zahl ist in den vergangenen fünf Jahren um mehr als 43.000 auf nunmehr 60.000 rasant angewachsen. Wie blicken Sie auf Ihre Anfangszeit als Präsident zurück?

**FUGMANN:** Der Sport-Club war immer ein sehr bodenständiger Verein und nahe dran an seinen Fans, Mitgliedern und der ganzen Stadtgesellschaft. Das zu pflegen und auszubauen, gerade in Zeiten stark wachsender Mitgliederzahlen, nehme ich sehr gerne als meine Hauptaufgabe wahr. Um dieser gerecht werden zu können, war es für mich in den ersten Monaten ganz besonders wichtig, den Verein, den ich schon über 30 Jahre als Fan und Mitglied begleitete, auch von innen kennenzulernen.

**Nach den eingeschränkten Möglichkeiten während der Corona-Pandemie suchten Sie dann verstärkt auch den Austausch mit der Mitgliedschaft.**

**FUGMANN:** Richtig, in einem ersten Schritt haben wir das Format der Mitgliederforen (siehe Infokasten auf Seite 57) entwickelt und umgesetzt. Durch die Foren habe ich, aber auch die Entscheidungsträger/innen aus den Fachabteilungen des Vereins, die Gelegenheit, mit ganz vielen Mitgliedern persönlich in Kontakt zu kommen. Diese wiederum treten bei diesen Anlässen natürlich auch untereinander in einen Austausch. So entsteht viel Kommunikation und persönlicher Kontakt – für mich sind die Mitgliederforen ein sehr überzeugendes Format. Und meine Erwartung ist, dass auf Strecke gesehen darüber die Gesamtkommunikation innerhalb des Vereins weiter gefördert wird. Eine Erkenntnis aus den ersten Foren ist nämlich die: Viele Mitglieder fühlen sich besser informiert und nehmen die Möglichkeit des Dialogs gerne wahr.

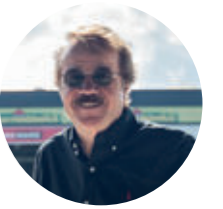
**Die Deutsche Fußball Liga (DFL) macht den Clubs in ihrer Lizenzierungsordnung Vorgaben zum strukturierten Dialog mit den Fans und Mitgliedern. Auch auf dieser Grundlage wurde beim SC Freiburg ein weiteres Format konzipiert und ins Leben gerufen: der Fanbeirat. Was hat es damit auf sich, Herr Stratmann?**

**STRATMANN:** Den Dialog mit Fans und Mitgliedern aller Couleur hat es – über unterschiedlichste Formate – immer schon gegeben. Er lief über das Mitgliederwesen des Vereins und vor allem über die Fanbeauftragten. Viele Fragen, auch die, was den Verein neben dem Sportlichen denn überhaupt ausmacht, wurden so oft bilateral besprochen. Aber: Diese Kommunikation lief

bisher überwiegend anlassbezogen. Wir waren also, auch in unserem eigenen Interesse, gefordert, weitere Dialogformate zu entwickeln. Der Fanbeirat ist damit ein weiterer Baustein, neben den Mitgliederforen, die Kommunikation mit den Fans und Mitgliedern weiterzuentwickeln.

**Wie funktioniert dieses Gremium?**

**STRATMANN:** Die Idee ist es, dass Personen mit möglichst vielfältigen fankulturellen Perspektiven zusammenkommen, also die Sichtweisen der aktiven Fanszene: die der Supporters Crew Freiburg und der Ultragruppierungen, aber auch die der SC Freiburg Fangemeinschaft (FG) als Vertreterin der mittlerweile über 130 Fanclubs. Und ganz besonders wichtig war uns, dass wir auch die Stimme der großen Mehrheit der Anhängerschaft abbilden können, also der sogenannten nicht organisierten Fans. Nach langer Entwicklung und vielen Vorgesprächen wurde der Fanbeirat dann Anfang 2023 konstituiert, und wir haben uns gemeinsam auf Rahmenbedingungen geeinigt.



## VITA EBERHARD FUGMANN

Eberhard Fugmann (Jahrgang 1953) leitete von 2006 bis 2018 als Rektor das Freiburger Rotteck-Gymnasium, das in dieser Zeit Partnerschule der Freiburger Fußballschule war. Vereinsmitglied ist der gebürtige Lehrer seit über 30 Jahren, die Spiele des Sport-Club besucht er seit 1982. Am 13. Oktober 2021 wurde Fugmann auf der Mitgliederversammlung des SC Freiburg zum neuen Präsidenten des Vereins gewählt. Der studierte Germanist arbeitete bereits vor seiner Wahl ehrenamtlich für den SC Freiburg im Bereich des Gesellschaftlichen Engagements.



## CLUB-FAN-DIALOG

Über die Lizenzierungsordnung der DFL Deutsche Fußball Liga sind alle Erst- und Zweitligisten angehalten, einen offenen, regelmäßigen und verbindlichen Dialog mit ihren Fans durchzuführen und zu etablieren. Neben der Fanbetreuung sollen hier auch die Vereinsführung und weitere verantwortliche Personen aus den verschiedenen Bereichen des Clubs oder des Netzwerks mit den Fans in einen Austausch kommen. Ziel der Club-Fan-Dialoge ist es, in strukturierter und regelmäßiger Abfolge die Perspektiven der Fans in verschiedene Entscheidungen des Clubs einfließen lassen zu können.



Weitere allgemeine Hintergründe und Kriterien zum Club-Fan-Dialog





## VITA

## ARNE STRATMANN

Arne Stratmann (Jahrgang 1982) ist seit Juni 2022 als Leiter Nachhaltigkeitskommunikation und Fans beim SC Freiburg tätig. Er verantwortet damit unter anderem den Bereich der Fanbetreuung und die Kommunikation der gesellschaftspolitischen Themen des Vereins. Der gebürtige Hagener war zuvor über acht Jahre bei der DFL Deutsche Fußball Liga in den Bereichen Fanangelegenheiten und Unternehmenskommunikation tätig.

## Woran orientieren sich diese?

**STRATMANN:** Auf der einen Seite an den Erwartungen, die sowohl die Teilnehmenden als auch der Verein haben. Und gleichzeitig stehen sie im Einklang mit den Vorgaben der DFL (Infokasten rechts, auf Seite 57). In der konstituierenden Sitzung haben wir uns zudem darauf geeinigt, in unserem Premierenjahr vier reguläre Sitzungen abzuhalten plus eine fünfte, im Rahmen derer wir dann auf die Pilotphase zurückschauen und gemeinsam erörtern, was wir verbessern können.

## Können Sie hier bitte Beispiele nennen.

**FUGMANN:** Verbesserungsbedarf bestand beispielsweise bei der Organisation und der Abstimmung darüber, welche Themen im Fanbeirat überhaupt behandelt und besprochen werden. Ebenso haben wir bei der Protokollierung und

der Öffentlichkeitsarbeit nachgeschärft. Und nicht zuletzt haben wir vereinbart, zum Ende der Pilotphase zu evaluieren, ob die Zusammensetzung des Fanbeirats vielfältig genug ist.

## Wo liegen die Möglichkeiten und Grenzen des Formats?

**STRATMANN:** Im Fanbeirat sollen wichtige vereinspezifische Themen gemeinsam im Sinne einer positiven Vereins- und Fankultur diskutiert und begleitet werden. So kann der Fanbeirat eine Art Seismograf für fankulturelle Entwicklungen sein. Die Stimmungs- und Meinungsbilder werden in die Fachebenen des Vereins hineingetragen und dort mit den Expert/innen auf dem jeweiligen Gebiet besprochen. Das können Infrastruktur-, Sicherheits- oder Ticketing-Themen sein. Und gleich, wie die Entscheidungen der Vereinsverantwortlichen am Ende ausfallen, ob sehr nah an den Empfehlungen des Fanbeirats oder gegebenenfalls davon abweichend, sollen diese im Fanbeirat bestmöglich erläutert werden. Rückmeldungen aus dem Verein über die Hintergründe und Zusammenhänge von Entscheidungen tragen zu Transparenz und zur Nachvollziehbarkeit bei. So ist der Fanbeirat ein wichtiger „Seismograph“ für fankulturelle Themen innerhalb des Vereins.

## Herr Fugmann, was sind Ihre Eindrücke und Erfahrungen aus den bisherigen Sitzungen?

**FUGMANN:** Ich habe wahrgenommen, dass es bei den zum Teil sehr unterschiedlichen Perspektiven und Interessen eine große gemeinsame Schnittmenge gibt. Das ist zum einen die Stärkung der Fankulturen beim SC und zum anderen der Wunsch, bei verschiedenen vereinspezifischen Themen diese vielfältigen Perspektiven auch einbringen zu können. Dafür gibt es bereits einige sehr erfreuliche Beispiele, an denen man sieht, was die großen Möglichkeiten dieses Gremiums sind.

## Welche sind das?

**STRATMANN:** Beispielsweise haben wir die geplante Umlaufferweiterung des Europa-Park Stadions im Fanbeirat vorgestellt, diskutiert und dadurch wertvolle Anregungen erhalten. Ebenso wurden Neuerungen im Ticketing zur Saison 2023/24 vorab vorgestellt und Anregungen aufgenommen. Es gibt also gute Beispiele, die zeigen, dass der Dialog in dem Gremium sehr gut funktioniert hat. Die wichtigen Anregungen, die wir uns auch zukünftig aus dem beratenden Fangremium erhoffen, sind für den Verein sehr wertvoll. Ein wichtiger Aspekt ist zudem, dass die Mitglieder des Fanbeirats Informationen und Hintergründe von Entscheidungen als Multiplikator/innen weitertragen können.

## Die Förderung des Fan- und Mitgliederdialogs ist elementarer Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie des Vereins ...

**STRATMANN:** ... und deshalb gehen wir das Thema auf verschiedenen Ebenen an, auch jenseits der angesprochenen Formate. So wurde unsere Fanbetreuung zum Beispiel auf vier hauptamtliche Mitarbeitende aufgestockt (siehe Infokasten rechts). Viele Mitarbeitende in allen Abteilungen des Vereins machen sich zudem intensiv Gedanken darüber, wie unser Handeln besser kommuniziert werden kann – nach außen, aber auch nach innen. Neben Fanbeirat und Mitgliederforen gibt es auch weitere Formate, wie die Veranstaltungsreihe „19:04 – Zeit für GeSchichte“, in denen viel Dialog stattfindet.

**FUGMANN:** Der Sport-Club kann sich aus meiner Sicht ohnehin nur weiterentwickeln, wenn es einen fortwährenden Dialog mit den Mitgliedern, den Fans, der Stadtgesellschaft und anderen Interessensgruppen gibt. Die Sport-Quartiere Freiburg (siehe Seite 26), die Grundschulliga, der FAIRways Förderpreis, all solche Dinge und ganz allgemein die stringent nachhaltige Ausrichtung des SC Freiburg bei ökologischen, ökonomischen und sozialen Themen, sind ja nicht vom Himmel gefallen. Sie sind das Ergebnis des engen Austauschs mit den Mitgliedern, Fans und der Stadtgesellschaft, in dem der Verein durch sein Handeln und seine handelnden Personen ununterbrochen steht. Die Kommunikation über unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen – auch vor dem Hintergrund des rasanten Wachstums – erhält eine zunehmende Wichtigkeit. Weil durch sie das, was uns ausmacht, auch in den immer größer werdenden Zusammenhängen befördert und verfestigt werden kann.

// Interview: Alex Roth

## STRATEGISCHE ZIELE

- Intensivierung des Austausches mit verschiedenen Fangruppierungen
- Stärkung von Fanclubarbeit
- Intensivierung des Austauschs mit Mitgliedern
- Einbindung von Fans und Mitgliedern beim Thema Nachhaltigkeit
- Ausbau der Angebote für junge Fans und Mitglieder



## DIALOGFORMATE BEIM SC

## FANBEIRAT

- // Anzahl: mind. 4 Sitzungen pro Jahr
- // Teilnehmende: Aktive Fanszene, Fanclubvertreter/innen, Vertreter/in für Menschen mit Behinderung und nicht-organisierte Mitglieder
- // Zweck/Inhalte: Zentrales Dialogformat des SC Freiburg, zu Themen, die Fans betreffen
- // Gäste: Vereinsvertreter/innen zu jeweiligen Themen
- // Federführend dabei: Präsident, Leiter Nachhaltigkeitskommunikation und Fans, Fanbetreuung

## MITGLIEDERFOREN

- // Anzahl: mind. 4 Veranstaltungen pro Jahr
- // Zielgruppe: alle Mitglieder des Vereins
- // Zweck/Inhalte: Möglichkeit für Vereinsmitglieder, sich über vorab definierte Themen zu informieren / Offener Austausch mit dem Präsidenten über Mitgliederanliegen
- // Gäste: Vereinsvertreter/innen zu jeweiligen Themen
- // Federführend dabei: Präsident, Leiter Nachhaltigkeitskommunikation und Fans (unterstützt durch Fanbetreuung)

## PROJEKTGRUPPE FRAUENFUSSBALL

- // Anzahl: mind. 3 Treffen pro Jahr
- // Zielgruppe: alle Fans und Interessierte des Frauenfußballs in Freiburg
- // Zweck/Inhalte: Austausch zwischen Fans und Verein zur Förderung des Frauenfußballs in Freiburg
- // Gäste: Spielerinnen sind fester Bestandteil der Runde
- // Federführend dabei: Fanbetreuung, Abteilung Frauen- und Mädchenfußball

## 19:04 - ZEIT FÜR GESCHICHTE

- // Anzahl: 4 Veranstaltungen pro Jahr
- // Zielgruppe: An der SC-Geschichte interessierte Fans
- // Zweck/Inhalte: Vorstellung unterschiedlicher Themen rund um die Vereinsgeschichte in unterschiedlichen Formaten (Vortrag, Podiumsdiskussion, Talk, etc.)
- // Gäste: ehemalige Spieler/innen, Expert/innen, Autor/innen
- // Federführend dabei: Vereinsarchivar SC Freiburg, Fanbetreuung

## FANBETREUUNG

Die Fanbetreuung ist erste Anlaufstelle für SC-Fans. Die Fanbeauftragten vermitteln unter anderem zwischen den unterschiedlichen Interessen der vielseitigen Freiburger Fanszene und nehmen eine moderierende Rolle ein. Dazu tragen auch verschiedene Austauschformate mit der aktiven Fanszene und den Fanclubs bei. Die Fanbetreuung trägt außerdem durch regelmäßige Gespräche mit den Sicherheitsinstitutionen und dem Ordnungsdienst zu einem sicheren Spieltagerlebnis bei. Darüber hinaus kümmert sich die Fanbetreuung, in Kooperation mit der Fangemeinschaft, um das Fanclubwesen und steht mit dem DFB und der DFL im Austausch.



Weitere Informationen und alle aktuellen Ansprechpersonen finden Sie hier.



# NACHHALTIGE PARTNERSCHAFTEN

Für Sponsoren und Partner ist der SC Freiburg eine besondere Adresse im Bundesligafußball: unaufgeregt, authentisch und mit viel Kontinuität bei den Verantwortlichen. Werbetreibende Unternehmen schätzen den Verein als reichweitenstarke und glaubwürdige Plattform. Gelingende Partnerschaften sind dabei fast ausnahmslos langfristig angelegt. Auffällig ist: Für viele Unternehmen werden nachhaltige Themen immer wichtiger – auch bei der Ausgestaltung ihrer Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen. Ein Sponsoring ist nachhaltig, wenn beide Parteien ein ähnliches Wertesystem pflegen, entsprechende Ziele verfolgen und darauf eine langfristige Partnerschaft aufbauen. Denn gemeinsam lässt sich mehr Wirkung erzielen als allein.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Johannes Winter





## 20 JAHRE GEMEINSAM FÜR DIE UMWELT

Beim SC Freiburg werden Partnerschaften langfristig gedacht, weil sie dadurch für beide Seiten, für Sponsor und Verein, nachhaltig wirken. Dabei werden gemeinsam auf die jeweilige Partnerschaft abgestimmte Themenfelder definiert, bearbeitet und dazu passende Projekte umgesetzt. Den SC Freiburg und badenova verbindet eine solche gelebte Partnerschaft seit über 20 Jahren. Innerhalb dieser Zeit konnten wir zusammen in vielen Projekten die Themenbereiche ökologische Nachhaltigkeit und Umwelt angehen, wie die nachfolgenden Beispiele illustrieren.

**S**eit über 20 Jahren Energie- und Umweltpartner: So steht es auf einer Tafel neben dem Haupteingang des Europa-Park Stadions, auf der Meilensteine der langjährigen Partnerschaft zwischen badenova und dem Sport-Club festgehalten sind. 20 Jahre sind im Fußball eine kleine Ewigkeit. Genau genommen sind es sogar 22 Jahre, die den Sport-Club und das fest in der Region verwurzelte Unternehmen miteinander verbinden.

Insgesamt elf gemeinsame Projekte sind auf der Tafel verewigt. Deutlich wird dies alleine durch die gemeinsamen Aktivierungen der Partnerschaft in den vergangenen beiden Jahren. Aber der Reihe nach.

Bereits 2003 wurde badenova Partner der Freiburger Fußballschule, ein Jahr darauf der erste Namensgeber des damaligen Dreisamstadions. „Das war schon ein großer Schritt für den Verein. Uns war auch damals schon klar, dass wir das Engagement von badenova zusätzlich mit Leben füllen wollen“, erinnert sich Hanno Franke, Abteilungsleiter Marketing und Nachhaltigkeit des Sport-Club und früher in dieser Funktion auch für die Vermarktung des Vereins verantwortlich. Sport-Club und badenova trieben in dieser Zeit gemeinsam den Ausbau des Solardachs auf dem Dreisamstadion weiter voran und gründeten dafür die regionsonne GmbH. Ziel des gemeinsamen Unternehmens war es, die Stadionsdächer des SC Freiburg sowie die Dächer der Verwaltungs- und Betriebsgebäude an allen badenova-Standorten mit Solaranlagen zu bestücken und als Bürgerbeteiligungsprojekt an interessierte Kommanditisten zu veräußern. >>

Eine Aktivierungsmaßnahme von badenova in der jüngeren Vergangenheit: die SC-Frauen spielten mit einem Sondertrikot mit der Aufschrift „Trink Leitungswasser“. Im Anschluss wurden unterschriebene Trikots versteigert und der Betrag von badenova auf 3.000 Euro aufgestockt. Diese gingen an das Klimaquartier Waldsee.

## EIN GUTES BEISPIEL FÜR EINE PARTNERSCHAFT, VON DER BEIDE SEITEN PROFITIEREN KÖNNEN.

### FÜR JEDES SC-TOR EIN BÄUMCHEN

Sieben Jahre lang, bis 2011, spielten die Profis des Sport-Club im badenova-Stadion, anschließend betätigte sich badenova weiter als Premiumpartner des SC Freiburg. Fünf Jahre später, im Jahr 2016, folgte das bis heute bestehende Hauptsponsoring bei den SC-Bundesliga-Frauen und von 2018 bis 2020 die Präsenz als Ärmelsponsor der Bundesliga-Herren.

Eine langjährige Konstante innerhalb der gemeinsamen ökologischen Aktivitäten in dieser Partnerschaft war in den vergangenen Jahren die badenova-Baumpflanzaktion: Seit der Saison 2013/14 pflanzt das Unternehmen für jeden Punktspieltreffer des SC einen Baum in der Region. Jeden Baum ziert dabei nicht nur eine Infotafel, die den Freiburger/innen den Hintergrund der Aktion näherbringen soll, sondern auch der Name des entsprechenden Torschützen.

### SOLARDACH UND FERNWÄRME IM NEUEN STADION

Wie eng der SC Freiburg und sein Energie- und Umweltpartner mittlerweile verflochten sind, wird nicht zuletzt am 2021 eingeweihten Europa-Park Stadion deutlich. Mit dem im Juli 2022 gemeinsam eingeweihten Solardach, das auf einer Fläche von 15.000 Quadratmetern über 6.200 Module verfügt, hat der Sport-Club eines der größten seiner Art auf einem Fußballstadion in Europa. Rund 2,6 Millionen kWh konnten in der Saison 2022/23 mithilfe der Photovoltaikanlage erzeugt werden (mehr dazu ab Seite 112).

Badenova war außerdem federführend bei der Planung und beim Bau des Fernwärmenetzes beteiligt, das das Europa-Park Stadion mit Fernwärme der benachbarten Cerdia-Werke versorgt und so den kompletten Wärmebedarf des Europa-Park Stadions klimaneutral deckt. Hinzu kommen zehn von badenova betriebene E-Ladesäulen am Europa-Park Stadion sowie sechs an der Freiburger Fußballschule.

### STETIGE EVALUATION DER PROJEKTE

Die Beispiele zeigen: Gemeinsame Grundsätze wie Regionalität, Authentizität nach innen wie nach außen und auch das Streben nach ökologischer Nachhaltigkeit waren damals wie heute Eckpfeiler der erfolgreichen

Partnerschaft. Das weiß auch Heinz-Werner Hölscher: „Spitzenfußball und Energieexperten sind zusammen ein echtes Erfolgsteam: Schon jahrelang pflegen der SC Freiburg und badenova eine intensive Partnerschaft. Was in den frühen 2000ern mit Bandenwerbung und Strombelieferung begann, hat sich zu einer umfassenden Energie- und Ökologiepartnerschaft entwickelt“, erklärt der badenova-Vorstand und sagt: „Zwei in der Region verankerte Akteure, die beide großen Wert auf eine inhaltliche Zusammenarbeit legen, bleiben für die Energiewende am Ball – denn Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Innovation sind die zentralen Werte unserer Partnerschaft.“

Dabei ist die Partnerschaft mit badenova laut Hanno Franke „ein gutes Beispiel für eine Partnerschaft, von der beide Seiten profitieren können“. Betrachtet man den gemeinsamen Weg, wird deutlich, „wie wichtig Vertrauen, gegenseitige Synergieeffekte und innovatives Denken in einer langjährigen Partnerschaft sind“, führt der SC-Marketingleiter weiter aus.

Und Heinz-Werner Hölscher ergänzt: „Zusammen bilden wir heute und in Zukunft ein starkes Team, das noch viel vorhat. Wir haben das neue Stadion solar, digital und elektromobil gemacht und die Weichen für eine nachhaltige Wärmeversorgung gesetzt. Eines der größten Solardächer auf einem Stadion in Europa verdeutlicht, welche Verantwortung wir dabei für und in der Region übernehmen. Wir blicken auf viele gemeinsam realisierte Projekte und sind voller Energie, viele weitere in den kommenden Jahren zusammen zu realisieren – wir bleiben für die Energiewende am Ball!“

// Autor: David Hildebrandt

### DAS IST BADENOVA

Mit über 1.500 Mitarbeiter/innen, einem Umsatz von über einer Milliarde Euro und einem Jahresgewinn von zuletzt 53 Millionen Euro (2021) ist badenova ein leistungsstarkes mittelständisches und vor allem kommunales Unternehmen mit Sitz in Freiburg. Versprechen und Ziel des Unternehmens lauten: „Für eine lebenswerte Zukunft gestaltet der Umwelt- und Energiedienstleister badenova für und mit der Region die Energie- und Wärmewende.“ badenova befindet sich zu 100 Prozent in kommunalem Eigentum. Zwischen Hochrhein und Nordschwarzwald sind 96 Städte und Gemeinden Gesellschafter von badenova. Neben der Versorgung mit Erdgas, Strom, Wasser und Wärme bietet badenova innovative und ökologische Dienstleistungen rund um Energie- und Umweltschutz. Dazu gehören regenerative Erzeugungsanlagen mit Bürgerbeteiligung, E-Mobilität, Energie-, Wärme- und Mobilitätskonzepte für Kommunen und Industrie, Wärmecontractings, KWK-Lösungen (Kraft-Wärme-Kopplung) für Privathaushalte, Gewerbebetriebe und Industriebetriebe, Nahwärmeverbünde, Smart-home-Produkte, Wasser- und Abwasserbetriebsführungen für Kommunen und vieles mehr.

Fotos: SC Freiburg (Nr. 1) // badenova (Nr. 2–4) // Carsten Ried (Nr. 5)

### AKTIVIERUNGEN MIT BADENOVA IN DEN VERGANGENEN 20 JAHREN

Wie lebendig und vielseitig die Partnerschaft auch über 20 Jahre nach ihrer Entstehung ist, lässt sich anschaulich an der Vielzahl gemeinsamer Aktivierungen in der jüngeren Vergangenheit nachvollziehen:



- 1 Rund um die SC-Spielstätten wurden von SC und badenova interaktive Mülleimer installiert, um das Umweltbewusstsein der Zuschauer/innen zu schärfen und spielerisch darauf aufmerksam zu machen, Abfälle korrekt zu entsorgen.
- 2 Einen ähnlichen Effekt sollte die „Plastikmensch“-Kunstskulptur haben, die von Januar bis Mai 2022 vor dem Europa-Park Stadion stand.
- 3 Gemeinsam mit Spielerinnen des SC Freiburg wurde im April 2023 der Photovoltaik-Radweg an der Messe eingeweiht. Das gemeinschaftliche Projekt von badenovaWÄRMEPLUS, Stadt Freiburg und Fraunhofer ISE ist das erste seiner Art in der Bundesrepublik.
- 4 Auch vereinsintern setzen sich der Sport-Club und sein Energie- und Umweltpartner für Nachhaltigkeit ein. So wurden im Frühjahr 2023 sowohl verpflichtende Umweltschulungen für SC-Mitarbeiter/innen als auch eine freiwillige Führung durch das Wasserwerk der badenova in Ebnet (Foto) angeboten und durchgeführt.
- 5 An Spieltagen wird die gemeinsame Partnerschaft ebenfalls regelmäßig sichtbar. So beteiligte sich die badenova beispielsweise am Klimaschutzspieltag gegen Schalke 04 im April 2023, stellte im Zeichen der nachhaltigen Mobilität bei der Heimpartie gegen Leipzig im Pokal zehn Rikschas zur Verfügung, die von der Haltestelle Messe zum Europa-Park Stadion pendelten, und beteiligt sich regelmäßig bei den Saisonöffnungen des Sport-Club mit Trinkwassertheken.

### STRATEGISCHE ZIELE

- Regelmäßiger Austausch mit Partnern zu Nachhaltigkeitsthemen
- Unterstützung der Nachhaltigkeitsziele von Partnern
- Ausbau regionaler Partnerschaften



# SOLIDARITÄT UND REGIONALES ENGAGEMENT

Das Engagement für die Gesellschaft, speziell in der Region, gehört zum Selbstverständnis des SC Freiburg. Unter dem Motto „SC Freiburg – mehr als Fußball“ möchte der Sport-Club Vorbild sein und Verantwortung übernehmen. Indem wir unsere Bekanntheit und die Beliebtheit des Vereins nutzen, möchten wir über den Fußball hinaus in die Gesellschaft wirken. Fernab des Profisports fördern und unterstützen wir Vereine und Initiativen, die sich oft auch im Kleinen engagieren. Gemeinsam mit unseren Partnern stehen wir für ein faires und solidarisches Zusammenleben ein: gegen Diskriminierung und für die Integration von Menschen.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Hanno Franke

# ENGAGIERTER LEUCHTTURM

Als SC Freiburg möchten wir unsere Popularität und die Wirkung, die wir in der breiten Öffentlichkeit erzielen, nutzen, um Menschen zu unterstützen, die unsere Hilfe benötigen. Oder uns mit Initiativen und Einrichtungen zu solidarisieren, die sich ihrerseits bereits gesellschaftlich engagieren. Drei Projekte unseres regionalen Engagements wollen wir an dieser Stelle genauer vorstellen – und dabei jene zu Wort kommen lassen, denen unsere Solidarität und Hilfe zuteilwurde und werden wird.

**F**ußballvereine haben eine enorme Strahlkraft. Sie können Leuchttürme sein, die in ihrer Vorbildfunktion besondere Werte in die Gesellschaft tragen: Respekt, Solidarität und Fairness. Wir als SC Freiburg wollen dieses Potenzial (und letztlich den Auftrag) auch nutzen, um den Scheinwerfer auf all die Initiativen, Vereine und Institutionen zu lenken, die sich – oft im Kleinen und damit öffentlich wenig wahrgenommen – gesellschaftlich engagieren: für eine nachhaltige Förderung im Breitensport sowie in den Bereichen Bildung, Ökologie und Soziales. Diese Projekte wollen wir sichtbar machen und fördern (etwa mit dem FAIR ways Förderpreis), damit sie sich nachhaltig weiterentwickeln können.

Zudem wollen wir uns solidarisch zeigen mit jenen, die schnelle Hilfe benötigen: Opfer von Erdbeben oder Flutkatastrophen, Kriegsgeschädigte oder durch die Pandemie in Schieflage geratene Menschen – sie un-

terstützen wir entweder direkt oder im Rahmen einer bereits initiierten Spendenaktion.

Ein weiterer Schwerpunkt, den wir im Handlungsfeld „Solidarität und regionales Engagement“ im nächsten Jahr legen wollen, ist der Auf- und Ausbau von Antidiskriminierungsarbeit. Dazu gehört auch – und das betrachten wir als die Grundlage – die Aufarbeitung der Geschichte des SC Freiburg im Nationalsozialismus. Bis zum Oktober 2024 soll eine Studie vorliegen, die dieses dunkle Kapitel der Vereinsgeschichte aufarbeitet. Die Recherche und den Fortschritt der Arbeit begleitet ein wissenschaftlich hochkarätig besetzter Beirat.

Und wir wollen allen Menschen, egal ob mit oder ohne Behinderung, ermöglichen, Teil des SC Freiburg zu sein und das Stadionerlebnis genießen zu können. Daher war es uns auch so wichtig, dass unser Europa-Park Stadion über ausreichend (146) Rollstuhlplätze verfügt und es über alle Eingänge barrierefrei erreichbar ist. An Spieltagen bieten wir zudem ein barrierefreies Fanradio („Sport-Club live“) an, über das sehbehinderte Menschen das Spielgeschehen im Stadion oder auch außerhalb verfolgen können.

// Autor: Christian Engel



WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG

SCHLEITH	STRACON	S	KLEENOIL
NEOPERL	NaturEnergie	RAYMOND	HEKATR@N
Franz Morat	girsberger	BRUNO KAISER	scfreiburg
DÖRELINGER	STRaub	highQ	LEXWARE



**WEITERFÜHRENDES MATERIAL**

Folge uns zu Besuchen bei regionalen Förderprojekten



FAIR ways Förderpreis-träger 2023

Foto: Achim Keller



# UNTERSTÜTZEN UND FÖRDERN

## FÖRDERVEREIN FREIBURGER FUSSBALLSCHULE

Mitglied im Förderverein werden kann jede/r, die/der die Ziele des Fördervereins unterstützen möchte. Das gilt nicht nur für Einzelpersonen, sondern auch für Firmen, Vereine und Institutionen.



← JETZT MITGLIED WERDEN!

## SC FREIBURG

Der SC Freiburg ist mit mehr als 60.000 Mitgliedern (Stand: September 2023) der größte Sportverein Badens. Wir freuen uns über weitere SC-Neuzugänge unter unseren Mitgliedern.



← JETZT MITGLIED WERDEN!

## ACHIM-STOCKER-STIFTUNG

Die Achim-Stocker-Stiftung unterstützt das Nachhaltigkeitsengagement des SC Freiburg. Sie ist gemeinnützig und anerkannt als rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts.

Zustiftungen zur Achim-Stocker-Stiftung sind ausdrücklich erwünscht. Zustiftungen sind ab einer Mindesthöhe von 10.000 Euro möglich. Zustifter/innen werden, wenn sie das nicht anders wünschen, in ein Stifterverzeichnis aufgenommen und in der Freiburger Fußballschule öffentlich gewürdigt. Zustiftungen und Spenden an die Stiftung sind steuerlich absetzbar.

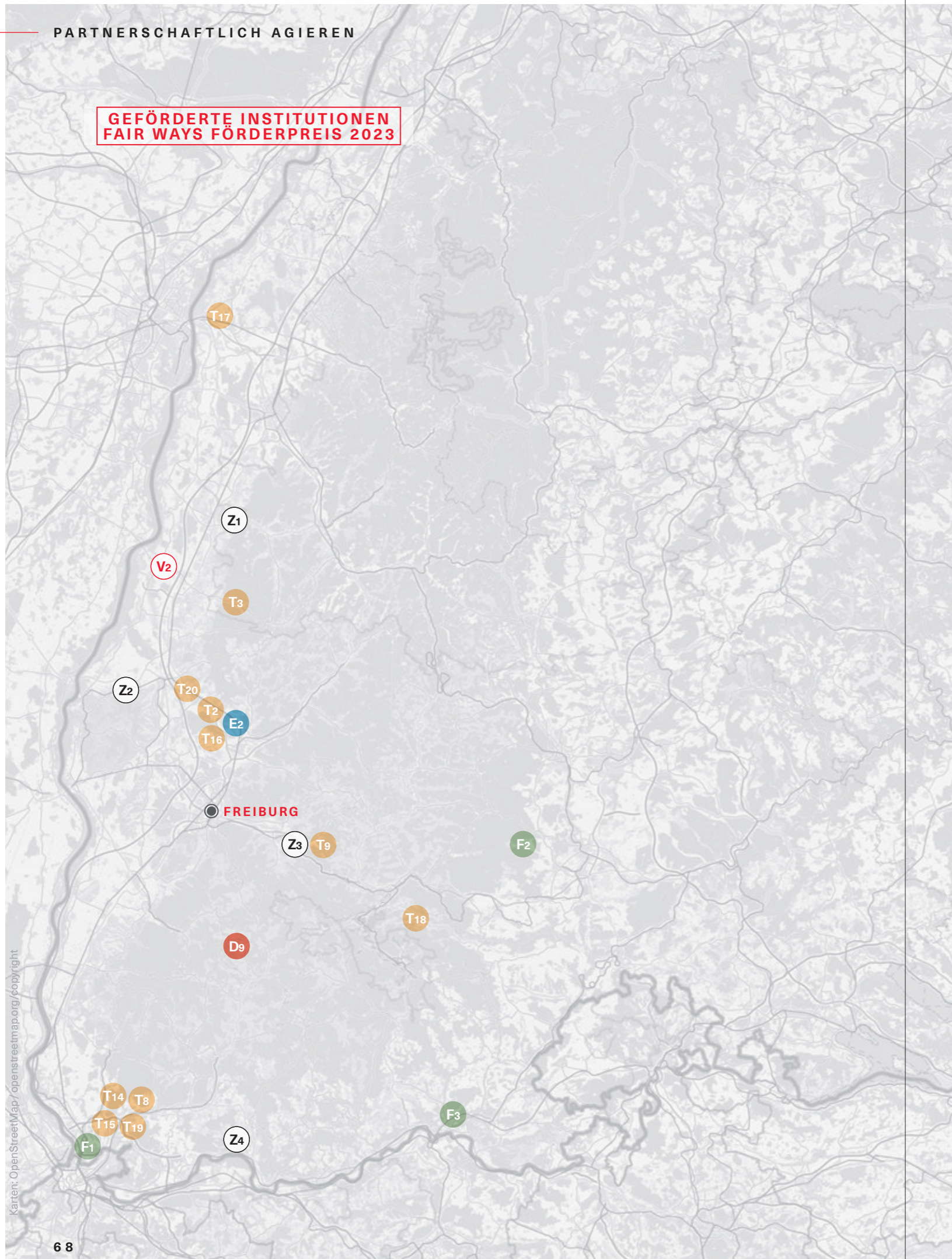
Wenn Sie mehr Informationen zu einer Zustiftung erhalten möchten, können Sie sich gerne an uns wenden:

Achim-Stocker-Stiftung // c/o SC Freiburg  
Achim-Stocker-Straße 1 // 79108 Freiburg  
Mail: achim-stocker-stiftung@scfreiburg.com  
Telefon: 07 61 / 38 55 16 46

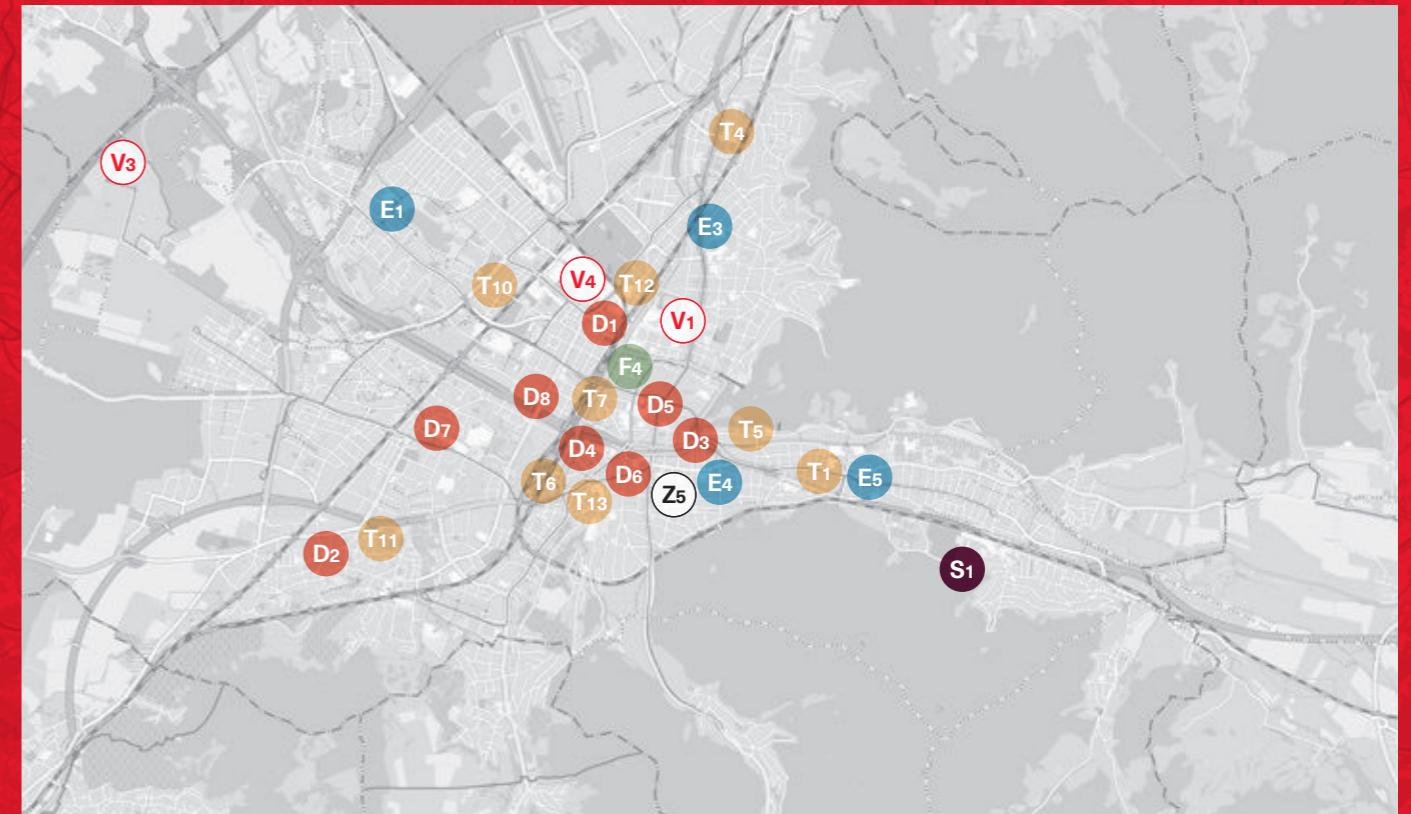


← WEITERE INFORMATIONEN

GEFÖRDERTE INSTITUTIONEN  
FAIR WAYS FÖRDERPREIS 2023



Karten: OpenStreetMap / openstreetmap.org / copyright



- S** **SONDERPREIS „GUTE TAT MIT RADIO UND PLAKAT“**  
1 benefi e.V.
- V** **FÖRDERSUMME: 4.000 €**  
1 step stiftung // 2 Zusammen erleben e.V. Emmendingen (Burkhard Löffler streichen) // 3 Förderverein Mundenhof e.V. (KonTIKI) // 4 Freiburger Stammzeldatei, Tumorzentrum Freiburg CCCF, Universitätsklinikum Freiburg
- D** **FÖRDERSUMME: 3.000 €**  
1 Hilfe für nierenkranke Kinder und Jugendliche e.V. // 2 Niedrigschwellige Suizidprävention e.V. // 3 Freiburger Hilfsgemeinschaft e.V. // 4 Wendepunkt // 5 Volkshochschule Freiburg; Rucksack-Programm // 6 FMGZ e.V. // 7 pro familia Freiburg e.V. // 8 Zeugen der Flucht e.V. // 9 Bergwacht Schwarzwald Ortsgruppe Wieden
- Z** **FÖRDERSUMME: 2.000 €**  
1 Sportclub Lahr e.V. // 2 Malteser Hilfsdienst e.V. Nördlicher Breisgau // 3 2b4kids gUG (haftungsbeschränkt) // 4 SV Schwörstadt 1927 e.V. // 5 Bezirksverein für soziale Rechtspflege Freiburg
- E** **FÖRDERSUMME: 1.500 €**  
1 Arzt Forum Freiburg e.V. // 2 Schulkindergarten Wasserfloh // 3 AMICA // 4 Arbeitskreis Leben // 5 Moderner Kunstverein e.V.
- T** **FÖRDERSUMME: 1.000 €**  
1 Selbsthilfe mit Köpfchen e.V. // 2 DLRG Ortsgruppe Emmendingen eV // 3 FV Ettenheim e.V. // 4 Jatz e.V. // 5 Experinauten gUG // 6 Stadtpiraten Freiburg // 7 Grünhof e.V. // 8 Familienzentrum Kinderland Lörrach gGmbH // 9 Förderverein der Sommerbergschule Buchenbach // 10 DRK Kreisverband Freiburg e.V. // 11 Beachverein Freiburg e.V. // 12 Jugendtreff Brühl-Beurbarung, c/o Vereinigung Freiburger Sozialarbeit e.V. (VFS) // 13 New Heart Festival e.V. // 14 c-punkt gGmbH // 15 Tüllinger Höhe // 16 Eduard-Spranger-Schule // 17 Riverside Ortenau e.V. // 18 Bundesverband Kinderhospiz e.V. // 19 Autonomes Frauenhaus Lörrach // 20 KlimaFit Initiative, Ideen hoch drei
- F** **FÖRDERSUMME: 500 €**  
1 Trinationales Umweltzentrum TRUZ e.V. - Fachbereich Umweltbildung // 2 Ago e.V. // 3 Wutach-Schule Tiengen // 4 Bildung für alle e.V.

**82.500 €**  
GESAMTFÖRDERSUMME



# STADTPIRATEN FREIBURG E.V.

**JULIA BECKER, PROJEKTLEITERIN  
BEI DEN STADTPIRATEN FREIBURG  
E.V. UND VIERFACHE GEWINNERIN  
DES FAIR WAYS FÖRDERPREISES**

„Wir, die Stadtpiraten aus Freiburg, haben uns zum Ziel gesetzt, Kinder und Jugendliche mit Migrations- oder Fluchthintergrund zu fördern, zu stärken, zu begeistern – sie bei der Integration zu unterstützen. Dafür haben wir mehrere Angebote im Programm, etwa Kunst- und Sportworkshops oder Freizeitcamps. Und für all diese Aktivitäten, für die Mieten von Hallen, für die Aufwandsentschädigungen für Trainer/innen, für das Essen und Trinken bei den Camps, für all das brauchen wir Geld. Daher freuen wir uns riesig, bereits viermal den FAIR ways Förderpreis des SC Freiburg und seiner Partner gewonnen zu haben. Mit dem Preisgeld haben wir mehrmals ein Teenagercamp auf die Beine gestellt, wo geflüchtete Jugendliche eine Woche lang kostenlos miteinander Zeit verbringen, Spaß haben und Neues lernen können. Ein tolles, von FAIR ways finanziertes Projekt war das Sportangebot für geflüchtete Mädchen: Wir haben mit den jungen Mädchen jede Woche Sport gemacht: Fußball, Volleyball, Badminton gespielt, um sie für Sport zu begeistern, um ihr Selbstbewusstsein zu stärken und ihnen letztlich den Schritt zu erleichtern, einem Verein beizutreten. Es hat gewirkt! Mehrere dieser Mädchen machen heute Vereinssport, haben also durch den Sport eine Gemeinschaft gefunden. Dem Förderpreis – als Grundlage – sei Dank.“

## FAIR WAYS FÖRDERPREIS

Unter der Dachmarke „FAIR ways – Wir übernehmen Verantwortung“ versammelt der SC Freiburg seit der Saison 2011/12 bis zu 15 Partner/innen, die sich wie der Sport-Club gesellschaftlich engagieren: für eine nachhaltige Förderung im Breitensport sowie in den Bereichen Bildung, Ökologie und Soziales. Dabei treten die FAIR ways-Partner/innen im Rahmen ihres Engagements für das Thema Nachhaltigkeit ein, sie engagieren sich für gemeinsame Aktionen in diesem Bereich und fördern gemeinsam nachhaltige Projekte. Gemeinsam vergeben wir seit 2012 jährlich den FAIR ways Förderpreis an gemeinnützige Institutionen und Projekte aus der Region, die sich in den oben genannten Handlungsfeldern engagieren. Mehr als 100 Einrichtungen, Initiativen, Schulen und Vereine bewerben sich Jahr für Jahr, zwischen 30 und 40 Projekte von ihnen werden von einer Jury und den FAIR ways Partner/innen ausgewählt und bekommen von uns eine finanzielle, kommunikative sowie ideelle Unterstützung ihrer Aktivitäten. Fördersumme (Saison 2022/23): 82.500 €  
Kumulierte Fördersumme (seit 2012): 695.500 €



Bild unten:  
Stadtpiraten Freiburg  
Teenagercamp C

# BLINDEN- REPORTER

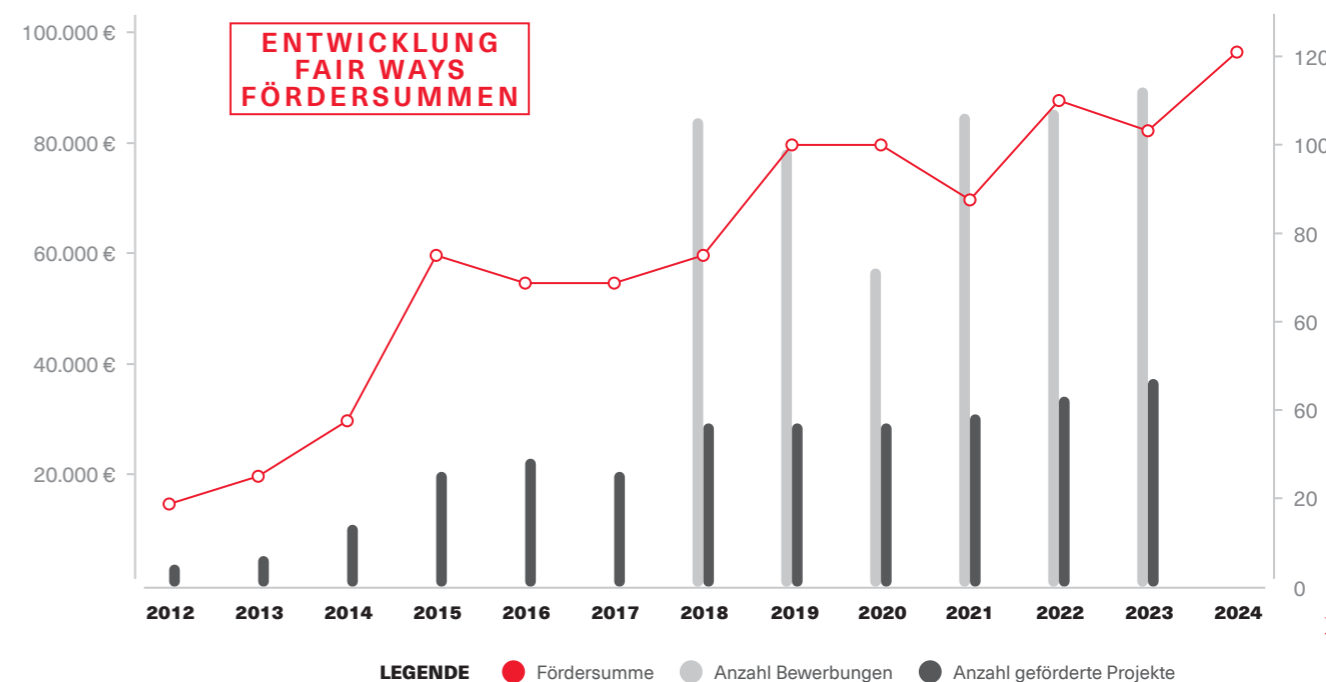
**THORSTEN SOSNOWSKI, SC-FAN  
MIT SEHBEHINDERUNG**

„Ich bin quasi direkt neben dem Dreisamstadion groß geworden, habe also schon von Kind auf die Stimmung an Spieltagen erlebt – und wurde früh zum glühenden SC-Fan. Später Dauerkarte auf der Nordtribüne, kaum ein Spiel fand ohne mich statt. Vor zehn Jahren wurde bei mir Retinitis pigmentosa diagnostiziert, eine Augenerkrankung, bei der die Netzhaut Stück für Stück zerstört, somit die Sehfähigkeit drastisch reduziert wird. Häufig erblinden die Betroffenen vollständig. Glücklicherweise habe ich heute noch zwei Prozent Sehfähigkeit, aber ein Stadionerlebnis wie früher ist es natürlich nicht mehr. Allerdings hat der Sport-Club eine wunderbare Möglichkeit für mich und andere Sehbehinderte geschaffen, dennoch am Spielgeschehen teilnehmen zu können: ein Blindenradio. Am Spieltag setze ich mich auf die Osttribüne im Europa-Park Stadion, stöpsle Kopfhörer in ein Radiogerät, das mir der SC extra leiht, und bekomme von Blindenreportern das Spiel kommentiert. Die machen das mit so viel Leidenschaft, dass ich zwischendurch echt Gänsehaut bekomme. Ich würde auch ohne das Angebot des Blindenradios ins Stadion gehen, allein der Stimmung wegen – aber das barrierefreie Fanradio „Sport-Club live“ macht das Erlebnis für mich perfekt.“



## BLINDENREPORTER

Ein Team aus fünf Blindenreportern sorgt seit 2015 an jedem Spieltag und an ausgewählten Auswärtsspielen dafür, dass sehbehinderte Menschen in den Genuss eines auf sie zugeschnittenen Live-Kommentars im Stadion kommen. Ihnen soll dadurch die Möglichkeit gegeben werden, (weiterhin) Teil der großen Fangemeinschaft zu sein. Acht bis zehn Sehbehinderte pro Spieltag nutzen das Angebot. Seit der Corona-Pandemie, als über Monate kein Stadionbesuch möglich war, ist das Blindenradio auch für die Allgemeinheit zugänglich. Über die SC-Website können seitdem alle Fans über das barrierefreie Fanradio „Sport-Club live“ die SC-Heimspiele als Audioreportage verfolgen.



Fotos: Miri Nussbächer (links oben) // Stadtpiraten Freiburg (links unten) // Thorsten Sosnowski (rechts)

# HILFS- AKTIONEN



## SOLOMIYA YAKUBECHKO, ABTEILUNGSLEITERIN KOMMUNIKATION DES REHABILITATIONSZENTRUMS LEMBERG/UKRAINE

„Wissen Sie, was eine Handprothese kostet? 28.000 US-Dollar. Beine sind günstiger: 15.000 Dollar. Von diesen Prothesen brauchen wir hier sehr viel, der Krieg in der Ukraine hinterlässt unzählige Verletzte: Soldaten von den Fronten, aber auch zivile Opfer durch Bombenangriffe, darunter Mütter, Schwangere und Kinder. Im vergangenen Jahr haben wir hier im Rehabilitationszentrum in Lemberg in verschiedenen Stationen 15.000 Patienten aus dem ganzen Land betreut und behandelt. Sie kommen mit Brandwunden, Verstümmelungen, Traumata. Wir sind froh über jeden Euro, den wir bekommen, um die Patienten versorgen, wichtig: um sie hier in ihrer Heimat versorgen zu können. Die Spenden vom SC Freiburg und der Stadt Freiburg\* etwa sind in die Renovierung eines Stockwerks eines Gebäudes geflossen, das wir für die weitere Versorgung benötigen, denn von Woche zu Woche kommen immer mehr Verletzte. Daher hilft uns jeder gespendete Euro.“

\* Kurz nach Beginn des Angriffskrieges auf die Ukraine hat der SC Freiburg im März 2022 bei einer Pfandbechersammelaktion mehr als 28.000 Euro gesammelt, die der Verein noch mal auf 56.000 Euro verdoppelte und an zwei Projekte in der Ukraine spendete. Dem Projekt „Unbroken“ in Lemberg (Lviv) wurden nach einer zweiten Spende im Oktober 2022 erneut 25.000 Euro überreicht.

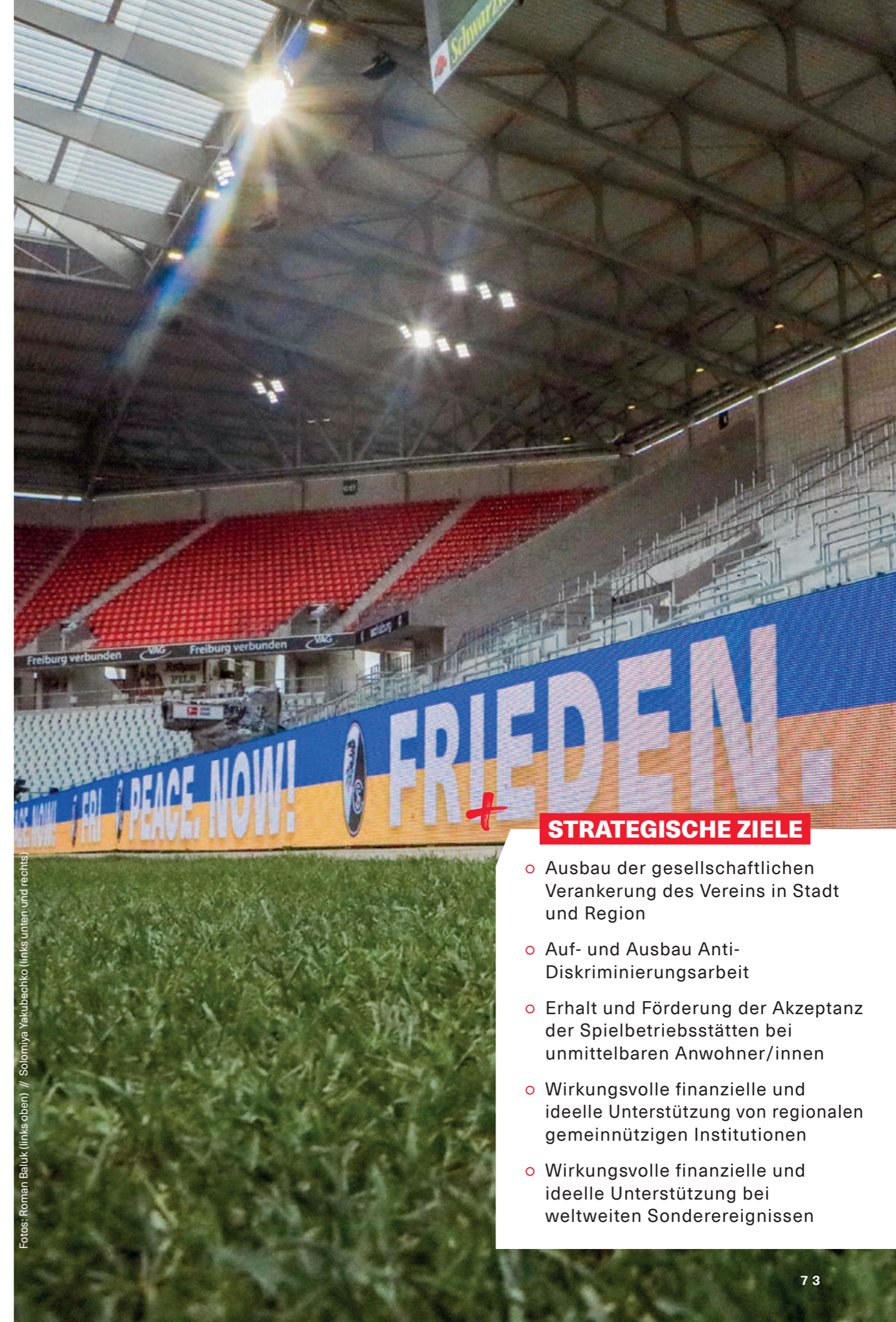


### HILFSAKTIONEN

Auch mit Trikot-, Sach- und Geldspenden werden wir aktiv, wo Hilfe gebraucht wird: sei es mit Sondertrikot 2015 für die Flüchtlingshilfe, nach Erdbeben wie dem in der Türkei und in Syrien oder aktuell wegen des Krieges in der Ukraine. Während der Corona-Krise haben wir unter dem Motto #SCFreiburghilft mit zahlreichen Aktionen notleidende Menschen unterstützt, etwa mit einer Füchse-Online-Ballschule, damit Kinder trotz Lockdowns in Bewegung kamen; bei einem fiktiven Sonderspieltag konnten Fans Beträge spenden, die sie sonst im Stadion ausgegeben hätten (etwa für eine Bratwurst) – diese Spenden kamen unter anderem Gastronomen zugute, die im Stadion während der Pandemie nicht bewirten konnten.

# 234.365,65 Euro

SPENDETE DER  
SC FREIBURG 2022/23  
FÜR GEMEINNÜTZIGE  
INSTITUTIONEN (Z.B.  
ERDBEBENHILFE TÜRKEI,  
KRIEG UKRAINE)



Fotos: Roman Baluk (links oben) // Solomiya Yakubchko (links unten und rechts)

### STRATEGISCHE ZIELE

- Ausbau der gesellschaftlichen Verankerung des Vereins in Stadt und Region
- Auf- und Ausbau Anti-Diskriminierungsarbeit
- Erhalt und Förderung der Akzeptanz der Spielbetriebsstätten bei unmittelbaren Anwohner/innen
- Wirkungsvolle finanzielle und ideelle Unterstützung von regionalen gemeinnützigen Institutionen
- Wirkungsvolle finanzielle und ideelle Unterstützung bei weltweiten Sonderereignissen

# FÖRDERUNG IN DER SPITZE UND IN DER BREITE

Der Förderverein Freiburger Fußballschule und die Achim-Stocker-Stiftung engagieren sich seit dem Jahr 2004 für die regionale Nachwuchsarbeit. Dabei unterstützen sie zahlreiche Projekte, mit denen hochbegabte Talente gefördert werden und die zugleich die Jugendarbeit im regionalen Fußball an der Basis stärken.

Im Frühjahr 2024 feiern der Förderverein Freiburger Fußballschule und die Achim-Stocker-Stiftung ihr 20-jähriges Bestehen. Seit zwei Jahrzehnten stehen Förderverein und Stiftung dann schon für elementare Zielsetzungen, die mit ihren jeweiligen Gründungen im Jahr 2004 – anlässlich des 100-jährigen Bestehens des SC Freiburg – erstmals auch in institutionalisierter Form umgesetzt wurden. Denn beim Sport-Club heißt Nachwuchsarbeit und Jugendausbildung nicht nur die Förderung hochbegabter Talente, sondern auch die Stärkung der regionalen Nachwuchsarbeit in der Breite. Der Förderverein Freiburger Fußballschule hat sich deshalb „Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.“ zu seinen Kernaufgaben gemacht. Gleichzeitig bildete dieses Motto auch die Grundlage für die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie des SC Freiburg.

Damit will der Sport-Club einerseits langfristig den Talentpool in der Region an der Basis vergrößern und zum anderen einen gesellschaftlichen Beitrag leisten, indem er die persönliche Entwicklung von Kindern und Jugendlichen fördert und sie für Sport begeistert. Seit seiner Gründung initiiert der Förderverein Freiburger Fußballschule gezielt Projekte, mit denen die Jugendarbeit im regionalen Fußball schon an der Basis gestärkt werden soll.

Wie zum Beispiel durch die Sprach-Ballschule in Freiburger Kindertagesstätten und die Schul-AGs Füchsle-Ballschule und Funiño-AG. Ein weiterer Schwerpunkt ist, Trainer/innen und Mitarbeitende in Vereinen, Grundschulen und Kitas durch Fortbildungen zu schulen, um die Qualität der Sportangebote für Kinder und Jugendliche zu verbessern. Auch diese Bausteine zählen zu den Voraussetzungen dafür, dass es mehr Sportler/innen an der Basis gibt und damit gleichzeitig auch mehr Talente, die vielleicht irgendwann den Weg zum SC Freiburg schaffen. Um dann dauerhaft Spieler/innen aus Freiburg und der Region in die Bundesligakader zu integrieren.

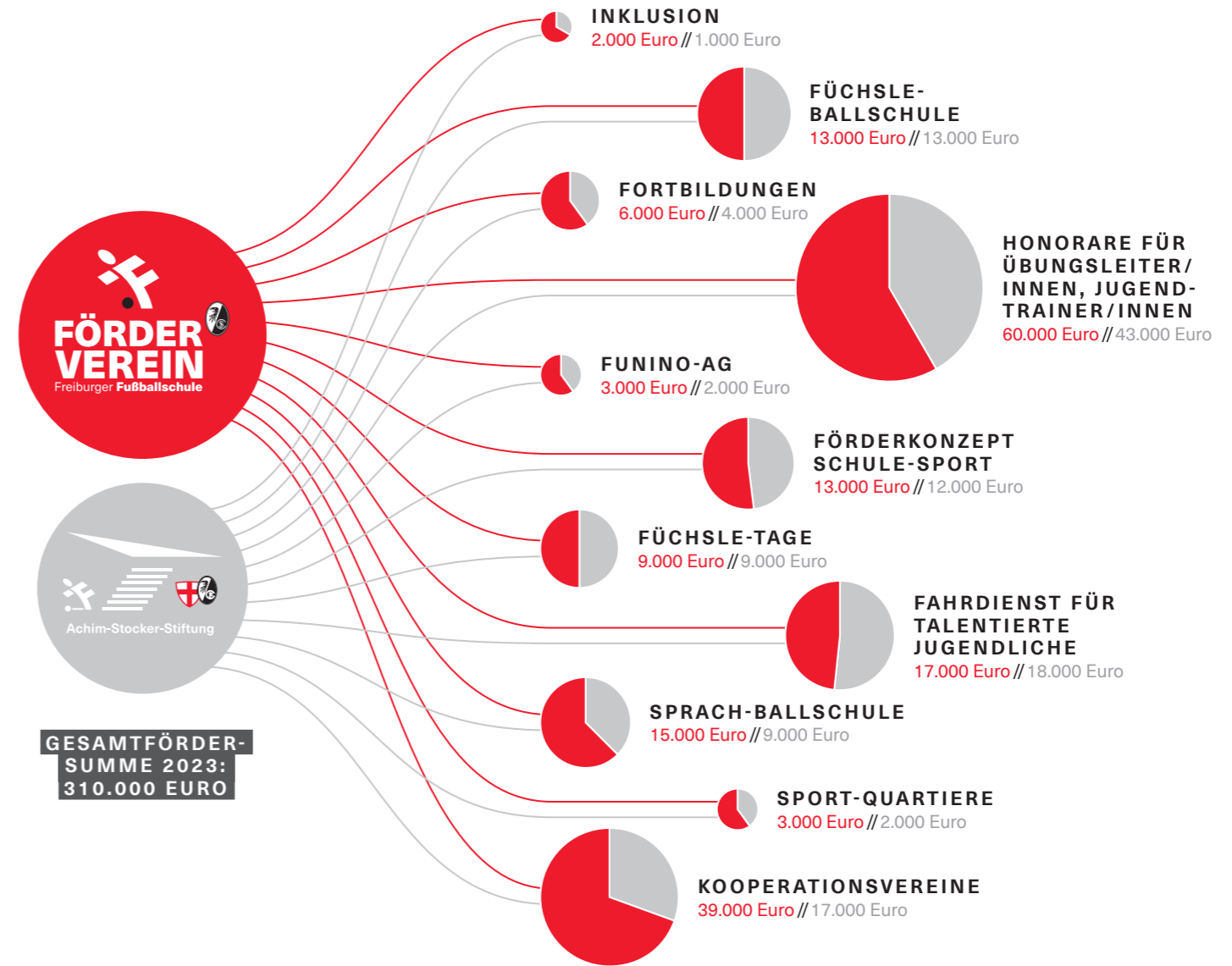
Neben dem Ziel, die Fußballbegeisterung von Kindern und Jugendlichen zu fördern, ist eine weitere wiederkehrende Idee des Fördervereins Freiburger Fußballschule, über diese Begeisterung Werte zu vermitteln, die dem Sport-Club wichtig sind. Dazu gehören Fair Play und Respekt, das Engagement für Toleranz und gegen Diskriminierung sowie der schonende Umgang mit Ressourcen. Jedes Fördermitglied trägt dazu bei, dass der Förderverein Freiburger Fußballschule diesen Kernaufgaben weiter nachgehen kann.

Unterstützt wird der Förderverein dabei von der Achim-Stocker-Stiftung. Gründungstifter waren die Stadt Freiburg und der SC Freiburg. Benannt wurde sie nach dem SC-Präsidenten Achim Stocker, der im Gründungsjahr 2004 schon seit mehr als 30 Jahren als Vorsitzender an der Vereinsspitze stand und der im November 2009 verstarb. Die Achim-Stocker-Stiftung fördert Sport, Bildung und Erziehung im Rahmen des Nachhaltigkeits-Engagements und der Ausbildungsarbeit des SC Freiburg in seiner Freiburger Fußballschule sowie darüber hinaus auch in der gesamten Region. „Regionale Talente fördern. Regionalen Fußball in der Breite stärken. Soziale Verantwortung übernehmen.“ lauten die drei zentralen Ziele der Stiftung.

Seit ihrer Gründung konnten der Förderverein Freiburger Fußballschule und die Achim-Stocker-Stiftung ihr Engagement und die Summe der Fördergelder über die Jahre kontinuierlich steigern. Hatten beide im Jahr 2005 für verschiedene Projekte des Sport-Club zusammen 85.000 Euro zur Verfügung gestellt, unterstützen der Förderverein Freiburger Fußballschule (180.000 Euro) und die Achim-Stocker-Stiftung (130.000 Euro) die regionale Nachwuchsarbeit des SC Freiburg im Kalenderjahr 2023 mit einer Gesamtfördersumme von 310.000 Euro.

Mit den Fördergeldern werden elf Programme und Arbeitsbereiche bedacht (siehe Grafik rechts). Sie alle eint, dass sie die Nachhaltigkeitsarbeit des Sport-Club sowie die Nachwuchsarbeit in der Freiburger Fußballschule und der Frauen- und Mädchenfußballabteilung des SC Freiburg unterstützen. Insgesamt haben der Förderverein Freiburger Fußballschule (mehr als 2,4 Millionen Euro) und die Achim-Stocker-Stiftung (über 1,6 Millionen Euro) seit Beginn ihres Engagements zusammen Fördermittel in Höhe von 4,037 Millionen Euro zur Verfügung gestellt.

Die Beiträge des Fördervereins, betont Udo Lay, der Vorstandsvorsitzende des Fördervereins Freiburger Fußballschule, seien nicht zuletzt der „Treue und der jahrelangen Unterstützung“ seiner Mitglieder zu verdanken. Beides drücke sich auch in der Mitgliederzahl aus, die mit 1.845 Mitgliedern (Stand 31. Dezember 2022) aktuell ihren höchsten Stand erreicht hat.



Auch Dr. Heinrich Breit, der stellvertretende Vorstandsvorsitzende und Schatzmeister des Fördervereins, hebt „die sehr große Beständigkeit in der Mitgliedschaft“ hervor. Diese Verlässlichkeit und Konstanz mache die Planung einfach, welche Förderbeträge man dem SC Freiburg für die vielfältigen Projekte zur Verfügung stellen kann.

Dazu zählen die sechs Freiburger „Sport-Quartiere“, in denen der Sport-Club gemeinsam mit der Stadt Freiburg, der step stiftung, der beruf leben akademie und den Eisvögeln Freiburg inzwischen 57 wöchentliche Bewegungsprogramme für Kinder und Jugendliche in Kitas, Schulen und im freien Sozialraum anbietet. Damit werden 1.000 Teilnehmer/innen pro Woche erreicht. Die schon länger bestehenden Angebote wie die Schul-AGs Füchsle-Ballschule und Funiño-AG finden mittlerweile an 16 Freiburger Partnerschulen statt. Die Sprach-Ballschule wird an 17 Partner-Kitas in Freiburg angeboten und soll weiter ausgebaut werden. Unter dem Motto „SC Freiburg – mehr als Fußball“ gibt es außerdem unterschiedliche Projekte in den Bereichen Inklusion und Fortbildung, die der Förderverein und die Achim-Stocker-Stiftung unterstützen.

Und wenn der Förderverein Freiburger Fußballschule und die Achim-Stocker-Stiftung 2024 ihr 20-jähriges Jubiläum feiern, sollen noch mehr Menschen diese Projekte des SC kennenlernen. Dr. Heinrich Breit, der auch dem Vorstand der Achim-Stocker-Stiftung an-

gehört, betont: „Für dieses Jubiläum werden wir uns etwas Besonderes überlegen. Und auch, wie wir die Vielfalt unseres Nachhaltigkeits-Engagements noch mehr in die Freiburger Bürgerschaft hineinragen.“

// Autor: Dirk Rohde



Mitgliederversammlung des Fördervereins Freiburg Fußballschule

Stand Grafik: 13. Juli 2023 // Foto: Achim Keller



# ZAHLEN & FAKTEN

# ZAHLEN UND FAKTEN ...

... der Saison 2022/23 aus den vier Schwerpunkten „Ökologisch handeln“, „Partnerschaftlich agieren“, „Verantwortlich wirtschaften“ und „Sport fördern“

## 2,6 MILLIONEN Kilowattstunden

STROM WURDEN IM EUROPA-PARK STADION DURCH SOLARZELLEN ERZEUGT.

**48 %**  
DER SC-MITARBEITER/INNEN KOMMEN MIT DEM FAHRRAD ZUR ARBEIT.



**17 %**  
DER HEIMSPIEL-BESUCHER/INNEN NUTZEN EIN FAHRRAD BEI DER ANREISE ZUM STADION

**48 %**  
DER STADIONBESUCHER/INNEN REISEN AUS DEM STADTKREIS FREIBURG (19 %), DEM LANDKREIS BREISGAU-HOCHSCHWARZWALD (18 %) UND DEM LANDKREIS EMMENDINGEN (11 %) AN.



**30.532**  
TEILNAHMEN AN DEN SC-PROGRAMMEN IN KITA, SCHULE UND VEREIN

**126,3 t**  
GRÜNSCHNITT FIELEN INSGESAMT AN ALLEN DREI STANDORTEN DES SC FREIBURG AN

## 59.537 SC-Mitglieder

(STAND: 30.06.2023)

**87 %**

DER STADION-BESUCHER/INNEN SAGEN, DASS DER SC FREIBURG FÜR SOZIALES ENGA-GEMENT STEHT\*



**902** TEILNEHMER/INNEN BEI 36 KINDERTRAINER-ZERTIFIKATSLEHRGÄNGEN MIT DEM KOOPERATIONS-PARTNER SÜDBADISCHER FUSSBALLVERBAND

**8**



KOOPERATIONSVEREINE: 7 DER FREIBURGER FUSSBALLSCHULE UND EINER DER FRAUEN- UND MÄDCHENABTEILUNG

**48 %**

DER HEIMSPIEL-BESUCHER/INNEN KOMBINIEREN MEHRERE VERKEHRSMITTEL BEI DER ANREISE ZUM STADION



EINZUG INS DFB-POKAL-FINALE DER FRAUEN

## 14 Spieler

AUS DER FREIBURGER FUSSBALLSCHULE IM PROFIKADER, 8 EHEMALIGE MITARBEITER DER FREIBURGER FUSSBALLSCHULE IM FUNKTIONSTEAM

**815**

FAHRRADFÄHRER/INNEN BEIM BUNDESLIGA-HEIMSPIEL SC FREIBURG - RB LEIPZIG



DAS PUBLIC CATERING IM EUROPA-PARK STADION WIRD IM GESAMTEINDRUCK DURCHSCHNITTlich MIT DER NOTE 2,6 BEWERTET.\*\*

**1.576**

VERANSTALTUNGEN BEI SC-PROGRAMMEN IN KITA, SCHULE UND VEREIN



**3** SC-MITGLIEDERFOREN MIT RUND 300 TEILNEHMER/INNEN

**6.200**



ZUSCHAUER/INNEN BEIM SPIEL SC FREIBURG FRAUEN - FC BAYERN MÜNCHEN BEDEUTET EIN REKORD BEI EINEM HEIMSPIEL DER SC-FRAUEN.

\* Die Angaben stammen aus einer Umfrage zur Wertschöpfung des SC Freiburg beim Heimspiel gegen RB Leipzig in der Saison 2022/23. \*\* Die Ergebnisse basieren auf einer Abschlussumfrage zur Saison 2022/23, die durch den SC Freiburg durchgeführt wurde. // Icons: Peaceful7 / Nisit / smx12 / shutterstock.com





39 % DER STADIONBESUCHER/INNEN KAUFEN IHRE SPEISEN ODER GETRÄNKE IM UMLAUF DER SÜDTRIBÜNE, 37 % AN DER OSTTRIBÜNE, 27 % AN DER NORDTRIBÜNE UND 10 % AN DER WESTTRIBÜNE.\*\*

3



SCHULUNGEN FÜR MITARBEITER/INNEN MIT DEM KOOPERATIONSPARTNER WENDEPUNKT ZUM KINDER- UND JUGENDSCHUTZ

16,77 %

DER SC-MITARBEITER/INNEN SIND SCHON LÄNGER ALS ZEHN JAHRE BEIM SC FREIBURG BESCHÄFTIGT.



29,30 %

DER SC-MITARBEITER/INNEN SIND SCHON LÄNGER ALS FÜNF JAHRE BEIM SC FREIBURG BESCHÄFTIGT.



146

ROLLSTUHLPLÄTZE IM EUROPA-PARK STADION

82.500 Euro

WURDEN 2022/23 DURCH DEN FAIR WAYS FÖRDERPREIS AUSGESCHÜTTET



7.031   
Füchsleclub

MITGLIEDER (STAND: 30.06.2023)



SIEGER DEUTSCHER FAHRRADPREIS 2023

27.000 MITGLIEDER VERZICHTETEN AUF IHREN SC-KALENDER UND ERZEUGTEN DADURCH EINE SC-SPENDE IN HÖHE VON 140.000 EURO, WOVON ÜBER

1.500



Mini-Tore

FÜR 13 GRUNDSCHULEN, 17 KITAS UND 174 FUSSBALL-VEREINE IN SÜDBADEN GESPENDET WERDEN KONNTEN.



9 SPORTVEREINE, 16 GRUNDSCHULEN UND 17 KINDERTAGESSTÄTTEN ALS PARTNER DER SPORT-QUARTIERE FREIBURG

234.365,65 Euro

WURDEN 2022/23 AN GEMEINNÜTZIGE INSTITUTIONEN (Z.B. ERDBEBENHILFE TÜRKEI, KRIEG UKRAINE) GESPENDET.



DURCHSCHNITTLICH

224

VERKAUFTE INKLUSIONSTICKETS PRO SPIELTAG



97 %

DER STADIONBESUCHER/INNEN SAGEN, DASS DER SC FREIBURG DIE BEKANNTHEIT DER STADT FREIBURG ERHÖHT\*

99 %

DER AUSWÄRTIGEN SPIELTAGSBESUCHER/INNEN EMPFEHLEN FREUNDEN UND FAMILIE EINEN BESUCH DER STADT FREIBURG.\*



99 %

DER AUSWÄRTIGEN SPIELTAGSBESUCHER/INNEN WERDEN FREIBURG WIEDER BESUCHEN.\*

23 %



DER STADIONBESUCHER/INNEN FÜHLEN SICH INSPIRIERT, MEHR SPORT ZU TREIBEN, WENN SIE DIE SPIELE VOM SC FREIBURG SEHEN\*

80 %



DER STADIONBESUCHER/INNEN SAGEN, DASS DER SC FREIBURG FÜR NACHHALTIGKEIT STEHT\*

13.651 tCO<sub>2</sub>e

GESAMT-EMISSIONEN

347



INSTITUTIONEN WURDEN SEIT 2011/12 DURCH DEN FAIR WAYS FÖRDERPREIS UNTERSTÜTZT.

695.500 Euro

WURDEN SEIT 2011/12 DURCH DEN FAIR WAYS FÖRDERPREIS AUSGESCHÜTTET.

\* Die Angaben stammen aus einer Umfrage zur Wertschöpfung des SC Freiburg beim Heimspiel gegen RB Leipzig in der Saison 2022/23. \*\* Die Ergebnisse basieren auf einer Abschlussumfrage zur Saison 2022/23, die durch den SC Freiburg durchgeführt wurde. // Icons: Peacefully7 / shutterstock.com



# VERANTWORTLICH WIRTSCHAFTEN



Fotos: Klaus Polkowski (links) // Alexander Scheluber / Bildgestige (rechts)

# 03

# ERHALT DER WIRTSCHAFTLICHEN LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Während der Corona-Pandemie, in einer Zeit, als Clubs aufgrund von Einnahmeausfällen millionenschwere Verluste anhäuferten und um ihre Lizenz bangen mussten, schrieb der SC Freiburg schwarze Zahlen. Das war kein Zufall. Denn wirtschaftlich vernünftig zu agieren, ist seit Jahrzehnten ganz tief in der DNA des Vereins verankert und bestimmt das operative Handeln der SC-Verantwortlichen. Wirtschaftliche Tragfähigkeit in Verbindung mit langjähriger personeller Kontinuität – auf allen Positionen – plus der Erhalt der 50+1-Regel sind für unseren Verein die Grundvoraussetzung, um sportliche Ziele ökonomisch möglich zu machen und diese nach Möglichkeit immer weiter zu festigen.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Simon Karlin

freiburg

# „ANGEWIESEN, ES GUT ZU MACHEN“

„Wirtschaftliche Vernunft“ ist die ökonomische Leitlinie, an der beim SC Freiburg „kein Weg vorbeiführt“. Als früherer Schatzmeister und Vorstandsmitglied und heutiger Aufsichtsratsvorsitzender hat Dr. Heinrich Breit diesen Grundsatz beim Sport-Club geprägt wie kein zweiter und an seine Nachfolger weitergegeben. Ein Gespräch über kaufmännische Grundprinzipien und Erfolgsfaktoren, die Zusammenarbeit mit dem Sport sowie externe Einflüsse auf das solide Wirtschaften beim SC Freiburg – gestern, heute und morgen.

**Herr Dr. Breit, was bedeutet Ihnen denn der Begriff „wirtschaftliche Nachhaltigkeit“?**

**BREIT:** Ich nenne es lieber „wirtschaftliche Vernunft“. Und an dieser wirtschaftlichen Vernunft führte für uns als Verein auch nach dem Aufstieg in die Bundesliga 1993 kein Weg vorbei. Wer zum Beispiel Repräsentant einer Landeshauptstadt ist oder als Verein aufgrund seiner geografischen Lage für eine wirtschaftlich starke Region eine besondere Bedeutung hat, der wird in der Regel auch in schwierigen Zeiten finanzielle Unterstützer finden. Wir hätten damals keinen gehabt, der uns in der Not geholfen hätte – was auch mit der Fußballgeschichte der Stadt zu tun hatte.



SC-Mannschaftsfoto aus der Aufstiegssaison 1992/93

**Sie spielen darauf an, dass in Freiburg lange Zeit der Freiburger FC der erste Verein der Stadt war.**

**BREIT:** Der Freiburger FC hatte als Deutscher Meister von 1907 die Wirtschaft und die Politik im Rücken, spielte von 1977 bis 1982 in der 2. Liga und hatte in seinem Stadion regelmäßig fünfstellige Zuschauerzahlen, während beim Sport-Club im Schnitt durchschnittlich maximal 5.000 zu den Heimspielen kamen. Der Weg des soliden Wirtschaftens war alternativlos. Sicher haben wir auch von Fehlern anderer Mitstreiter profitiert. Wir waren aber auch darauf angewiesen, es selbst gut zu machen – sowohl sportlich als auch wirtschaftlich. Wir wussten, wenn wir größere wirtschaftliche Fehler machen, sind wir wieder weg aus der Bundesliga.

**Dazu kam es aber nicht.**

**BREIT:** Nein, weil wir die Phase nach dem ersten Aufstieg in die Bundesliga 1993 bis Ende der 90er-Jahre gut überstanden haben. In diesen Jahren war alles noch viel hemdsärmeliger, ein wirkliches finanzielles Planungssystem war noch in den Anfängen. Als der SC tabellarisch in neue Sphären vorgedrungen ist, war der Sport zunächst allen anderen Bereichen enteilt. Die wirtschaftliche Aufstellung hinkte – nicht nur bei uns, sondern eigentlich an vielen Standorten der Liga – deutlich hinterher. Maßgeblich war aber auch schon damals unsere wirtschaftliche Vernunft und das ungeschriebene Gesetz: Wir gehen als Verein keine Verpflichtung für etwas ein, wofür das Geld noch nicht gesichert ist oder die Verträge noch nicht fixiert sind. Über diese wirtschaftliche Grundhaltung und Vernunft gab es innerhalb des Vorstands und auch grundsätzlich im Verein nie eine Auseinandersetzung, wir haben nicht einmal darüber diskutiert, das war einfach sehr tief drin in uns allen. Wenn der Sport zum Beispiel neue Spieler wollte, dann wussten vom Manager beziehungsweise Sportdirektor bis zum Trainer alle Verantwortlichen, was möglich war und was nicht. Und damit wuchs auch das gegenseitige Vertrauen.



Fotos: SC-Archiv (links) // Achim Keller (rechts)

**Der SC Freiburg stieg in den ersten zehn Jahren dreimal wieder ab aus der Bundesliga. Wie hat der Sport-Club diese herausfordernden Phasen wirtschaftlich gemeistert – andere Vereine haben das nicht geschafft?**

**BREIT:** Wir sind von unserem Planungsverhalten und unserem wirtschaftlichen Grundverständnis einfach erst gar nicht in brenzlige wirtschaftliche Situationen gekommen. Darauf war unser Planungssystem ausgelegt, das sich in den Jahren Zug um Zug entwickelt hat. Im Verein gibt es bis heute eine permanente Planfortschreibung. Wir müssen stets wissen, welche Veränderungen sich wie auf die Gesamtplanung auswirken. Und zwar sehr frühzeitig bei allen relevanten Positionen. Wichtig ist dabei stets die Betrachtung der gesamten Saison als Wirtschaftsjahr, vom 1. Juli bis zum 30. Juni. In der Wirtschaft gängige Quartalsabschlüsse taugen im Fußballgeschäft wenig.

**Planungssysteme haben sicherlich auch andere Clubs. Und dennoch liest man immer wieder von Harakiri-Aktionen, wenn es sportlich eng wird.**

**BREIT:** Neben einem guten Planungssystem ist es vor allem wichtig, stets die Nerven zu behalten. Wir standen oft auch auf einem Abstiegsplatz, haben aber trotzdem zum Beispiel am jeweiligen Trainer festgehalten. Nur nebenbei: Wenn wir wie manche anderen Vereine in den vergangenen 30 Jahren 15- bis 20-mal den

Trainer gewechselt hätten, hätte das mit Lohnfortzahlungen und Abfindungen in der Summe wohl fast unser gesamtes aktuelles Eigenkapital gekostet. Dazu kommt: Wenn eine personelle Entscheidung in Ausnahmefällen mal unausweichlich sein sollte, dann muss dies in die wirtschaftlichen Planungen global einkalkuliert sein.

**Gab es Grundprinzipien, an die Sie sich immer gehalten haben?**

**BREIT:** Ein Schlüsselsatz für den sportlichen Bereich war damals für uns: Wenn wir es in einem Drittel der Spielzeiten schaffen, in der Bundesliga zu spielen, und in den anderen zwei Dritteln unter den ersten sechs der 2. Bundesliga, dann haben wir als SC Freiburg alles richtig gemacht. Klingt rückblickend vielleicht verrückt, aber das war tatsächlich die Richtlinie im Hinterkopf.

**Und finanziell?**

**BREIT:** Wirtschaftlich galt es, dieses sportliche Ziel ökonomisch zu ermöglichen und dafür nachhaltig ein konkurrenzfähiges Budget aufzustellen.

## VITA

### DR. HEINRICH BREIT

Dr. Heinrich Breit (Jahrgang 1948) war von 1998 bis 2014 ehrenamtlicher Schatzmeister und Mitglied des Geschäftsführenden Vorstands beim SC Freiburg. Seit 2014 fungiert der Steuerberater als Aufsichtsratsvorsitzender im damals neu geschaffenen Kontrollgremium des Vereins. Seit seiner Gründung ist er außerdem innerhalb des Fördervereins Freiburger Fußballschule als stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Schatzmeister aktiv. Zudem fungiert er als Vorstand der Achim-Stocker-Stiftung.





**Das klingt einfacher gesagt als getan.**

**BREIT:** Eigentlich ist es nicht so schwer. Man darf sich nur nicht davon treiben lassen, was manche anderen als konkurrenzfähig erachten. Wir haben immer unter der Maßgabe geplant, dass in Bundesliga-Jahren ein finanzieller Überschuss verbleibt. Auch, damit wir im Falle eines Abstiegs in die 2. Bundesliga von den ökonomischen Voraussetzungen her um den Aufstieg mitspielen können. Außerdem wollten wir den Verein und seine Infrastruktur, also das Stadion oder die Freiburger Fußballschule, qualitativ weiterentwickeln beziehungsweise erstmal durch den Umbau des Möslestadions realisieren. Dafür brauchte es Überschüsse, die wir in unseren Bundesliga-Jahren erwirtschaftet haben.

**Nochmal: Das klingt so einfach, aber die Realität lässt oft das Gegenteil vermuten.**

**BREIT:** Der sorgfältige Kaufmann stellt in seine Bilanzen vertretbar spät die Einnahmen ein, stets aber so früh wie möglich die Ausgaben. Gegen dieses kauf-

männische Prinzip wird inzwischen bei sehr vielen Clubs etwa beim sehr gewichtigen Thema Transfererlöse verstoßen – wobei rechtliche Vertragsgestaltungen das natürlich absichern. Bei uns ist es so: Wenn Spieler bis zum 30. Juni eines Jahres vertraglich gebunden sind und dann ein Transfer stattfindet, fließen die Transfererlöse seit jeher und auch in Zukunft in die Folgesaison ein – gemäß dem Rechtsinstitut der Spielererlaubnis. Ich betrachte es als einen wirtschaftlichen Sündenfall, diese hergekommene Praxis zu ändern – unabhängig von einer juristisch spitzfindigen Legitimation.

*Im Gegensatz zu manch anderem Bundesliga-Standort musste der Sport-Club, obwohl er Pächter war, bei seinen Infrastrukturprojekten selbst bauen und damit auch ins finanzielle Risiko gehen. Die Stadt Freiburg und das Land Baden-Württemberg beteiligten sich zwar beim Umbau des Dreisamstadions in Form von Zuschüssen. Als Bauherr war der Verein aber darauf angewiesen, dass die Kosten – was bei Großbauprojekten, vor allem im Fußball, eher die Regel als die Ausnahme ist – eingehalten wurden.*

**Damals wurde gesagt „Steine statt Beine“ ...**

**BREIT:** ... was zu kurz gegriffen ist. Unser Ziel war es, den Verein sportlich sukzessive zu verbessern. Wir mussten kurzfristig konkurrenzfähig bleiben, gleichzeitig austarieren, welche Investitionen „in Steine“ notwendig und möglich waren. Wir mussten Fürsorge für künftig schwierigere Zeiten treffen, Betriebsmittel- und Investitionsrücklagen bilden. All dies brauchst du auch, wenn du keinen Investor willst.

Fotos: Markus Edgar Ruf (links) // Achim Keller (beide)

**Foto links:** Aktuelle hauptamtliche Vorstände Oliver Leki (links) und Jochen Saier

**Foto rechts (v.l.n.r.):** ehemalige ehrenamtliche Vorstände Dr. Heinrich Breit (Schatzmeister), Achim Stocker (Vorsitzender) und Fritz Keller



**Der SC Freiburg ist bis heute einer der wenigen Vereine im deutschen Profifußball, der noch als eingetragener Verein firmiert. Gab es Überlegungen, die Lizenzspielerabteilung auszugliedern und möglicherweise sogar externe Kapitalgeber dazuzunehmen?**

**BREIT:** Nein. Angesichts der Entwicklung unseres Eigenkapitals wären wir auch schlecht beraten gewesen, wenn wir einen externen Anteilseigner dazugenommen hätten. Der hätte sich ja eine goldene Nase verdient (lacht). Trotzdem: Mit einer Ausgliederung haben auch wir uns beschäftigt. Das hing damit zusammen, dass es innerhalb der Liga eine Diskussion zum Thema Rechtsformverfehlung von eingetragenen Vereinen gab. Es ging um die Frage: Darf ein Fußballclub ab einer gewissen Größenordnung überhaupt noch als e.V. geführt werden? Von renommierten Anwaltsbüros wurde dies immer wieder öffentlich angezweifelt. Eine Gerichtsentscheidung stellte dann vor etwa zehn Jahren Rechtssicherheit her. Wäre dies aber anders ausgefallen, wären wir vorbereitet gewesen.

**BREIT:** Man muss in diesem Zusammenhang die jüngere Geschichte unseres Vereins sehen: Nachdem es nach der Saison 2006/07 zur Trennung von Volker Finke gekommen war, der als Trainer 16 Jahre lang unsere sportlichen Geschicke geprägt hatte, musste der Geschäftsführende Vorstand einen neuen Trainer finden. Wir alle waren nicht vom sportlichen Fach, aber obwohl es schon damals einen Manager gab, lag beim ehrenamtlichen Vorstand die gesamte Entscheidungskompetenz im Verein. Entsprechend waren wir damals gefordert, letztlich auch ein Stück überfordert, weil die Anforderungsprofile gewachsen waren und eine entsprechende operative Ebene fehlte. Damals reifte die Erkenntnis, dass wir uns weiter professionalisieren und damit auch strukturell verändern müssen, um zukunftsfähig zu bleiben.

**Der SC Freiburg hat sich in den vergangenen Jahrzehnten auch immer wieder strukturell hinterfragt und den Verein entsprechend angepasst. War dieses permanente sich Hinterfragen auch ein Schlüssel des wirtschaftlichen Erfolgs?**

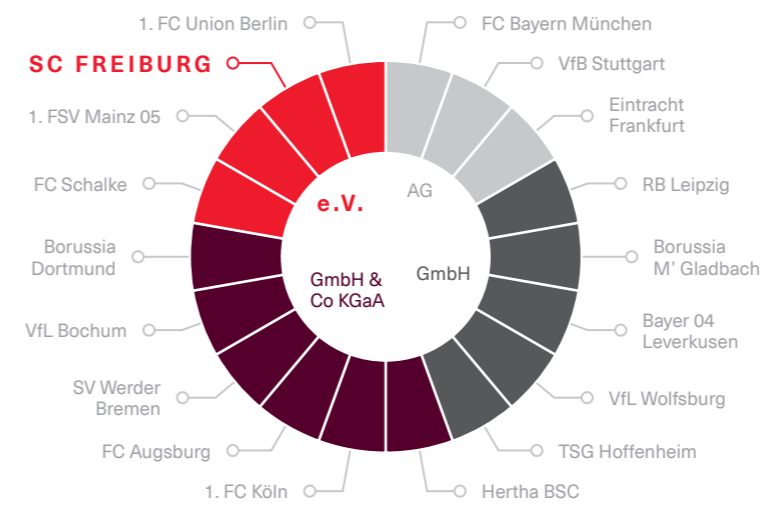
*Bei der Mitgliederversammlung 2014 beschlossen die SC-Mitglieder eine neue Satzung. Diese sah hauptamtliche Vorstandsmitglieder und die Einführung eines Aufsichtsrats mit entsprechender Vertretungskompetenz vor. Nach einer einjährigen Übergangszeit mit einem Geschäftsführer (Oliver Leki) und zwei zunächst gleichberechtigten Sportdirektoren (Jochen Saier und Klemens Hartenbach) wurden mit Oliver Leki (für die Bereiche Finanzen, Organisation und Marketing) und Jochen Saier (Sport) erstmals zwei hauptamtliche Vorstände bestellt.*

**Mit welchem Ziel?**

**BREIT:** Uns war klar, dass wir einen starken hauptamtlichen Vorstand brauchen, der den Zug mitbringt, der aber auch die Art des Wirtschaftens, was den Verein auch ausmacht, fortsetzen und weiterentwickeln kann. Und es war von Anfang an klar, dass wir jemanden brauchen, der sich auch den Stadionneubau zutraut. Oliver Leki war ein Glücksgriff für uns. Bei der Besetzung des neuen Sportvorstands hat uns geholfen, dass Jochen Saier und



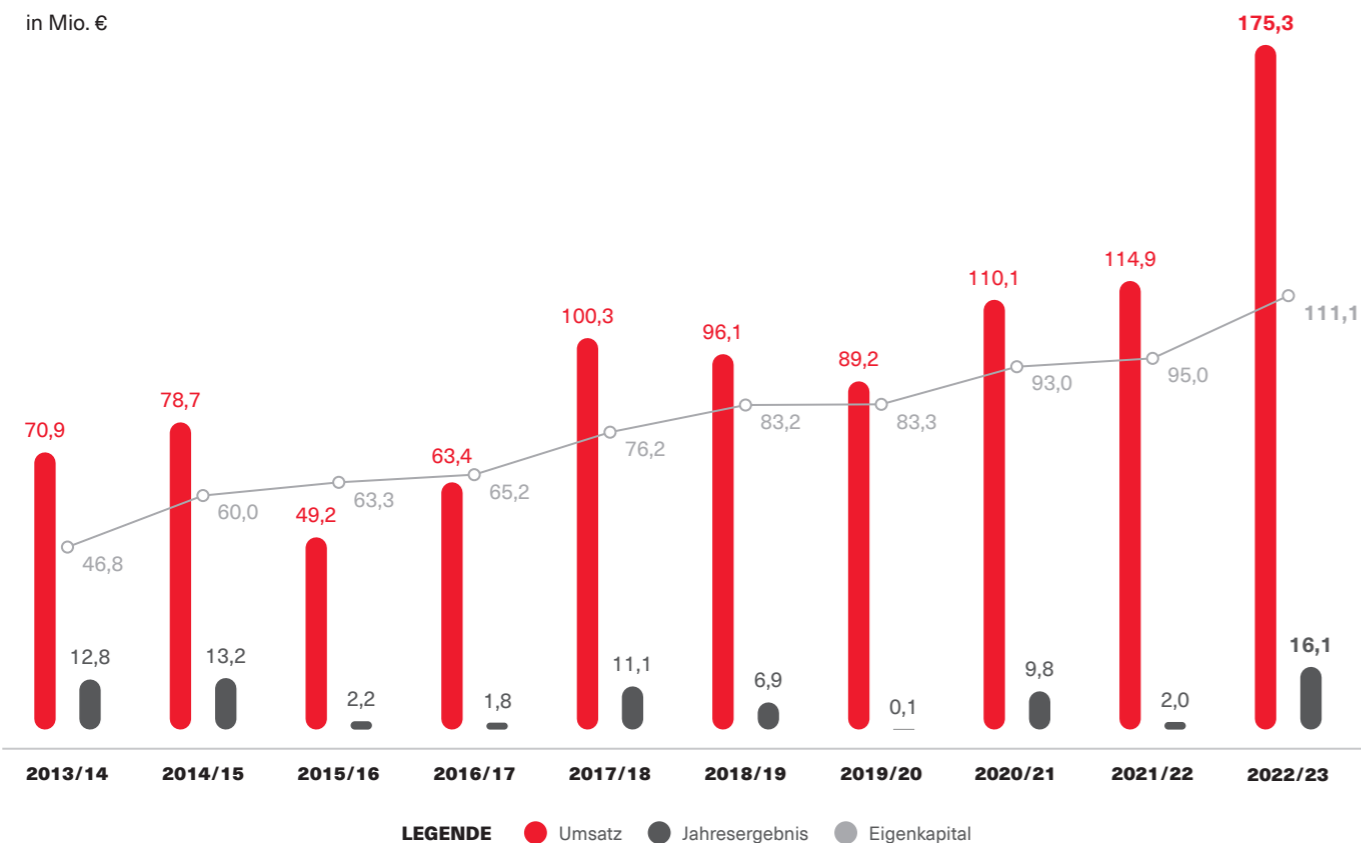
**ÜBERSICHT RECHTSFORMEN BUNDESLIGA 2022/23**



**DER WEG DES SOLIDEN WIRTSCHAFTENS WAR ALTERNATIVLOS.**

**ENTWICKLUNG FINANZKENNZAHLEN SC FREIBURG  
(2013/14 BIS 2022/23)**

in Mio. €



Klemens Hartenbach, die im Innenverhältnis weiter gemeinsam entscheiden sollten, als Sportdirektoren davor schon eine sehr gute gemeinsame Basis miteinander gefunden hatten. Bis heute funktioniert das sehr gut. Es waren im Nachhinein gesehen gute und glückliche Entscheidungen.

**Oliver Leki, Jochen Saier und Klemens Hartenbach sind nur drei von vielen Beispielen, die für langjährige Kontinuität auf entscheidenden Positionen beim SC Freiburg stehen. Welchen Zusammenhang sehen Sie zwischen personeller und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit?**

**BREIT:** Die Frage ist doch: Warum bleiben die Leute? Aus meiner Sicht gibt es darauf keine eindimensionale Antwort. Sicher spielt es eine Rolle, wie wir als Verein auf und neben dem Platz auftreten – sowohl intern als auch nach außen. Dazu kommen der sportliche Erfolg, aber auch das Image des Vereins, Themen wie gesellschaftliche Verantwortung und eben auch unsere Philosophie, wie wir wirtschaften. Die Frage ist aber auch: Wie geht man mit sportlichem Misserfolg um beziehungsweise, was bezeichnet man überhaupt als Misserfolg? Wir haben schon früh gesagt, dass ein Abstieg zwar nicht schön ist, wir ihn aber nicht als Misserfolg für den Verein betrachten. Das Motto war: dann die 2. Bundesliga sportlich und ökonomisch so zu meistern,

dass der Weg zurück nach oben möglich ist. Wir wären zum Beispiel auch nie auf die Idee gekommen, bei einem Abstieg unsere Frauenfußballabteilung oder unsere U23 aus Gründen der Kostenersparnis aufzulösen, wie das der eine und andere Wettbewerber gemacht hat.

**Viele Clubs besetzen ihre Gremien mit ehemaligen Spielern und holen damit vermeintliche zusätzliche sportliche Kompetenz, aber auch häufig Unruhe in den Verein. Der SC Freiburg geht einen anderen Weg.**

**BREIT:** Bis heute haben wir uns im Grundsatz dagegen entschieden, ehemalige Profis in den Aufsichtsrat zu holen. Ich denke, dass es der richtige Weg ist, weil es für ehemalige Spieler schwierig ist, gerade in Krisenzeiten, dem öffentlichen Druck standzuhalten und sich auf die Aufgaben eines Kontrollgremiums zu beschränken. Beim SC Freiburg tritt der Aufsichtsrat nach außen ausschließlich als Organ und nie mit einzelnen Personen auf. Nach innen wirken wir kontrollierend und beratend. Als Aufsichtsrat (wie früher der Geschäftsführende Vorstand) entscheiden wir über den Etat, aber niemals über einzelne Investitionen zum Beispiel in Spieler. Es gab und gibt zu Spielern bei uns im Gremium keine Einzeldiskussionen, geschweige denn Beschlüsse.

**Der SC Freiburg steht heute sportlich, wirtschaftlich und strukturell so gut da wie noch nie. Wenn Sie es**

**in zwei, drei Sätzen zusammenfassen müssten: Was hat der Verein in den vergangenen 30 Jahren gemacht, um das Fundament zu legen, auf dem, wenn man so will, auch das neue Stadion gebaut wurde?**

**BREIT:** Große Geheimnisse gibt es da gar nicht. Wir kamen 1993/94 von einer wirtschaftlich soliden Basis, die wir sukzessive verbessert haben. Wir sind unseren Grundprinzipien immer treu geblieben. Jeder Etat in der Bundesliga wird beispielsweise damals wie heute sowohl auf der Ausgaben- als auch auf der Einnahmenseite mit sportlich 40 Punkten aufgestellt. Wir gehen in der Bundesliga also immer von der Annahme aus, dass wir die Klasse halten und dabei ein positives Finanzergebnis erwirtschaften.

*Als einer von wenigen Erst- und Zweitligisten schaffte es der SC Freiburg, während der Pandemie trotz Geisterspielen und Einnahmeausfällen Gewinne zu erzielen.*

**Das Eigenkapital des SC Freiburg ist in den vergangenen Jahren trotz Corona-Krise weitergewachsen. Warum ist es für den Sport-Club so wichtig, jedes Jahr Überschüsse zu erwirtschaften?**

**BREIT:** Wir haben tatsächlich in keinem einzigen Bundesligajahr und damit auch nicht während der Pandemie ein Minus gemacht, immer Gewinne – ohne Coronahilfen beansprucht zu haben übrigens. Gewinne brauchen wir als Verein alleine schon deshalb, um inflationsbedingt unsere Substanz zu halten und die Preise von morgen bezahlen zu können. Natürlich wollen wir uns aber auch weiterentwickeln und Investitionen tätigen. Wir müssen Speck ansetzen, um zu überleben, wenn wir kein externes Geld durch einen Investor in den Club holen wollen.

**Hat der SC diesen Speck schon mal gebraucht?**

**BREIT:** Wir haben ihn zum Beispiel gebraucht, weil sich das Finanzierungsmodell von großen Baumaßnahmen generell verändert hat. Unser neues Stadion hätten wir unter Freiburger Bedingungen ohne unser eingebrachtes Eigenkapital von 26 Millionen Euro gar nicht bauen können.

**Der SC Freiburg spielt nun das zweite Jahr in Folge in der UEFA Europa League. Die Erwartungshaltung im Umfeld wächst, man greift auch bei den Spielern mittlerweile in ein höheres Regal ...**

**BREIT:** ... und trotzdem hat unser Trainer Christian Streich zuletzt zu Recht gesagt, dass wir bei uns bleiben müssen. Das ist das Spannungsfeld.

**Wenn der Trainer oder ein anderer Verantwortlicher nach erfolgreichen Jahren wie den vergangenen trotzdem weiterhin vom Klassenerhalt spricht, ist das nicht Tiefstapelei?**

**BREIT:** Manche denken, er kokettiert. Aber das ist falsch. Es ist einfach eine realistische Aussage. Wenn wir von dieser Philosophie Abschied nehmen, dann werden wir Probleme bekommen. Vor einem sportlichen Abstieg sind die wenigsten Vereine mit Sicherheit gefeit. Und auch wirtschaftlich geht es manchmal schnell: Man muss sich dafür nur den einen oder anderen Traditionsverein der Bundesliga ansehen, der innerhalb weniger Jahre enormes Eigenkapital verloren hat. Und wer Liquidität verliert, verliert Handlungsspielraum. Das geht sehr schnell, wenn falsche Entscheidungen getroffen werden. Vor allem aber, wenn man nicht an der jeweils für sich definierten wirtschaftlichen Vernunft festhält.

**Um ein Haar hätte der SC in dieser Saison Champions League gespielt. Nicht wenige Clubs haben sich an der „Königsklasse“ verhoven. Hat der fünfte Platz in der Bundesliga mit Blick auf die ökonomische Nachhaltigkeit auch sein Gutes?**

**BREIT:** Wir hätten es dem sportlichen Bereich so sehr gegönnt. Andererseits: Wenn du Champions League spielst, wird der Spagat zwischen mittelfristigem und kurzfristigem Planen noch größer als bei der Qualifikation zur Europa League. Viele Clubs sind im und am Erfolg gescheitert. In dieser Phase als Verein bei dir zu bleiben, ist schwierig. Der Sport muss ambitioniert sein, es hilft aber auch manchmal eine gewisse Distanz dazu.

**Herr Dr. Breit, dürfen wir Sie zum Abschluss um einen kleinen Ausblick bitten:**

**BREIT:** Ich wüsste keinen Grund, von der bisherigen Linie abzuweichen. Es ist wichtig, dass wir weiter bei uns und demütig bleiben. Dann mache ich mir keine Sorgen, zumal die handelnden Personen die Grundphilosophie des Vereins total verinnerlicht haben. Und wahrscheinlich lehne ich mich auch nicht zu weit aus dem Fenster, wenn ich sage: Dann liegt die Perspektive vielleicht nicht mehr zu zwei Dritteln in der 2. Bundesliga und zu einem Drittel in der Bundesliga, sondern umgekehrt (lacht).

// Interview: Holger Rehm-Engel



**STRATEGISCHE ZIELE**

- Bundesligalizenz ohne Auflagen
- Erfüllung der wirtschaftlichen Lizenzierungsanforderungen
- Nachhaltige Finanzanlagen

# VERANTWORTUNGS- BEWUSSTER UND ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Personelle Kontinuität wird beim SC Freiburg, der sich nicht nur sportlich als Aus- und Weiterbildungsverein versteht, großgeschrieben. Zuletzt sind wir als Verein stark gewachsen: Der Betrieb des neuen Europa-Park Stadions als zusätzliche Arbeits- und Veranstaltungsstätte erfordert zum Beispiel in allen Bereichen neue Fachkräfte. Auch das Wachstum von Mitgliedern und Fans hält an. Neue Auflagen von Verbandsseite machen ebenfalls weitere Einstellungen notwendig – und natürlich wollen wir uns als Verein auch selbst weiterentwickeln. Unser Anspruch ist es dabei, gegenüber unseren Mitarbeitenden sowie dem Arbeitsmarkt als verantwortungsbewusster, nachhaltiger und attraktiver Arbeitgeber aufzutreten. Dazu gehören moderne, barrierefreie Infrastruktur und Arbeitsbedingungen genauso wie eine angenehme familiäre Atmosphäre und attraktive Benefits für Mitarbeiter/innen.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Florian Hermann

# DAS KAPITAL DES VEREINS

**E**in Arbeitsplatz in einem emotionalen Umfeld mit spannenden Einblicken in die Welt des Profifußballs. So oder so ähnlich klangen früher und klingen bis heute Stellenausschreibungen von Proficlubs. Nach Arbeitnehmer-Benefits, also echten Mehrwerten für die Mitarbeiter/innen, sucht man in den Ausschreibungen oft vergebens. Häufig wird mit Nähe zu Stars, dem sportiven Umfeld und vielleicht auch mal mit kostenfreien Stadioneintritten geworben.

Als Fußballclub qualifiziertes Personal zu finden, war früher sicher einfacher als heute. Das liegt auch daran, dass sich Bedürfnisse und Anforderungen der jungen Arbeitnehmer/innen verändert haben. Nachrückenden Generationen, die sogenannten GenY (Jahrgänge 1981 bis 1995) und GenZ (Jahrgänge 1995 bis 2010), legen einen deutlich größeren Wert auf eine gute Work-Life-Balance, eine flexible Gestaltung der Arbeit und flachere Hierarchien als Generationen vor ihnen.

Zudem hat sich auch das Wettbewerbsumfeld für Arbeitgeber verändert. Heute konkurriert ein Fußballclub nicht mehr nur hauptsächlich mit anderen Sportvereinen um gutes Personal, sondern zum Beispiel im Bereich Kommunikation und Marketing mit Start-ups, Digitalplattformen oder auch (innovativ denkenden) Wirtschaftsunternehmen.

Und nicht zuletzt haben sich die Anforderungen für einen Bundesligaclub wie den SC Freiburg stark verändert. Mittlerweile beschäftigt der SC Freiburg Sport-Quartiers-Koordinatoren, Nachhaltigkeitsmanager/innen, einen Performance Manager und Daten-Analysten sowie einen Sport-Koordinator.

Auch Florian Hermann, seit September 2022 im Verein, ist noch vergleichsweise neu beim SC Freiburg. Seine Stelle als Leiter Personal gab es zuvor beim Sport-Club nicht.

Als langjähriger Manager für Personalwirtschaft bei der Schneider Schreibgeräte GmbH in Schramberg kennt Florian Hermann die Herausforderungen im Personalbereich. Den Begriff „Nachhaltigkeit“ ordnet er für den Sport-Club und den Personalbereich wie folgt ein: „Wir wollen auf dem Arbeitgebermarkt ein attraktiver Arbeitgeber sein und Mitarbeiter/innen langfristig an uns binden.“

Hermann weiß dabei um den Vorteil, dass sich beim Sport-Club im Kern alles um ein „sehr emotionales Produkt“ dreht: Fußball ist die Sportart Nummer 1 in Deutschland – bei seinem Lieblingsverein und im Umfeld von Fußballprofis und Idolen zu arbeiten, stärkt die Attraktivität für Arbeitnehmer. „Dennoch“, sagt Hermann weiter, „müssen diese Personen auch durch verantwortungsvolle Rahmenbedingungen unterstützt werden.“

Moderne Ausstattung und ergonomische Arbeitsplätze in den Büros, Bezuschussung des Mittagessens in der eigenen SC-Kantine, eine kostenlose Dauerkarte für alle SC-Heimspiele im Europa-Park Stadion, Regionalkarten für Mitarbeiter/innen mit vielen externen Terminen, Benefits wie die Einführung von Hansefit und JobRad: der Sport-Club bietet seinen Mitarbeiter/innen mittlerweile ein attraktives Gesamtpaket. „Unser Wachstum in den vergangenen Jahren, vor allem in den vergangenen zwölf Monaten, war enorm. Es war notwendig, dass wir uns vergrößern und modernisieren“, sagt Hermann.

## MITARBEITER/INNEN BINDEN UND EINBINDEN

Neben den zahlreichen neuen Kolleg/innen, die im zurückliegenden Jahr zum Sport-Club stießen, zeichnet den Verein seit Jahren seine personelle Kontinuität aus. Beim SC gibt es einige Beispiele für langfristige Mitarbeiterbindung: Stefan Spohn (siehe Interview, Seite 98), Busfahrer der Profis und Stadioneinsteiger etwa, oder Hanno Franke, Abteilungsleiter Marketing und Nachhaltigkeit. Beide sind seit Mitte der 90er-Jahre im Verein. Auch Torsten Bauer, seit 1996 und bis zur Saison 2022/23 Teamkoordinator der Profis und als gelernter Koch mittlerweile in der Eventabteilung des SC beschäftigt, steht für diesen langfristigen SC-Weg. Oder Jochen Saier, seit 2013 Sportvorstand und bereits seit 2003 im Verein, lebt an oberster Stelle vor, was den SC Freiburg seit Jahren ausmacht.

Die Mitarbeiter/innen sind die Ressourcen, das Kapital des Vereins, und mit ihnen möchte der Sport-Club möglichst lange zusammenarbeiten. Die meisten

**+ 36,75 %  
Zuwachs**

DER BELEGSCHAFT DES  
SC FREIBURG SEIT 2018

Beliebtes SC-Sommerfest: Mitarbeiter/innen 2019 beim Barbecue auf der Stadionbaustelle



von ihnen haben die DNA des Clubs verinnerlicht. „Für uns ist es wichtig, dass solche Menschen, die den Verein in- und auswendig kennen, hier sind. Sie transportieren Werte und geben mit, was dem Verein wichtig ist und worauf wir achten“, unterstreicht Hermann.

Zu diesen Werten zählt zum Beispiel die ökonomische Nachhaltigkeit, auf die der Verein seit mehreren Jahrzehnten einen großen Wert legt. Dass der Sport-Club während der Corona-Pandemie beispielsweise einer der wenigen Vereine war, der trotz vor allem fehlender Ticketing-Einnahmen schwarze Zahlen schrieb, kommt nicht von ungefähr, sondern ist ganz tief im Verein verankert.

Um ökologische Nachhaltigkeitsthemen dreht sich beim SC Freiburg seit den 90er-Jahren vieles – zu einer Zeit, als diese Begrifflichkeit noch nicht im Fokus stand. Seit dem ersten Aufstieg des Sport-Club in die Bundesliga 1993 gibt es das kostenlose KombiTicket für Stadionzuschauer/innen, die mit ihrer Eintrittskarte im Verkehrsverbund kostenfrei Bus und Bahn fahren. 1995 wurde die erste große Photovoltaik-Anlage auf den Dächern des Dreisamstadions installiert. Seit 1996 werden Getränke bei SC-Spielen nur noch im Mehrweg-Bechersystem verkauft.

Maßgeblich und eine echte Weichenstellung für die darauffolgende nachhaltige Entwicklung des SC war sicherlich die Eröffnung der Freiburger Fußballschule im Jahr 2001. Das Ergebnis lässt sich im Profikader des SC Freiburg ablesen: 14 der insgesamt 24 SC-Spieler haben eine Vergangenheit in der Freiburger Fußballschule.

Den Verein machen vor allem aber seine Gemeinschaft, Regionalität und Beständigkeit aus – daraus zieht er Kraft. Mitsprache, Beteiligung und Diskurs werden gelebt. Ein Beispiel: Den Begriff des Cheftrainers gibt es beim SC nicht, stattdessen wird vom „Trainer-team“ gesprochen.

## STRUKTUREN FÜR SCHLECHTE ZEITEN SCHAFFEN

Auch in der Verwaltung des Sport-Club wird versucht, diese positiven Grundeigenschaften zu transferieren: „Wir arbeiten bewusst in kleinen Teams, in denen jeder Mitarbeitende direkten Kontakt zur Führungskraft hat. Es ist wichtig, dass sich die Mitarbeiter/innen auch an Entscheidungsfindungen beteiligen und ihre Bedürfnisse mitteilen können“, erklärt Hermann.

Dafür hat der Verein verschiedene Kommunikations- und Austauschformate entwickelt. Über den internen Newsletter „SC-Update“ werden regelmäßig neue Kolleginnen und Kollegen, Projekte oder wichtige Neuerungen verkündet. Ziel ist es, die Mitarbeiter/innen zu informieren und sie auf den neuesten Stand zu halten.

Auch das gemeinsame Arbeiten an Projekten, wie zum Beispiel am Thema Nachhaltigkeit in einer abteilungsübergreifenden Projektgruppe, schafft im Ergebnis nicht nur eine bessere Vernetzung, sondern lässt sie auch gemeinsame Ziele verfolgen und unterstützt das bessere Verständnis der untereinander und für die jeweiligen Aufgaben. Die Folge ist ein verbessertes Gemeinschaftsgefühl.

Das ist eine wichtige Voraussetzung, um die aus Vereinssicht wichtige niedrige Fluktuationsquote, die den SC Freiburg seit Jahren auszeichnet, weiterhin zu gewährleisten. „Zuletzt lief es für den SC natürlich richtig gut“, sagt Hermann und meint damit zum einen die sportlichen Leistungen und Ergebnisse in der Bundesliga, im DFB-Pokal der Frauen und Männer, aber auch international und in der 3. Liga. Gleichzeitig wächst der Verein sowohl infrastrukturell, aber auch bei seinen Mitarbeiter- und Mitgliederzahlen. „Klar macht das das Arbeiten Spaß. Aber es ist auch wichtig, dass wir unsere Mitarbeiter/innen dann halten können, wenn es mal nicht so gut läuft. Wenn wir in der Tabelle vielleicht nicht so gut dastehen oder mehr Arbeit anfällt“, sagt Hermann. „Wir müssen daher klare Strukturen schaffen, damit unser Personal auch in herausfordernden Zeiten, bei Schwierigkeiten oder persönlichen Anliegen, Unterstützung erfährt und immer direkte Ansprechpersonen hat.“

Weiter zählt Hermann auf: „Unsere Mitarbeiter/innen sollen fair behandelt werden. Und wir wollen als verantwortungsvoller Arbeitgeber die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen.“ Damit das gute Betriebsklima nicht verloren geht. Denn: „Wer sich wohlfühlt, hat Freude an der Arbeit und Spaß mit den Kolleg/innen, zeigt bessere Leistungen und bleibt uns als Arbeitgeber länger treu.“

// Autorin: Isabel Betz





# SEHR EINFACH, MICH SCHNELL EINZUFINDEN

Seit April 2023 arbeitet Anna Beck (Jahrgang 1993) beim SC Freiburg. Sie ist Nachhaltigkeitsmanagerin im Verein und eine der dienstjüngsten Mitarbeiterinnen beim Sport-Club. Seit der Beendigung ihres Studiums der Umweltwissenschaften ist Beck Expertin für Umwelt- und Klimaschutz und interdisziplinäres Denken.

**Welche Werte schätzt du als Arbeitnehmerin, welche Werte sind dir in einem Unternehmen wichtig?**

**BECK:** Zunächst einmal möchte ich den kollegialen Umgang erwähnen. Ich bevorzuge ein persönliches Verhältnis und schätze die Offenheit aller Kolleg/innen. Alle machen es mir sehr einfach, mich schnell einzufinden. Mir gefällt auch, wie flexibel sich der Arbeitsort wählen lässt. Ich wechsele zum Beispiel oft zwischen dem Europa-Park Stadion und dem Dreisamstadion. Natürlich ist es auch der regelmäßige Austausch mit Kolleg/innen, den ich hier beim SC habe, seien es inhaltliche Besprechungen, gemeinsame Mittagspausen oder Spieltage. Wichtig ist mir die gegenseitige Wertschätzung für die Arbeit aller Mitarbeiter/innen, Freundlichkeit, Konstruktivität, eine gute Feedback-Kultur, Entwicklungsmöglichkeiten und das Sich-Aufeinander-Verlassen-Können.

**Anna, wie hat dich der Sport-Club als Arbeitgeber überzeugt?**

**BECK:** Das war tatsächlich der Fußball selbst. Ich habe 20 Jahre lang aktiv Fußball gespielt – was gibt es da Schöneres, als auch beruflich für die persönliche Leidenschaft tätig zu sein?! Außerdem trifft der inhaltliche Arbeitsbereich meiner Stelle mein zweites Herzenthema: die Nachhaltigkeit. Mein entwicklungspolitischer Freiwilligen Dienst in Indien hat mich sehr geprägt und mein Bewusstsein für soziale und ökologische Gerechtigkeit geschärft. Dabei ist meine Grundeinstellung entstanden, etwas zurückzugeben und möglichst viele Menschen von einem gesunden Lebensstil und einem verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt zu begeistern. Hinzu kommen noch die Werte, für die der SC steht, insbesondere das regionale Engagement und Umweltbewusstsein sowie die Vorreiterrolle des Vereins im Bereich Regenerative Energien.

**Was sind deine Erwartungen an den SC Freiburg als Arbeitgeber?**

**BECK:** Ich wünsche mir Transparenz und Offenheit vom ganzen Verein für Entwicklung und Veränderung. Die Werte, die der SC vertritt, sollten von allen Mitarbeiter/innen gemeinsam getragen werden, und wir sollten zusammen für ein klar kommuniziertes und übergeordnetes Ziel stehen. Des Weiteren freue ich mich über die Förderung der persönlichen Weiterentwicklung sowie der Gesundheit, und darüber, dass die Arbeitsplätze abgesichert und modern sind. Die höhenverstellbaren Schreibtische zum Beispiel, die in unseren Büros stehen, sind für mich ein absoluter Pluspunkt.

**Du begleitest die zehn Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie und hast im Speziellen die Verantwortung für den Schwerpunkt „ökologisches Handeln“, der sich aktuell vor allem um die Mobilitätsanalyse und den ersten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck dreht. Was möchtest du darüber hinaus beim SC im Bereich Nachhaltigkeit ganz grundsätzlich bewirken und erreichen?**

**BECK:** Da gibt es verschiedene Punkte, die mir wichtig sind. Grundsätzlich würde ich das Thema Nachhaltigkeit gern als permanenten und langfristigen Prozess sowie als grundlegendes Entscheidungsprinzip etablieren. Ich würde Prozesse gern neu denken und antoßen, möglichst im Zusammenspiel mit Kolleg/innen. Dabei verstehe ich mich als das kleine Kettenblatt eines Fahrrads, das zum Losfahren wichtig ist. Beschleunigen und Hochschalten übernehmen dann die Fahrer/innen aus den verschiedenen Arbeitsbereichen während der Fahrt.



**WEITERFÜHRENDES MATERIAL**  
Erlebe einen Arbeitstag beim SC Freiburg

Foto: SC Freiburg

// Interview: Isabel Betz

# DAS 'WOW' BLEIBT

Stefan Spohn (Jahrgang 1971) arbeitet seit 25 Jahren für den SC Freiburg. Den Verein kennt er wie aus dem Effeff und hat seine Identität verinnerlicht. 1994 setzte sich „Spohni“, wie er beim SC gerufen wird, zum ersten Mal hinter das Steuer des Mannschaftsbusses und fährt seither die SC-Profis zu den Auswärtsspielen. Auch die Leitung der Stadionechnik im Dreisamstadion liegt in seinen Händen.

**Spohni, du bist einer der dienstältesten Mitarbeiter im Verein. Fühlt es sich nach 25 Jahren immer noch so spannend an, für einen Bundesligaclub zu arbeiten?**

**SPOHN:** Ja. Denn mein Job hier ist sehr breit gefächert. Ich fahre den Mannschaftsbus, bin daher mit den Profis stark verzahnt, bin außerdem technischer Leiter im Dreisamstadion, kümmere mich um den Fuhrpark und habe meine Aufgaben in der Fußballschule. Durch meinen vielfältigen Job habe ich einen guten Einblick in den Gesamtverein. Ich merke, wie wir wachsen, kenne den Verein aber auch noch, als er ganz klein war. Die Entwicklung ist schon rasant. Ich muss mich daran gewöhnen, aber das „Wow“ bleibt.

**Kannst du schildern, warum du gerne beim Sport-Club arbeitest?**

**SPOHN:** Es ist einfach auch nach 25 Jahren noch spannend für mich. Ich mag die Vielfalt in meinem Job. Ich habe in allen Abteilungen immer etwas zu tun, bin in allen Stadien und der Fußballschule unterwegs. Das Gesamtkonzept des Vereins ist schlüssig und die Zusammenarbeit mit den Kolleg/innen ist außergewöhnlich – das ist ein gutes Gefühl. Ich arbeite sehr gerne beim SC, und ich habe noch nie so richtig darüber nachgedacht, etwas Anderes zu probieren.

**Wie hat sich der Verein aus deiner Sicht in den vergangenen Jahren entwickelt?**

**SPOHN:** Ich wurde Mitte der 90er-Jahre noch unter Achim Stocker eingestellt. Damals gab es einen Haus-

meister, der acht Stunden die Woche gearbeitet hat. Da dachte ich: Was soll ich hier machen? Aber der Verein hat sich so toll und stetig entwickelt. Es ist enorm, wie wir gewachsen und in allen Bereichen professioneller geworden sind. Im ersten Jahr Europapokal, damals noch im Dreisamstadion, waren wir noch wenige Mitarbeiter/innen, da haben wir es auch geschafft, die viele Arbeit zu bewältigen. Aber die Neuzugänge und Verstärkungen auf allen Ebenen haben dem Verein gutgetan, er hat sich strukturell positiv entwickelt.

**Was schätzt du an der Zusammenarbeit mit deinen Kolleginnen und Kollegen?**

**SPOHN:** Ich bin mit so vielen unterschiedlichen Leuten zusammen. Und dennoch bleibt das Familiäre im Verein, das ich so mag. Bei den Profis fühle ich mich immer noch geborgen, in der Fußballschule treffe ich immer wieder neue, junge Gesichter. Und das Personal ist generell lange bei uns im Verein – das spricht für ein gutes Miteinander.

**Gibt es Werte, die du gerne weitergeben möchtest?**

**SPOHN:** Ich habe diesbezüglich einen Wunsch: Wir unterhalten in der Zwischenzeit drei Stadien. Da geht die Nähe zu den Kolleg/innen an den anderen Standorten etwas verloren. Durch die Entfernungen zwischen Europa-Park Stadion, Dreisamstadion und Fußballschule kommt das Wir-Gefühl für mich nicht mehr so stark auf. Deshalb würde ich mich über mehr Aktionen freuen, bei denen alle zusammenkommen, um sich auszutauschen und kennenzulernen.

// Interview: Isabel Betz



## ZUSATZLEISTUNGEN FÜR MITARBEITENDE \*

- // Arbeitgeberbezuschusstes Mittagessen
- // Kostenlose Snacks, Müsli, Getränke, Kaffee etc.
- // Zwei Tage Sonderurlaub
- // Hansefit
- // Fahrradleasing über JobRad
- // Stadionbesuch mit Dauerkarte
- // Vorverkaufsrecht für Tickets an Heimspieltagen
- // Sonderkonditionen bei Privatleasing bei Ernst + König
- // Rabatt in den SC-Fanshops

\* In Abhängigkeit der Anstellungsart stehen SC-Mitarbeiter/innen die genannten Zusatzleistungen zur Verfügung.



Foto: SC Freiburg



## STRATEGISCHE ZIELE

- Verbesserung der Personalentwicklungsmöglichkeiten
- Stärkung von Gleichberechtigung und Diversität
- Förderung der Kommunikation mit und unter den Mitarbeitenden
- Förderung der Mitarbeitendengesundheit



# VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

Wurst oder Pommes, Bier oder Sprudel und noch ein neues Trikot aus dem Fanshop. Was beim emotionalen Stadionbesuch meist untergeht: Von der Erstverarbeitung der Rohmaterialien bis zum Verkauf eines fertigen Produkts inklusive Verpackung verbergen sich häufig lange Wege und komplexe Prozesse. Als nachhaltig denkender und agierender Verein wollen wir für Menschen und Ressourcen entlang der gesamten Lieferkette Verantwortung übernehmen. Absichern wollen wir dies durch den Einsatz recycelter Materialien oder durch zertifizierte Produkte, die Umweltstandards und Arbeitsbedingungen in den Herstellerländern sowie Verhaltensstandards bei Dienstleistern und Lieferanten garantieren. Bei den Prozessen im Catering greifen wir auf eine jahrelang gewachsene Struktur mit regionalen Produzenten und Produkten zurück, um die Lieferketten kurz zu halten – aber auch, weil es zuhause am besten schmeckt.

// Handlungsfeldverantwortlicher: Stefan Schonhard

# ÖKO-LOGISCH

Mit seinen Mehrwegbechern im Stadion war der SC Freiburg ein Pionier in der Bundesliga. In vielen anderen Bereichen ist die Nachhaltigkeit in der Lieferkette in den vergangenen Jahren ein gutes Stück vorangebracht worden. Zufriedengeben will sich der Verein damit noch nicht.

**B**eim Fußball geht es bekanntlich oft um die Wurst. Und das nicht nur auf dem Platz. Für viele ist auch die Stadionwurst noch immer ein „Must-have“ beim Besuch eines Fußballspiels. Vielleicht liegt es daran, dass Südbaden traditionell eine gleichermaßen kulinarisch wie ökologisch ambitionierte Region ist, denn beim Umzug ins Europa-Park Stadion im Oktober 2021 wurde im Dialog mit den Fans eine Stadionwurst ausgewählt, die nicht nur schmeckt. Sie genügt darüber hinaus auch hohen Ansprüchen, was die Nachhaltigkeit bei ihrer Herstellung angeht.

So hat die SC-Stadionwurst – wie alle Produkte der Marke „Hofglück“ des Lieferanten Edeka Südwest – zwei von zwei möglichen Sternen des Labels „Für

mehr Tierschutz“ als Qualitätskennzeichnung erhalten. Hinter dem Label steht der Deutsche Tierschutzbund. Dazu passt, dass mit der Stufe vier auch für die Haltungsform der Tiere, die für die Wurstproduktion verwendet werden, die Höchstwertung vergeben wurde. Konkret bedeutet das: Die Futtermittel sind frei von gentechnisch veränderten Produkten. Die Tiere haben im Stall deutlich mehr Platz als gesetzlich vorgeschrieben. Und darüber hinaus haben sie auch Auslauf.

Dass die Wurst bei Besucher/innen im Stadion weiterhin als Topfavorit unter den wahrgenommenen Imbissangeboten firmiert, ist allerdings nicht nur ihrer Qualität geschuldet, sondern auch Ausdruck der kulturellen Prägung des Publikums in einem Fußballstadion. Gleichwohl gilt ein Augenmerk der Verantwortlichen beim Sport-Club auch weiterhin der Steigerung des vegetarischen beziehungsweise veganen Angebots. Immerhin 35 Prozent der im Public Catering angebotenen Speisen entstammen mittlerweile diesem Segment.

Nachhaltigkeit ist darüber hinaus auch beim Getränkeangebot im Stadion in bemerkenswertem Um-

fang gewährleistet. Was dem Sport-Club dabei zugutekommt: Sein regionaler Bierpartner, die Badische Staatsbrauerei Rothaus mit Firmensitz im nur gut 50 Kilometer entfernten gleichnamigen Schwarzwaldörtchen, ist selbst ein Top-Player in Sachen nachhaltiger Produktion. Die deutschlandweit größte Biomasseheizung einer Brauerei, der Bezug von 100 Prozent Ökostrom aus Wasserkraftwerken am Hochrhein, Produktionsanlagen mit hoher Energieeffizienz, rund 1.000 Quadratmeter Kollektorfläche für die Solarthermieanlage, ein Umwelt- und ein Energie-Management-System und als eines der ersten Unternehmen in Baden-Württemberg der Beitritt zum Klimabündnis BaWü – all das sind nur die Eckpunkte des Engagements für Nachhaltigkeit, das von der Staatsbrauerei geleistet wird.

Neben Rothaus rundet der Wasserlieferant „Schwarzwald-Sprudel“, der seine regionale Herkunft schon im Namen trägt, das Bild der Nachhaltigkeit in der Getränke-Lieferkette fürs Europa-Park Stadion ab.

## PIONIERARBEIT BEIM MEHRWEG-PFANDBECHER

Mit seinem wiederverwendbaren Mehrweg-Pfandbecher ist der Sport-Club sogar ein Pionier in Sachen Ressourcenschonung. In ihm gehen schon seit Mitte der 90er-Jahre – außer Kaffee – alle Getränke im Stadion über die Tresen der Kioske. Dass die Becher später in einer nur 20 Kilometer entfernten Umlandgemeinde gespült werden, ist ein weiterer Beitrag zum verantwortlichen Umgang mit Ressourcen.

Übernommen wurde im neuen Europa-Park Stadion auch das Catering-Modell, das davor schon im Dreisamstadion erfolgreich zur Anwendung gekommen war. Heißt: Statt eines großen General-Caterers, was an vielen Bundesliga-Standorten üblich ist, betreiben viele kleine regionale Caterer die Imbissstände im Stadion. Dieser lokale Catering-Ansatz stärkt nicht nur die lokale und regionale Wirtschaft, sondern sorgt quasi automatisch für kurze Wege und ein überwiegend regionales Angebot an den Stadionständen, die vom Verein zusätzlich mit Bier, Wasser und Wurst beliefert werden.

Vergleichbar funktioniert das übrigens auch im Business-Bereich, wo immerhin rund 2.000 Gäste pro Spieltag bewirtet werden. Für das ausgesuchte Speiseangebot sorgen dort Restaurants und Metzgereien – bis hin zum Michelin-Sternekokoch – aus der Region. Und neben Bier und Wasser aus der Region werden dazu ausgesuchte Weine von badischen Winzern offeriert.

## EINE MILLIARDE RECYCELTE PLASTIKFLASCHEN

Die Trikots des offiziellen SC-Ausrüsters Nike, mit denen Fans ihre Fußballliebe zum Sport-Club dokumen-



tieren, kommen zwar nicht aus der Region, werden aber immerhin in Europa hergestellt. Große Zufriedenheit herrscht beim Sport-Club zudem vor allem darüber, dass – auch dank der „Move-to-Zero“-Initiative von Nike – zu dieser Saison erstmals alle drei offiziellen Trikots aus 100 Prozent recyceltem Polyester angeboten werden können. Schließlich handelt es sich bei den Jerseys um die begehrtesten aller Fanartikel.

Für die Herstellung der Trikots werden gebrauchte Plastikflaschen eingeschmolzen, und aus dem dabei entstehenden Material wird dann ein hochwertiges Garn zur Produktion dieser Trikots gewonnen. Nur zur Vorstellung der Größenordnung: Beim auf diese Art produzierten Polyester werden entgegen herkömmlicher Verfahren zur Gewinnung des Kunststoffes schon 30 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart. Dazu kommt: Nike recycelt für dieses Herstellungsverfahren pro Jahr insgesamt etwa eine Milliarde Plastikflaschen aus Mülldeponien und Gewässern.



## „GOTS“ UND „GRÜNER KNOPF“

„Klein aber fein“ ist dagegen das Motto des sogenannten Upcyclings, das der Sport-Club seit mehreren Jahren bei der Herstellung von Eigenmarkenartikeln für sein Merchandising anwendet. Dabei werden nicht verkaufte Artikel beziehungsweise Teile von ihnen zu neuen Produkten vernäht. In der Praxis heißt das beispielsweise: Der im Lager liegende gebliebene Fanschal wird jetzt Teil eines neuen Kapuzenpullis. Zusätzlicher Reiz: Jedes Upcycling-Produkt ist dank der darin verarbeiteten Materialien – Biobaumwolle und recyceltes Polyester – nicht nur ökologisch produziert, sondern durch die zurechtgeschnittenen Reststücke auch ein Unikat.

Im Online-Fanshop des SC Freiburg hat der Verein für alle aus biologischen beziehungsweise recycelten Materialien produzierten Produkte seine „Öko-logi-SCh“-Linie eingerichtet. In ihr werden keineswegs nur Textilien angeboten, sondern auch Hartwarenprodukte wie zum Beispiel Bambusgeschirr, Trinkflaschen oder

### WEITERFÜHRENDES MATERIAL

Entdecke den Kreislauf eines Stadionbechers



Fotos: SC Freiburg

Foto: SC Freiburg  
\*Die Ergebnisse basieren auf einer Abschlussumfrage zur Saison 2022/23, sie wurde durch den SC Freiburg durchgeführt. \*\* Zur Beantwortung der vorliegenden Frage waren Mehrfachnennungen möglich

- **STADIONGÄSTE BEWERTEN DIE KIOSKE MIT\***
  - // Note: 2,4 für die Qualität der Speisen
  - // Note: 2,6 für die Auswahl der Speisen
  - // Note: 2,1 für die Qualität der Getränke
  - // Note: 2,1 für die Auswahl der Getränke

- **PREISTAFEL**
  - // Anzahl angebotener Speisen: 28
  - // Anzahl angebotener Getränke: 20

- **BECHER**
  - // 1996 Einführungsjahr des Mehrweg-Bechersystems
  - // 98% der Becher werden zurückgegeben
  - // 20 km Entfernung zur zentralen Lager- und Reinigungsanlage bei CupConcept®
  - // 58.393 Durchschnittliche Anzahl Becher pro Heimspiel

- **ALLGEMEINES**
  - // 13 feste Kioske
  - // zusätzliche mobile Verkaufseinheiten
  - // 6 Getränkecontainer
  - // die Fläche der Kioske variiert zwischen 40 und 60 Quadratmeter
  - // 100% Regionalität

- **BEZAHLVORGANG**
  - // Kontaktlos, Cashless und Bargeld

- **VERKAUFSORTE\***
  - Stadionbesucher/innen haben ihre Speisen und Getränke bei SC-Heimspielen in der Saison 2022/23 an folgenden Orten des Europa-Park Stadions erworben:\*\*
    - // 39% Südtribüne
    - // 37% Osttribüne
    - // 27% Nordtribüne
    - // 11% Westtribüne
    - // 6% Boulevard

- **SERVIETTEN**
  - // Recyclingmaterial

- **MITARBEITER/INNEN**
  - // ca. 400 Personen im Einsatz

- **KASSENSYSTEM**
  - // Digital

- **VEGETARISCHE SPEISEN**
  - // Pizza Margherita
  - // Veggi Döner
  - // Chili sin carne
  - // Käsebrötchen
  - // Süßigkeiten

- **VEGANE SPEISEN**
  - // Pommes
  - // Brezel
  - // Falafel
  - // Brötchen
  - // Popcorn

- **STADIONWURST**
  - // Tierschutzmarke „Hofglück“ von Edeka: Regionale Höfe und Haltung strenger als die gesetzlichen Mindestanforderungen

- **ARRIEREFREIHEIT**
  - // 1 Ausgabefenster je Kiosk für Rollstuhlfahrer/innen

- **MÜLLSÄCKE**
  - // Mülltrennung: Verpackungen und Restmüll

- **BIER**
  - // Bier aus dem Hochschwarzwald: Badische Staatsbrauerei Rothaus
  - // 100% Ökostrom im Herstellungsprozess in Rothaus

- **ALKOHOLFREIE GETRÄNKE**
  - // 100% Wasser aus dem Schwarzwald (Vitrex / Schwarzwald-Sprudel)
  - // Softdrinks: Coca-Cola Produkte

- **SONSTIGE FLEISCHGERICHTE**
  - // Döner
  - // Frikadelle
  - // Pizza
  - // Schnitzelweck
  - // Schaufele

- **KETCHUP/MAYO/SENF**
  - // Müllvermeidung durch Großspender

- **VERPACKUNGEN**
  - // FSC-zertifiziertes Material

## DER IM LAGER LIEGEN- GEBLIEBENE FANSCHAL WIRD TEIL EINES NEUEN KAPUZENPULLIS.

Brotboxen. Textilien sind dabei zumeist mit den Labels „GOTS“ oder „Grüner Knopf“ zertifiziert.

„GOTS“ und „Grüner Knopf“ als erstes staatliches Siegel in Deutschland für diesen Bereich verbindet, dass für beide sowohl Umwelt- wie soziale Kriterien gelten. Heißt: Die Produktion unterliegt vom benutzten Material bis zu beim Anbau oder in der Bearbeitung eingesetzten Chemikalien genauso einer Prüfung wie die ethische Behandlung von Arbeiter/innen.

Im Eigenmarken-Angebot hat der Anteil der „ÖkologiSch“-Produkte in den zurückliegenden Jahren stetig zugenommen, mittlerweile liegt er bei etwa 50 Prozent. Zufrieden will sich der Verein damit aber noch lange nicht geben. Ziel ist es, die ökologischen und sozialverträglichen Angebote in allen Kategorien aufzustoßen. Im Herbst werden deshalb SC-Mitarbeiter/innen aus dem Merchandising in die Türkei reisen, um vor Ort zu prüfen, ob dort ansässige Firmen den Kriterien des SC an seine Lieferanten genügen.

Was auch nur wieder ein Anfang ist. Bald schon sollen diese Bedingungen mit in einen sogenannten „Code of Conduct“ aufgenommen werden, den der SC Freiburg für sich aufstellen will. In diesem Verhaltenskodex werden auch für Lieferanten und Dienstleister verbindliche Kriterien festgeschrieben.

// Autor: Uli Fuchs



## STRATEGISCHE ZIELE

- Verkürzung der Lieferketten
- Stärkung von Nachhaltigkeit im Lieferanten- und Dienstleistungsmanagement
- Förderung und Ausbau nachhaltiger Produkte
- Verzicht und Reduktion von Materialien



# SPENDE STATT KALENDER

Auch die SC-Mitglieder haben in diesem Jahr den Kinderfußball sowie den Breitensport in Freiburg und Südbaden nachhaltig gefördert. Durch die Aktion „Spende statt Kalender“ kamen insgesamt 140.000 Euro zusammen, mit denen der SC Freiburg unter dem Motto „Mehr Tore für Südbaden“ mehr als 1.500 Mini-Tore für Fußballvereine, Kitas und Schulen in der Region zur Verfügung stellen konnte. Außerdem unterstützt der SC Freiburg die Sanierung des Bolzplatzes „Am Kreuzsteinacker“ im Freiburger Sport-Quartier „Littenweiler-Waldsee-Wiehre“ mit 40.000 Euro.

Die große Spende möglich gemacht haben die Mitglieder des SC Freiburg. Für jedes Mitglied, das in der Saison 2022/23 auf die Zusendung des Vereinskaltenders verzichtete, spendete der Sport-Club fünf Euro für den Breitensport in Freiburg und in der Region. Die Tradition, dass alle Mitglieder zum neuen Jahr jeweils einen SC-Kalender zugeschickt bekommen, gibt es schon seit vielen Jahren. Angesichts der steigenden Mitgliederzahlen in den vergangenen Jahren, erzählt Stefan Schonhard aus der Abteilung Vertrieb und Services, zu der auch die Mitgliederbetreuung gehört, habe man sich schon länger Gedanken darüber gemacht, dass vielleicht nicht jede und jeder eine Verwendung für den Kalender hat und wie man Ressourcen schonen kann.

So entstand die Aktion „Spende statt Kalender“, in deren Rahmen jedes Vereinsmitglied angeschrieben wurde und dann selbst entscheiden konnte, ob es den Kalender zugeschickt bekommen möchte.

Insgesamt spendeten 27.000 Mitglieder ihren Vereinskaltender. „Die Aktion kam bei unseren Mitgliedern sehr gut an, und es hat uns außerdem gefreut, dass viele

Mitglieder auch darüber hinaus Geld gespendet haben, weil sie die Aktion unterstützen wollten“, sagt Schonhard.

## „WIN-WIN-SITUATION FÜR ALLE“

Als es um die Frage ging, wofür man das Geld der Aktion „Spende statt Kalender“ am zweckmäßigsten verwenden kann, tauschte sich Stefan Schonhard mit Niklas Ziegler aus dem Bereich Gesellschaftliches Engagement (zukünftig: Nachhaltigkeit) des Sport-Club aus. Gemeinsam wurde die Kampagne „Mehr Tore für Südbaden“ entwickelt.

Für jeweils acht Mini-Tore, von denen auch ein Satz jeweils an 13 Partner-Grundschulen und 17 Partner-Kitas des Sport-Club in Freiburg ging, konnten sich sämtliche 702 südbadischen Fußballvereine bewerben. Gut die Hälfte von ihnen nahm diese Möglichkeit wahr, 160 Bewerber bekamen schließlich je acht Mini-Tore, unter ihnen acht Kooperations- und sechs Partnervereine. Außerdem unterstützte der SC Freiburg die Sanierung des Bolzplatzes „Am Kreuzsteinacker“ im „Sport-Quartier Littenweiler-Waldsee-Wiehre“, der am 19. September 2023 mit einer „Mini-Weltmeisterschaft“ von Kindern aus dem Quartier eingeweiht wurde.

Niklas Ziegler vom Sport-Club erklärt: „Die allermeisten Vereine in der Region haben ähnliche Probleme: Das sind Trainermangel, Platzmangel und Materialmangel.“ Bei Letzterem setzte der Sport-Club an. „Mit den Mini-Toren ist es noch mehr Vereinen möglich, Spielformen wie Funiño, bei denen es darum geht, dass Kinder viele Ballkontakte und viele Erfolgserlebnisse haben, im Training und am Spieltag umzusetzen“, betont Ziegler. Und durch die gleichzeitige Ausstattung der Partner-Grundschulen und -Kitas mit Mini-Toren will der Sport-Club auch seinen Partnern in den Freiburger Sport-Quartieren helfen, noch mehr Sport- und Bewegungsangebote für Kinder anzubieten.

Dass mit dem bei der Kalender-Produktion eingesparten Geld der regionale Kinder- und Jugendfußball unterstützt wird, sei letztlich „eine Win-win-Situation für alle“ und passe zu der beim SC Freiburg entwickelten Nachhaltigkeitsstrategie, sagt Schonhard. Neben der Schonung und Optimierung von Ressourcen sei es auch auf der sportlichen Ebene nachhaltig, wenn der Verein und seine Mitglieder den Breitensport und die Vereine in der Region unterstützen – getreu der Devise der eigenen Nachwuchsarbeit: „Breite stärken. Spitze fördern. Verantwortlich handeln.“

„Das ist eine Aktion, die in der Breite den Vereinen in der Region wahnsinnig weiterhilft“, freut sich auch Tobias Barth. Barth ist beim Südbadischen Fußballverband (SBFV) unter anderem für den Bereich Kinder- und Jugendfußball zuständig. „Denn die Mini-Tore sind elementar wichtig, wenn ich gute Jugendarbeit im Bereich Kinderfußball machen möchte.“ Schließlich gehört bei der F- und E-Jugend die Spielform Funiño, bei der „Drei gegen Drei“ auf vier kleine Tore ohne Torwart gespielt wird, inzwischen zum Spielbetrieb dazu. „Mini-Tore haben noch nicht alle Vereine, aber man braucht sie, um ein vernünftiges Training für Kinder machen zu können“, ergänzt Barth.



Um den Bereich Kinderfußball kümmern sich der SC Freiburg und der SBFV im Rahmen einer vor vier Jahren gestarteten Kooperation gemeinsam und intensiv. Im Juli 2023 veranstalteten der Sport-Club und der SBFV im Dreisamstadion bereits zum fünften Mal den „Tag des Kinderfußballs“. 600 Trainer/innen können in diesem Jahr die zertifizierte Ausbildung des „SCF-SBFV-Kindertrainer-Zertifikats“ absolvieren.

## 3.100 TOR-GEWINNER IM DREISAMSTADION

Den Erfolg der Kampagnen „Spende statt Kalender“ und „Mehr Tore für Südbaden“ unterstrichen nicht nur viele begeisterte Rückmeldungen aus den Vereinen. Bei der symbolischen Übergabe der Mini-Tore durch SC-Präsident Eberhard Fugmann im Vorfeld des letzten Drittliga-Heimspiels der U23 des SC Freiburg in der vergangenen Saison wurden Ende Mai die Gewinnervereine sowie alle Partner-Kitas, -Grundschulen und -Vereine ins Dreisamstadion eingeladen und stellten stattliche 3.100 Zuschauer/innen bei der Saisonabschlusspartie. Zu ihnen zählte auch Laurin Weigend von der FT 1844 Freiburg, einem Partnerverein der Sport-Quartiere Freiburg. „Ich finde die Aktion des SC Freiburg richtig gut, weil die Vereine dadurch Geld sparen können“, so der Nachwuchskicker. „Und selbst kann man mehr Tore schießen.“

Für Eberhard Fugmann war die Aktion der SC-Mitglieder auch „eine wunderschöne Geste“. Deshalb gelte der Dank allen, die sich mit ihrem Verzicht auf einen Kalender und mit ihren Spenden beteiligt haben. „Weil die Aktion ‚Spende statt Kalender‘ ein großer Erfolg war, wird der SC Freiburg sie auch in der kommenden Saison fortsetzen“, so der SC-Präsident. „Als Sport-Club wollen wir damit einen wichtigen Beitrag für den Breitensport in der Region leisten und die Vereine in Südbaden nachhaltig fördern und unterstützen.“



**WEITERFÜHRENDES  
MATERIAL**  
Eine Danke-Botschaft an  
alle Mitglieder



ÖKOLOGISCH  
HANDELN



Fotos: Klaus Polkowski (links) // Deutscher Fahrradpreis / Stein (rechts)

044



# NACHHALTIGE BETRIEBSSTÄTTEN

Europa-Park Stadion, Dreisamstadion, Freiburger Fußballschule, Trainings- und Parkplätze und natürlich die Geschäftsstellen und Fanshops benötigen Strom, Wärme und Wasser, um den Betrieb des Vereins am Leben zu halten, und produzieren gleichzeitig viel Abfall. Unumgänglich beschäftigt sich ein nachhaltiges Handeln deshalb auch mit dem Gebäude und der Infrastruktur des Vereins – und konzentriert sich dabei auf die Fragen: Wo können wir Ressourcen schonen und Emissionen reduzieren, um den Klima- und Umweltschutz zu stärken? Bei welchen Themen müssen wir intern wie extern noch mehr sensibilisieren, um in unseren Betriebsstätten noch nachhaltiger zu agieren? Und wo liegen Optimierungspotenziale unserer Immobilien, um Diversität und Inklusion, aber auch Datenschutz und IT-Sicherheit im Stadionbetrieb zu verbessern?

// Handlungsfeldverantwortlicher: Alexander Karthäuser

// CO<sub>2</sub>-Bilanz: Anna Beck



# 30 JAHRE NACHHALTIGES STADION

Der SC Freiburg hat mit der Solaranlage auf dem Dach des Europa-Park Stadions und der CO<sub>2</sub>-neutralen Fernwärmeversorgung Maßstäbe gesetzt und führt gleichzeitig ein Erfolgskapitel des Vereins fort. Ein Blick zurück auf drei identitätsstiftende Jahrzehnte als Vorreiter nachhaltiger Betriebsstätten im Profifußball.

Im Jahr 2022 konnte der Sport-Club gemeinsam mit seinem langjährigen Partner, dem regionalen Energieversorger badenova, auf dem Europa-Park Stadion eines der weltweit größten Solardächer auf einem Fußballstadion in Betrieb nehmen. Mit einer Spitzenleistung von 2.387 Kilowattpeak (kWp) erzeugt es bis zu 2,3 Millionen kWh Strom pro Jahr und damit annähernd den gesamten Bedarf des 34.700 Zuschauer/innen fassenden Stadions samt Geschäftsstelle und Fanshop. Parallel dazu wird der komplette Wärmebedarf mit einem innovativen Niedertemperatur-Wärmenetz CO<sub>2</sub>-neutral gedeckt.

Der SC Freiburg – seit fast 30 Jahren Vorreiter bei Nachhaltigkeitsthemen im Profifußball – kommt also auch mit Blick auf seine Betriebsstätten wieder weit vor die Welle, die er einst selbst in Bewegung setzte.

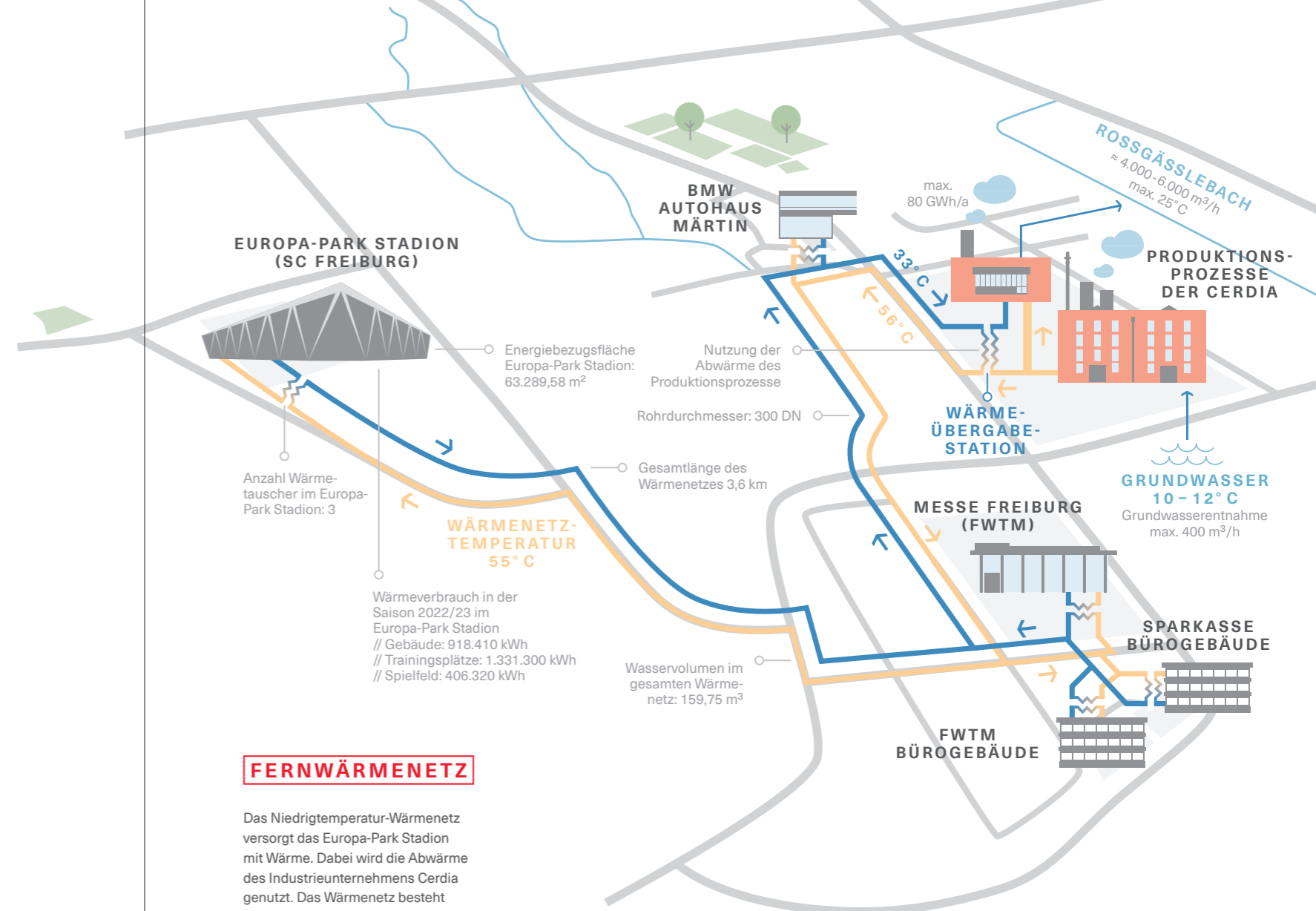
## „IHR SEID ZU GRÜN.“ – ODER: WIE ALLES BEGANN

Mitten im Freiburger Fußball-Urknall, als sich der Sport-Club mit aufregendem Kurzpaspsspiel im Jahr 1993 erstmals in seiner Geschichte in die Bundesliga und dort im zweiten Jahr sensationell auf den dritten Platz kombinierte, baute der Verein in Zusammenarbeit mit dem Konzern Siemens und dem Solarpionier Georg Salvamoser seine erste Photovoltaik-Anlage auf das Dach der neuen Südtribüne des Dreisamstadions. Und nicht irgendeine, sondern die damals deutschlandweit größte Gemeinschaftssolaranlage in Privatbesitz.

Die Anlage machte den Sport-Club mit einem Schlag zum Exoten im Profifußball, der sich ganz in das Bild der grün-alternativen Stadt Freiburg fügte. Ein KombiTicket, mit dem die Fans kostenlos und klimaschonend mit ihrem Stadionticket per Bus und Bahn zu den Heimspielen anreisen konnten, gab es zu diesem Zeitpunkt bereits. Ein Jahr später waren die Urinale im Stadion auf wasserfreien Betrieb umgestellt und ein Mehrwegbechersystem installiert.

Aber: „Klimaschutz und Nachhaltigkeit waren damals keine Kuschelthemen“, erinnert sich jemand, der es wissen muss, weil er schon knapp 30 Jahre lang die SC-Farben vertritt – und früher vermarktet hat. Hanno Franke, heute Abteilungsleiter für Marketing und Nachhaltigkeit beim SC Freiburg und Mitglied der 2023 gegründeten neuen DFL-Kommission „Nachhaltigkeit“, war damals schon dabei, als der

Solar-Vorreiter Dreisamstadion: „Alle denken zuerst an den SC Freiburg.“



## FERNWÄRMENETZ

Das Niedertemperatur-Wärmenetz versorgt das Europa-Park Stadion mit Wärme. Dabei wird die Abwärme des Industrieunternehmens Cerdia genutzt. Das Wärmenetz besteht hauptsächlich wegen dem Stadionneubau. Weitere Unternehmen sind daran angeschlossen.

Sport-Club noch „auf der Suche nach einer eigenen Identität und einer eigenen DNA war“. Doch auch wenn Freiburg schon als alternative, vom Umweltgedanken durchdrungene Stadt gegolten habe, hätten namhafte Unternehmensberater abgewinkt: „Ihr seid zu grün und damit zu spitz positioniert.“

Doch nach der Installation der ersten Photovoltaik-Anlage war das Interesse riesig. „Es gab Wochen, da stand ich fast täglich mit Kamerateams aus aller Welt auf dem Dach der Südtribüne“, erinnert sich Hanno Franke lachend an die Zeit, als alles begann. Eine Zeit, in der nichts weniger als die Grundlage für eine echte Vereinsidentität gelegt wurde: die des SC Freiburg als einem nachhaltig denkenden und handelnden Verein. Eine Identität, die seither Wirkung weit über den Sport-Club und die Stadt Freiburg hinaus erzielt.

## „KEIN STADION MEHR OHNE SOLARANLAGE“ – ODER: WIE ES WEITERGING

Für den Sport-Club war die Beschäftigung mit regenerativen Energien alles andere als ein Marketing-Gag.

## DER SPORT-CLUB WAR DAS PUZZLETEIL, DAS DIE LÖSUNG BRACHTE.

Und seither gab es beim SC kein kleines und auch kein großes Infrastrukturprojekt mehr, bei dem Nachhaltigkeitsgedanken nicht mit im Zentrum der Überlegungen ihren Platz gefunden hätten. Wie bei der im Jahr 2000 errichteten Freiburger Fußballschule. Das Nachwuchsleistungszentrum des Sport-Club wird mit einer Holzhackschnitzelanlage beheizt und wurde effizient wärmegeklämt, während Erdwärmetauscher zur Belüftung und thermische Sonnenkollektoren zur Warmwasseraufbereitung und Photovoltaik zur Stromerzeugung genutzt werden.

Derweil sollte das überregionale und internationale Interesse an den Solaranlagen nicht abebben – nur der Fokus verschob sich. Weg vom als liebenswert schrullig wahrgenommenen Club, der auf dem bisherigen Höhepunkt seiner Vereinsgeschichte nicht jede Mark





Monteur mit Solarpanel:  
„Jeder Schritt bringt uns  
in der Summe weiter.“

der Nordtribüne, im Stadion ist er bis heute. Seit mehr als 21 Jahren ist er mittlerweile technischer Geschäftsführer von badenova Wärmeplus und jahrzehntelanger Begleiter des SC bei seinen Energieprojekten.

Im Jahr 2007 stand Preiser beispielsweise mit einer Delegation des brasilianischen Fußballverbandes auf dem berühmt gewordenen Tribürendach an der Schwarzwaldstraße, reiste später im Auftrag der deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) in beratender Funktion nach Brasilien, wo 2014 bei der Fußball-Weltmeisterschaft auf allen Stadionsdächern Solaranlagen zur Stromerzeugung installiert wurden. „Heute wird kaum ein Stadion mehr ohne eine Solaranlage gebaut“, freut sich Preiser, „und trotzdem denken alle bei dem Thema noch zuerst an den SC Freiburg.“

in den kurzfristigen sportlichen Erfolg steckte, sondern sich auch um vermeintliche Randthemen kümmerte. Zum Beispiel um technische Lösungen der sauberen Energiegewinnung auf seinen Stadionsdächern.

Statt SC-Marketingleiter Franke führte in den Folgejahren immer häufiger ein anderer Mann interessierte Menschen und Unternehmen übers Dach des Dreisamstadions. Klaus Preiser war 1995 noch Projektleiter beim Fraunhofer-Institut für Solare Energiesysteme (ISE). Sowohl sein Beruf als auch seine Fußballleidenschaft führten dazu, dass er die Installation der ersten Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Dreisamstadions doppelt interessiert verfolgte. In seiner Freizeit stand der SC-Fan bei Heimspielen des Sport-Club auf

**„IDENTIFIKATION FUNKTIONIERT NICHT MIT FASSADEN“ – ODER: WARUM ES WEITERGEHT**

Auch Anna Beck ist „mit dem SC als einem Vorreiter in Sachen Ökologie aufgewachsen“, sagt die 1993, im Jahr des ersten Aufstiegs in Freiburg geborene und mittlerweile studierte Umweltwissenschaftlerin, die seit April 2023 als erste Vollzeit-Mitarbeiterin für den Schwerpunkt ökologische Nachhaltigkeit für den SC arbeitet. Becks erste und vornehmste Aufgabe beim Sport-Club war die Erstellung eines umfassenden CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des Vereins mit allen Abteilungen und Arbeitsbereichen in den drei Betriebsstätten Dreisamstadion, Europa-Park Stadion und der Freiburger Fußballschule (siehe Infografik auf Seite 118).

Einen ersten Fußabdruck gab es zwar bereits für die Saison 2021/22, allerdings auf unbefriedigender Datengrundlage fußend. Der Corona-Spielbetrieb ohne oder mit nur sehr wenigen Zuschauer/innen im Stadion hatte zu sehr vielen Schätzungen gezwungen – ausgerechnet im mit zwei Dritteln der Gesamtemissionen besonders schwer wiegenden Bereich der Fanmobilität.

„Der große Aufwand, den es bedeutet hat, den Fußabdruck zu erstellen, lohnt sich in jedem Fall“, ist Anna Beck überzeugt. Warum? „Weil er Grundlage für die Fassung von eigenen Klimazielen ist und eine präzise Analyse der größten Hebelpunkte und Verbesserungspotenziale ist. Allein die Tatsache, dass meine Stelle

geschaffen wurde, um diese Potenziale zu finden und auszuschöpfen, ist für mich ein starkes Zeichen, dass der Verein seine Vorreiterrolle auch verinnerlicht hat“, sagt Beck und betont, dass der Leistungsgedanke, der jeden Profiverein durchdringt, einen sehr willkommenen Beitrag leistet: „Man merkt in der Haltung aller SC-Mitarbeiter/innen, dass nachhaltiger Umgang mit Ressourcen aller Art hier wichtig ist und dass man darin gut sein will. Das ist unser Markenkern, und den will man auch füllen, echt halten. Im Fußball geht es um Identifikation, und die funktioniert nun mal nur mit echten, gelebten Dingen, nicht mit Fassaden.“

Hier kommt Alexander Karthäuser ins Spiel, der Technische Leiter des Europa-Park Stadions. „Nachhaltigkeit ist gleichzusetzen mit Zukunftsfähigkeit – wir wollen uns hier permanent verbessern und in allen Bereichen optimieren“, sagt der gebürtige Freiburger, der schon 1990 als Achtjähriger erstmals im Dreisamstadion war.

**IHR SEID ZU GRÜN UND ZU SPITZ POSITIONIERT.**

Auch wenn die neue Freiburger Heimspielstätte gerade einmal zwei Jahre auf dem Buckel hat, ist Karthäuser mit seinem dreiköpfigen Team stetig dabei, das 2021 eingeweihte Europa-Park Stadion auf Optimierungsmöglichkeiten zu untersuchen. Ziel: ein noch effizienterer Einsatz von Ressourcen.

„Wichtig“, sagt Karthäuser, „war es, ein durchdachtes Zählerkonzept zu erstellen. Inzwischen sind wir da in der Umsetzungsphase.“ Es wurden Stellen im Stadion lokalisiert, an denen eine kleinteilige Verbrauchsmessung sinnvoll erschien und wo entsprechende Zähler nachgerüstet werden. In einem nächsten Schritt sollen diese nun in die Gebäudeleittechnik integriert werden. Über die Implementierung dieser genauen Verbrauchserfassung sollen elektrische Verbraucher, elektrische Geräte oder Anlagen besser lokalisiert, analysiert und in ihrer Nutzung optimiert werden.

Außerdem ist ein softwarebasiertes Lasten-Management für die Rasenheizung in der Umsetzungsphase. Dabei fließen die genauen Bedarfe – nicht alle Rasenflächen werden schließlich auch gleichzeitig gebraucht – ebenso ein wie äußere Einflüsse (zum Beispiel erwartete Wetterlagen) und Erfahrungswerte.

Aber ganz egal, ob große technische Lösungen oder auch nur regelmäßiger Druck auf den Lichtschalter



Foto: badenova



**UNSERE BETRIEBSSTÄTTEN:  
STROM UND WÄRME\***

**EUROPA-PARK STADION**

- // Energiebezugsfläche von Gebäude und Rasenplätzen: 69.290 m<sup>2</sup>
- // Wärmeversorgung: Niedrigtemperatur-Wärmenetz
- // Wärmeverbrauch: 2,6 Mio. kWh
- // Stromversorgung: Solaranlage & Ökostrom
- // Stromverbrauch: 2,9 Mio. kWh

**DREISAMSTADION**

- // Energiebezugsfläche von Gebäude und Rasenplätzen: 17.481 m<sup>2</sup>
- // Wärmeversorgung: Erdgasheizung
- // Wärmeverbrauch: 1,9 Mio. kWh
- // Stromversorgung: Solaranlage & Ökostrom
- // Stromverbrauch: 0,76 Mio. kWh

**MÖSLESTADION**

- // Energiebezugsfläche von Gebäude und Rasenplätzen: 24.747 m<sup>2</sup>
- // Wärmeversorgung: Erdgasheizung und Holzhackschnitzelanlage
- // Wärmeverbrauch: 1,4 Mio. kWh
- // Stromversorgung: Ökostrom
- // Stromverbrauch: 0,14 Mio. kWh

\* Erfassungszeitraum der Verbräuche Saison 2022/23

beim Verlassen eines Raumes: „Wichtig ist, immer dranzubleiben und nie den ersten Schritt zu scheuen, egal wie klein er uns vorkommen mag“, sagt Karthäuser. „Jeder Schritt bringt uns in der Summe weiter.“

Als Beispiel nennt Karthäuser die Umstellung der sogenannten „Grow Lights“ auf LED. Das sind die Lampen, die auf meterlangen Gerüsten montiert sind und vor allem im Winter im Stadion nicht zu übersehen sind. Sie dienen dazu, das Spielfeld zu bescheinen, um die Regeneration des Rasens auch in der dunklen Jahreszeit zu gewährleisten. Wenn ein Spiel ansteht, werden die Lichtgerüste aus dem Stadion gerollt. Nur im Sommer, wenn genügend Licht einfällt, werden die Lampen ausgeschaltet. „Wir haben circa 50 Prozent der Rasenbeleuchtung auf LED-Leuchten umgerüstet. Und zusätzlich wurden die Betriebszeiten aller Leuchten, abgestimmt auf den optimalen Bedarf des Rasens, reduziert, was zu weiterer Energieeinsparung führt“, erklärt Karthäuser.

**„DAS IST DER NUKLEUS“ – ODER:  
GESCHICHTE WIEDERHOLT SICH**

Ein – zugegebenermaßen sehr großer – Schritt war die Anbindung des Europa-Park Stadions an das eingangs erwähnte Niedertemperatur-Wärmenetz. Schließlich

brachten die 30.770 Quadratmeter Rasenfläche, die ganzjährig beispielbar und daher mit Rasenheizung ausgestattet sein müssen, die Lösung eines Problems, an dem Klaus Preiser nach eigenem Bekunden über 15 Jahre lang getüftelt hat: Wie sich die Abwärme der großen Cerdia-Werke, die bis dahin noch unter Einsatz von Energie technisch heruntergekühlt werden musste, stattdessen in die Wärmeversorgung des Freiburger Nordens einbinden ließ.

„Der Sport-Club mit seinem Europa-Park Stadion und seiner Offenheit für Innovation war das Puzzlestück, das die Lösung brachte“, blickt Preiser zurück. So konnte das 3,6 Kilometer lange Netz endlich entstehen. Als erstes seiner Art in Freiburg. „Das war der Nukleus“, sagt Preiser, der so den Beweis antreten konnte, dass die neue Technik im großen Maßstab funktional ist. Mit Auswirkungen weit über das Europa-Park Stadion und den Freiburger Norden hinaus: Der neue entstehende Freiburger Stadtteil Dietenbach für rund 16.000 Bewohner/innen wird mit dieser Technik CO<sub>2</sub>-neutral mit Wärme versorgt werden. Und der SC Freiburg ist wie schon 1995 wieder daran beteiligt, eine innovative Welle in Gang zu setzen. Ganz wie sich das gehört – für einen Traditionsverein der nachhaltigen Art.

// Autor: Alex Roth

Foto: badenova

Solardach auf dem Europa-Park Stadion: Bis zu 2,6 Mio. kWh Strom pro Jahr



**STRATEGISCHE ZIELE**

- Optimierung des Ressourcenverbrauchs
- Reduzierung der Treibhausgasemissionen
- Ausbau des Angebots von vegetarischen und veganen Speisen am Spieltag
- Sensibilisierung von Stadionbesucher/innen für Nachhaltigkeitsthemen
- Gewährleistung der IT-Sicherheit

# CO<sub>2</sub>-BILANZ

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz gibt an, welche Mengen an Treibhausgasemissionen, insbesondere von Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>), durch die Aktivitäten des SC Freiburg verursacht werden. Die Emissionen können durch direkte Vereinsaktivitäten (zum Beispiel den Fuhrpark oder indirekt durch den Verbrauch fossiler Brennstoffe) entstehen. Auch andere indirekte Geschäftsaktivitäten des Vereins gehören zur CO<sub>2</sub>-Bilanz dazu, zum Beispiel die Verpflegung und Anreise der Stadionbesucher/innen oder auch die Produktion von Fanartikeln.

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz ist also das Ergebnis einer Emissionsberechnung und wird in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (tCO<sub>2</sub>) ausgedrückt. Um die Wirkung auf das Klima von verschiedenen Treibhausgasen (wie zum Beispiel CO<sub>2</sub>, Methan und Lachgas) vergleichbar zu machen, wird mit CO<sub>2</sub>-Äquivalenten als einheitliche Mess- und Rechengröße gearbeitet. Die Gesamtsumme der CO<sub>2</sub>-Bilanz beschreibt die Wirkung auf den Klimawandel als CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Ein höherer CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bedeutet, dass größere Mengen an Treibhausgasemissionen verursacht werden und damit stärker zum Klimawandel beigetragen wird.

Die hier dargestellte CO<sub>2</sub>-Bilanz zeigt die direkten und indirekten Emissionen, die in der Saison 2022/23 durch die sieben Bereiche Mobilität, Energie, Transport, Verpflegung, Material, Wäscherei, Abfall & Recycling beim SC Freiburg verursacht wurden.

Die grafische Darstellung der CO<sub>2</sub>-Bilanz ist von links nach rechts zu lesen. Die Farben stehen jeweils für einen der oben genannten sieben Bereiche, in denen CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht werden. Die Stärke der Stränge bzw. Linien steht für die Menge an Emissionen.

Die sieben Bereiche gliedern sich zumeist und teilweise mehrfach in Unterbereiche auf (siehe Lesebeispiel). An der rechten Seite der Grafik befinden sich Unterbereiche mit den anteiligen CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Die Wellenbewegung der Stränge / Linien entsteht durch die alphabetische Sortierung der Bereiche / Unterbereiche und hat keine Aussagekraft.

**Lesebeispiel:**

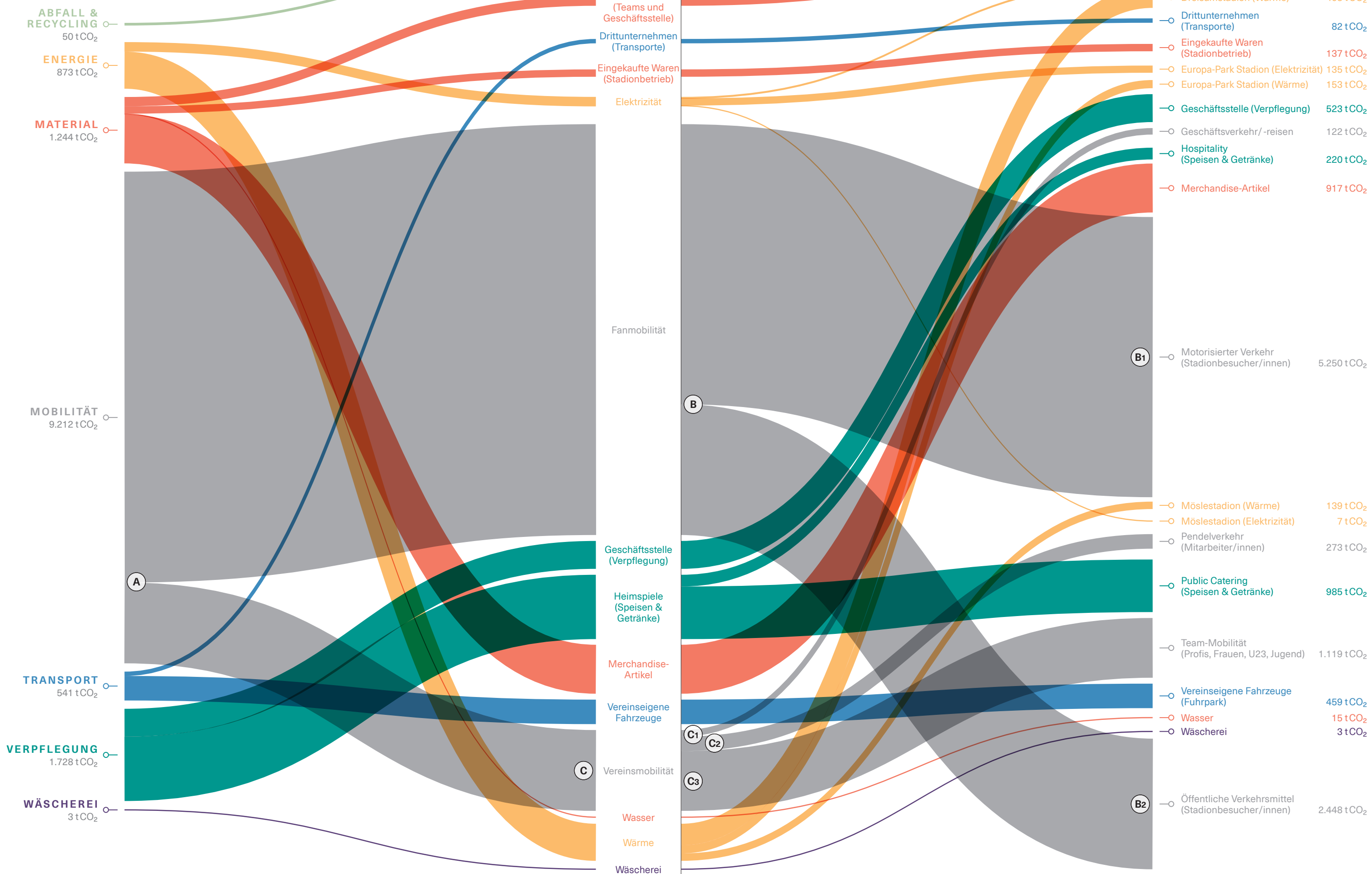
- A** Der Bereich Mobilität (grau) besteht zu Beginn aus zwei Strängen: „Fanmobilität (B)“ und „Vereinsmobilität (C)“
- B** Der Strang der „Fanmobilität“ teilt sich wiederum in zwei weitere Stränge auf: „Motorisierter Verkehr (B1)“ und „Öffentlicher Verkehr (B2)“. Diese Stränge verlaufen ohne weitere Unterteilung bis an den rechten Rand der Grafik. Am rechten Rand der Grafik ist die Summe an Tonnen CO<sub>2</sub> abzulesen, die durch die Fanmobilität mit motorisierten beziehungsweise öffentlichen Verkehrsmitteln entstanden sind.
- C** Zurück zum Anfang: Der zweite Strang im Bereich „Mobilität“ ist die „Vereinsmobilität (C)“. Der Bereich „Vereinsmobilität“ unterteilt sich (in der 2. Spalte) in drei Stränge: „Geschäftsverkehr/-reisen (C1)“, „Pendelverkehr (C2)“, „Team-Mobilität (C3)“.

**VERTEILUNG DER EMISSIONEN NACH GELTUNGSBEREICHEN (SCOPES) DES GREEN-HOUSE GAS PROTOCOL:**

- // 6% in Scope 1: Emissionen aus Quellen, die direkt im Vereinsbesitz sind z.B. Team-Mobilität
- // < 1% in Scope 2: Indirekte Emissionen durch die Nutzung eingekaufter Energie z.B. Strom
- // 94% in Scope 3: Indirekte Emissionen, die aus der Geschäftstätigkeit resultieren, jedoch nicht direkt der Kontrolle des Vereins unterliegen z.B. Fanmobilität, Catering und Pendelverkehr

# 13.651 tCO<sub>2</sub>

GESAMTSUMME



# NACHHALTIGE MOBILITÄT

Der Bereich Mobilität macht 67 Prozent der Gesamtemissionen des SC Freiburg aus. Wir untergliedern diesen in zwei Teilbereiche: Zum einen in Fanmobilität und zum anderen in Vereinsmobilität, wozu die Reisen unserer Teams, der Pendelverkehr der Mitarbeitenden und die Geschäftsreisen zählen. Nachhaltige Mobilität haben wir als Handlungsfeld gewählt, weil Fortbewegung ein alltägliches Thema ist, das uns alle betrifft. Gleichzeitig heißt das auch, dass wir einen großen Hebel haben. Weil jede/r durch sein tägliches Verhalten, durch nachhaltige Mobilität, etwas tun kann, nämlich CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren, und wir gemeinsam dadurch einen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel leisten können.

// Handlungsfeldverantwortliche: Anna Beck

Foto: Alexander Scheuber / Bundesliga

Foto: Simon Hofmann / Bundesliga

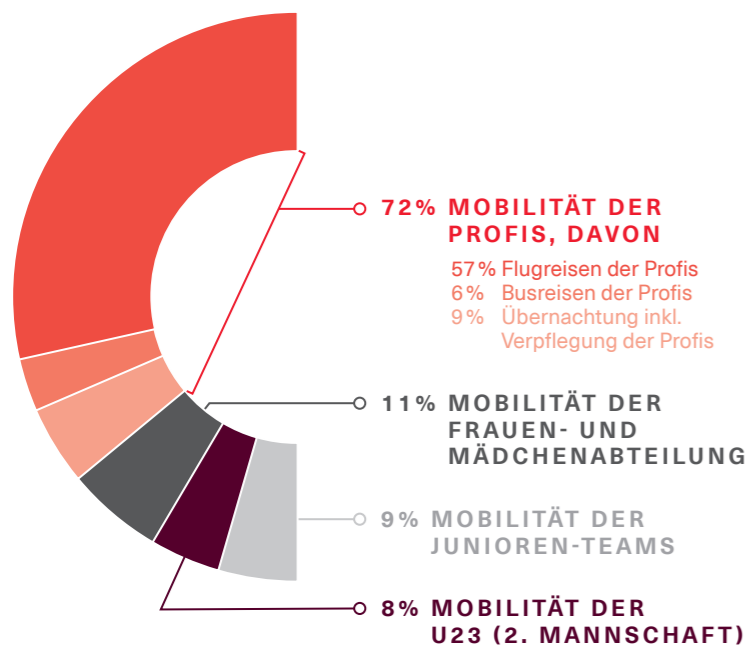
←  
←  
HIER UMBLÄTTERN  
BITTE

# SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ÖKOLOGISCHE(RE)N FUSSABDRUCK

Energie, Verpflegung, Transport, Materialien und Abfall: Diese Bereiche machen 29 Prozent der Gesamtemissionen des SC Freiburg aus. Die restlichen 71 Prozent entfallen auf den Bereich Mobilität, wobei man diesen in drei Teilbereiche untergliedern kann: Fanmobilität, Geschäftsverkehr und Arbeitswege der Mitarbeitenden.

**M**obilität, genauer gesagt nachhaltige Mobilität, ist eines unserer großen Handlungsfelder – und damit Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Täglich bewegen wir uns fort, besonders rund um die Spieltage ist die Mobilität erhöht: Dann kommt zum alltäglichen Pendeln und Geschäftsverkehr der Mitarbeiter/innen noch eine verstärkte Reisebewegung von Teams und Fans hinzu. Als Verein können wir im Bereich Mobilität – vor allem dort, wo wir direkt Einfluss nehmen können, – an vielen Schrauben drehen oder zumindest Anreize schaffen, um CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren und damit einen wichtigen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel zu leisten. Daher fördern wir bewusst nachhaltige Mobilität. Wie wir das in den einzelnen Bereichen bereits umsetzen und wo wir uns noch wie verbessern möchten, dazu hier ein Überblick.

ANTEIL DER EMISSIONEN IM BEREICH TEAM-MOBILITÄT\*



## „MOBILITÄTSANALYSE“

In der Hinrunde der Saison 2022/23 haben wir in Zusammenarbeit mit der DHBW Mannheim erstmals eine umfassende Mobilitätsanalyse durchgeführt. Gemessen und erfragt wurden dabei etwa die Wahlentscheidung, Nutzung und Rahmenbedingungen der Verkehrsmittel, gegebene Kooperationen mit Verkehrsanbietern und Optimierungsvorschläge sowie Anreizsysteme für klimafreundliche Verkehrsmittel. Die Messungen der Fanmobilität wurden zum Saisonabschluss mittels einer Online-Befragung wiederholt, an der rund 17.000 Personen teilnahmen. Ziel war und ist auch in Zukunft, anhand der Ergebnisse der Mobilitätsanalyse, bessere Möglichkeiten einer umweltfreundlichen An- und Abreise von Fans zum Stadion zu schaffen.

# FAN-MOBILITÄT

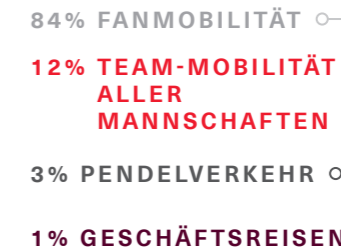
**Aktueller Stand:** 84 Prozent der Mobilitätsemissionen des SC Freiburg entfallen auf Fanmobilität. Entsprechend groß ist der Bedarf, diesen Wert mit gezielten Maßnahmen zu verringern. Mehr als jeder zweite SC-Fan reist zu Heimspielen bereits mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln an (ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß). Dennoch ist das meistgenutzte Verkehrsmittel bei der Anreise der PKW, wovon nur jedes zweite Fahrzeug mit mindestens drei Personen besetzt ist.

**Herausforderung:** Fanmobilität hängt von vielen Faktoren ab: etwa von Wetter, Bequemlichkeit, Kosten, Distanz oder Verfügbarkeit. Auf viele Faktoren haben wir als Verein nur bedingt Einfluss.

**Bisherige Maßnahmen:** Wir haben langjährige Kooperationen mit regionalen Verkehrsanbietern. Bereits seit 1993 gelten die Eintrittskarten fürs Stadion auch als Fahrschein für die Straßenbahn im Freiburger Stadtgebiet. Mit dem sogenannten „KombiTicket“ können Stadionbesuchende seit 2013 im Gebiet des Regio-Verkehrsbunds Freiburg (RVF) kostenlos den ÖPNV (2. Klasse) nutzen, also Busse, Züge und Stadtbahnen.

An Heimspieltagen gibt es Sonderlinien mit bis zu 25 zusätzlich verkehrenden Straßenbahnen. Eine neue Haltestelle („Europa-Park Stadion“) wurde im Zuge des Stadionneubaus eingerichtet. Für Nutzer/innen von P+R-Angeboten steht seit 2022 ein kostenloser Shuttle-service zur Verfügung, zudem gibt es „SBG-Sportbusse“ zu Sonderkonditionen für Menschen aus dem Umland. Am neuen Europa-Park Stadion wurde eine Leihrad-

ANTEIL EMISSIONEN IM BEREICH MOBILITÄT\*

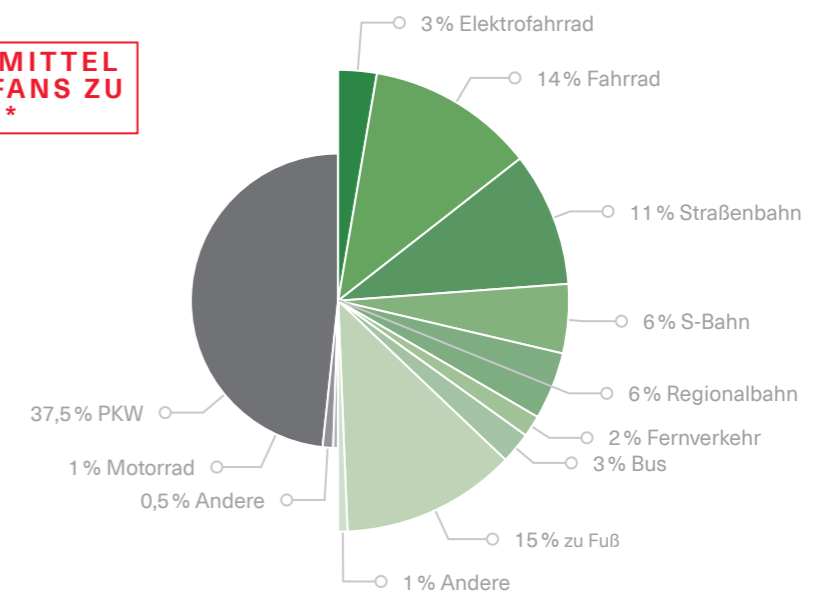


Station („Frelø“) eingerichtet. Außerdem existieren am Stadion deutlich mehr Fahrradstellplätze als PKW-Parkplätze: 3.700 gegenüber 2.100. Des Weiteren verkünden wir an Heimspieltagen im Stadion die Zahl der Fans, die mit dem Fahrrad angereist sind, um dieser Form der Anreise noch mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

**Geplante Maßnahmen:** Für die Saison 2023/24 setzen wir das Pilotprojekt „Komfort Fahrradparkplatz“ um: Dabei bieten wir an Heimspieltagen abgegrenzte Fahrradparkplätze an, die ein geräumiges Abstellen zulassen und zusätzlich von Ordnungspersonal bewacht werden. Zudem soll es am Europa-Park Stadion permanente Service-Stationen für die Wartung und Reparatur von Fahrrädern geben. Des Weiteren stehen wir in engem Austausch mit Verkehrsanbietern und politischen Akteuren aus dem Verkehrssektor der Stadt Freiburg und des Landes Baden-Württemberg, um Fachwissen auszutauschen und Maßnahmen zu fördern, die die nachhaltige Mobilität voranbringen. Außerdem wollen wir die Mobilitätsanalyse sowie die Fanumfrage zum Thema Fanmobilität detailliert auswerten, um zielgerichtete Maßnahmen anzubieten. >>

ANTEIL DER VERKEHRSMITTEL BEI DER ANREISE VON FANS ZU SC-HEIMSPIELEN\*

61% UMWELTFREUNDLICHE ANREISE  
39% MOTORISIERTE ANREISE



Die dargestellten Werte basieren auf der Mobilitätsanalyse der Saison 2022/23 (siehe Infokasten links).

\* Die Grafik bezieht sich auf die Saison 2022/23 und entspricht den Werten der CO<sub>2</sub>-Bilanz.

# VEREINS- MOBILITÄT

**Aktueller Stand:** Zur Vereinsmobilität zählen die Reisen aller SC-Teams sowie die Geschäftsreisen (inklusive Übernachtungen) und der Pendelverkehr der Mitarbeiter/innen. Zusammen machen diese drei Unterbereiche 16 Prozent der Emissionen im Bereich Mobilität aus. SC-Mitarbeiter/innen der Verwaltung sind auf ihren Geschäftsreisen vorrangig mit dem Öffentlichen Verkehr unterwegs: zusammen rund 110.200 Kilometer auf den Schienen gegenüber 98.300 Kilometern im PKW. Die Jugendteams nutzen meist motorisierte Verkehrsmittel wie Bus und Auto, ebenso die Scouting-Abteilung (64.730 Kilometer im PKW). Der vereinseigene Fuhrpark besteht derzeit zu 64 Prozent aus Dieselfahrzeugen, zu neun Prozent aus Benzinfahrzeugen und zu 27 Prozent aus Plug-In Hybriden. Die Flugreisen der Profi-Mannschaft machen inklusive Europa-League-Reisen neun Prozent der Emissionen im Bereich Mobilität und fünf Prozent der gesamten CO<sub>2</sub>-Bilanz aus.

**Herausforderung:** Regeneration, Trainingsrhythmus und damit verbunden eine schnelle An- und Abreise zu und

von den Auswärtsspielen der Profispieler hat oberste Priorität für einen Fußballverein – und das hat entsprechende Auswirkungen auf die Wahl des Verkehrsmittels. Während der Saison sind an jedem Wochenende zahlreiche Mannschaften des Sport-Club unterwegs. Im Reisesektor ist die Technik noch nicht so weit entwickelt, dass beispielsweise Busse mit Wasserstoff oder Elektromotor längere Strecken ohne Zwischenstopp zurücklegen können.

**Maßnahmen:** Die internen Reiserichtlinien, um eine nachhaltigere Mobilität bei Geschäftsreisen zu fördern, werden überarbeitet. Mit dem Busunternehmen und Reisepartner Winterhalter suchen wir nach umweltfreundlicheren Brückenlösungen, bis die Antriebswende im Reisebereich technisch vollzogen und wirtschaftlich tragbar ist. Bei PKWs soll der Anteil an Fahrzeugen mit Elektroantrieb (auch Plug-In-Hybrid) erhöht werden.

## 450.848

### KM

LEGTEN ALLE SC-TEAMS  
IN DER SAISON 2022/23  
INSGESAMT MIT PKW,  
BAHN UND BUS ZURÜCK.



\* Die Grafik basiert auf den Angaben der SC-Mitarbeiter/innen im Rahmen einer Umfrage im Juli 2023. Die Werte beziehen sich auf die Hochrechnung auf die gesamte Belegschaft. // Fotos: SC Freiburg (beide)

# PENDELVERKEHR MITARBEITER/INNEN

**Aktueller Stand:** Der Pendelverkehr der Mitarbeiter/innen zur jeweiligen Arbeitsstätte macht an den Gesamtemissionen im Bereich Mobilität den kleinsten Teil aus, nämlich drei Prozent. Laut einer Umfrage unter den Mitarbeiter/innen liegt die Nutzung des Fahrrads für den Arbeitsweg mit 48,7 Prozent leicht vor dem PKW (43 Prozent). Der ÖPNV folgt mit fünf Prozent auf dem dritten Rang.

**Herausforderung:** Die Mitarbeiter/innen müssen bisweilen selbst innerhalb eines Tages zwischen den vier Arbeitsstandorten in Freiburg (Europa-Park Stadion, Dreisamstadion, Möslestadion / Freiburger Fußballschule, Schönbergstadion) pendeln.

**Maßnahmen:** Der SC-Hauptsponsor JobRad bietet jedem Mitarbeitenden ein Dienstrad-Leasing von bis zu zwei JobRädern an. Die Umfrage hat ergeben, dass 46 Prozent der Mitarbeiter/innen bereits ein JobRad nutzen oder über ein Fahrrad-Leasing nachdenken. Die Partnerschaft erstreckt sich über den gesamten Verein, auch über alle Frauen- und Mädchenteams sowie die Juniorenteams der Freiburger Fußballschule. Außerdem soll der Fuhrpark an Fahrrädern an den jeweiligen Standorten in der Saison 2023/24 erhöht werden (inklusive Lastenvelos), um das Pendeln zwischen den vier Standorten mit dem Rad zu ermöglichen und zu erleichtern. Um das Fahrradfahren noch weiter in den Fokus der Belegschaft zu rücken, haben zahlreiche Mitarbeitende im Jahr 2022 am „Stadtradeln“ teilgenommen.

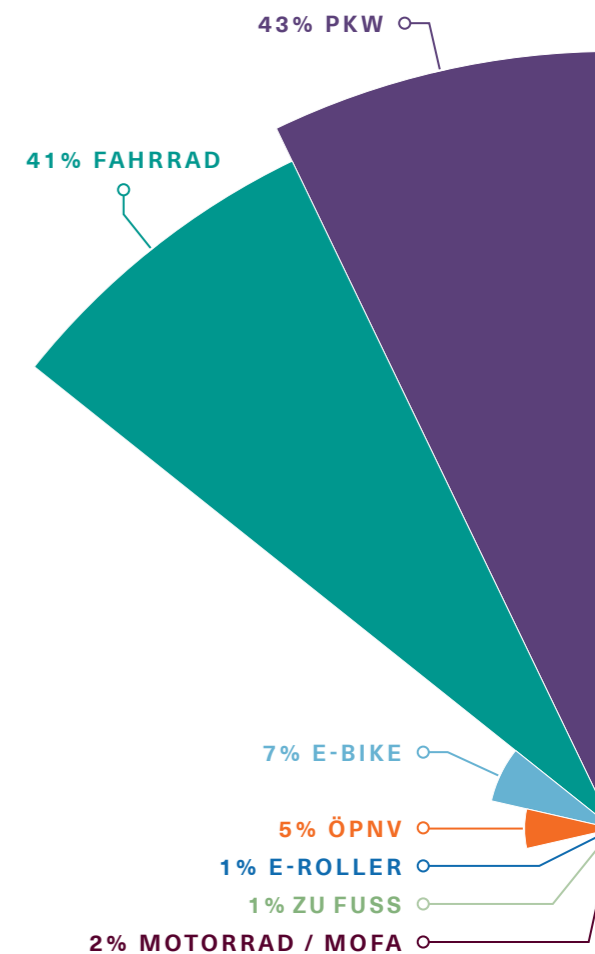


Foto links: Die SC-Frauen bei der Busabfahrt zu einem Auswärtsspiel

Foto rechts: Tobias Rauber, Leiter Nachhaltigkeit, auf dem Weg zu seinem Büro im Dreisamstadion



// Autor: Christian Engel

**ANTEIL DER VERKEHRSMITTEL  
AUF DEM ARBEITSWEG 2022/23  
DER SC-MITARBEITER/INNEN**

# STARKES ZEICHEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ



Der 29. Spieltag der Saison 2022/23 stand ganz im Zeichen von Klimaschutz und nachhaltiger Mobilität. Beim „Aktionsspieltag Klimaschutz“ des SC Freiburg wurde im und am Europa-Park Stadion mit zahlreichen Aktionen und Maßnahmen auf Umweltthemen aufmerksam gemacht, viel Geld für ein Naturschutzgebiet gespendet – und am Ende ein fabelhafter Rekord aufgestellt.

Am Aktionsspieltag trugen die Einlaufkinder Trikots mit der Aufschrift „Klimaschutz“, um auch die Fernsehzuschauer/innen zuhause auf das Thema aufmerksam zu machen.

## WAS WAR DAS THEMA DES AKTIONSSPIELTAGS UND WARUM HAT DER SC FREIBURG IHN INS LEBEN GERUFEN?

Bereits in der Hinrunde der Frauen-Bundesliga wurde im Dreisamstadion gemeinsam mit dem Hauptsponsor badenova ein Klimaschutz-Spieltag auf die Beine gestellt. Während es damals vorrangig um das Thema Trinkwasser ging, lag der Fokus beim Schalke-Heimspiel auf Klimaschutz und umweltbewusster Mobilität.

Denn der Großteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die an einem Spieltag entstehen, wird durch die An- und Abreise der Zuschauer/innen verursacht. Ziel des Aktionsspieltags war also, einen umweltbewussten Spieltag mit einer emissionsarmen Reisebewegung durchzuführen und zugleich Fans, Mitarbeitende und Partner langfristig für eine klimafreundliche Anreise zu Fuß, mit dem Rad oder dem ÖPNV zu motivieren.

Wir wollten dabei die Strahlkraft des Fußballs nutzen, um mit dem „Aktionsspieltag Klimaschutz“ auf Umweltthemen aufmerksam zu machen. Gleichzeitig wollten wir Verantwortung übernehmen für unser eigenes Handeln und mittels zahlreicher Multiplikatoren die Botschaft nach außen tragen. Die da lautet: Klimaschutz kann nur gemeinsam gelingen.

## WAS WAR KONKRET GEBOTEN?

Am Spieltag gab es mehrere Maßnahmen und Aktionen, um auf Klimaschutz und nachhaltige Mobilität aufmerksam zu machen. Eine umweltbewusste Anreise etwa wurde den Fans mit finanziellen Anreizen und Sonderaktionen schmackhaft gemacht: Das Leihrad-Angebot „Frelö“ der Freiburger Verkehrs AG (VAG) war für die Anreise zum Heimspiel 30 Minuten lang kostenfrei. Der Regio-Verkehrsverbund (RVF) erweiterte die Gültigkeitsdauer seines KombiTickets auf fünf statt drei Stunden. Und auch die Anreise mit dem SBG-Sportbus war vergünstigt. Um den Fans eine leichtere Abreise zu ermöglichen, wurden auf den Screens im Stadionumlauf zudem Live-Daten der ÖPNV-Abfahrtszeiten eingeblendet.

Radfahrende kamen in den Genuss einer Fahrrad-Service-Station. Mobilitätspartner JobRad bot an, die Räder an der Station kostenlos checken und reparieren zu lassen. Zudem verteilte der heutige Hauptsponsor 2.500 Fahrradflicksets und richtete einen VIB-Parkplatz ein, wo „Very Important Bikes“ abgestellt werden konnten. Radfahrende wurden außerdem mit Fanpaketen belohnt und durften an Gewinnspielen teilnehmen. Als regionaler Energie- und Umweltpartner des SC Frei-



burg überraschte badenova die Fans, die zum Heimspiel gegen Schalke 04 ins Stadion radelten, mit einem Präsent.

Für noch mehr Aufmerksamkeit für Umweltthemen auch über das Stadion hinaus trugen die Kapitäne und Kapitäninnen aller SC-Teams (von der Jugend über die Frauen bis hin zu den Profis) eine „KlimaSchutz“-Spielführerbinde. Des Weiteren gab es im Fanshop limitierte Aktionsshirts aus 100 Prozent Baumwolle zu kaufen, deren Erlöse (siehe unten) ebenso gespendet wurden wie die bei einer Auktion versteigerten Aufwärmshirts der SC-Profis mit „KlimaSchutz“-Botschaft.

## WAS HAT DER TAG GEBRACHT?

Einen Rekord! 5.669 Fans kamen mit dem Rad zum Stadion – so viele wie nie zuvor bei einer Bundesligapartie des SC Freiburg. Bedeutet: 16 Prozent aller Stadionbesuchenden reisten mit dem Rad an, ein Drittel der Fans mit dem ÖPNV. Wenn man Fußgänger noch dazunimmt, entschied sich am Aktionsspieltag also in Summe mehr als die Hälfte aller Besucher/innen für eine klimafreundliche Anreise.

Der Tag brachte außerdem jede Menge Spenden und Erlöse, mit denen der Sport-Club das Biosphärengebiet Schwarzwald unterstützt, eine von der UNESCO anerkannte Modellregion für nachhaltige Entwicklung. Bereits seit 2018 existiert eine Zusammenarbeit mit dem Sport-Club. Daraus ist beispielsweise das Projekt „Heimspiel für die Wildnis“ entstanden, ein Lehr- und Erlebnispfad für Familien.

Spenden und Erlöse kamen dabei durch unterschiedliche Aktionen zustande: JobRad spendete beispielsweise einen Euro pro Radfahrer/in. Durch den Verkauf der Aktionsshirts und die Versteigerung der Aufwärmshirts wurde weiteres Geld für den guten Zweck akquiriert. Außerdem glichen sowohl der SC Freiburg als auch der Gastverein Schalke 04 ihre spieltagsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen aus, die durch



**WEITERFÜHRENDES MATERIAL**  
Das war der Aktionsspieltag „Klimaschutz“





**Foto oben:** Vertreter/innen der Projektgruppe Nachhaltigkeit halten den Deutschen Fahrradpreis in den Händen



**Foto unten:** Wo sonst Autos stehen, richtet SC-Hauptsponsor JobRad 50 VIB-Parkplätze für „Very Important Bikes“ ein.

**Foto rechts und auf Seite 127:** 230 Fans nehmen den von JobRad angebotenen Fahrradservice in Anspruch.

an dem Tag jedoch, dass sich Stadionbesucher/innen für umweltbewusstes Reisen begeistern lassen, und dass gewisse Anreize und attraktive Angebote durchaus helfen.

Ein Ergebnis der Mobilitätsanalyse (siehe auch nächste Seite) war etwa der Wunsch vieler Fans, das extra für den Aktionsspieltag verlängerte ÖPNV-KombiTicket künftig dauerhaft anzubieten. Diesem Wunsch sind wir nachgekommen: Seit dieser Saison gilt dieses Ticket bei allen Heimspielen (auch bei denen der SC-Frauen und der U23 im Dreisamstadion). Dadurch wird eine umweltbewusste An- und Abreisemöglichkeit auch für alle SC-Fans noch attraktiver.

„Wir alle stehen heute, viel mehr noch als vor einigen Jahren, vor der großen Herausforderung, unseren Alltag umweltbewusster und klimaschonender zu gestalten“, sagt SC-Nachhaltigkeitsmanagerin Anna Beck. „Wir müssen nicht sofort perfekt sein, aber ein Umdenken und Ins-Handeln-Kommen ist dringend notwendig, damit unsere Welt auch für zukünftige Generationen lebenswert bleibt.“ Der Aktionstag ist dabei ein erster Schritt. Und er soll nicht der letzte gewesen sein: Von nun an möchte der Sport-Club in jeder Saison einen Aktionsspieltag mit wechselnden Schwerpunkten veranstalten: zu den Themen Umwelt, Soziales und Gesellschaft. In der Saison 2023/24 soll es thematisch um „Kinder- und Jugendschutz“ gehen.

// Autor: Christian Engel

die Anreise der Fans und Gastmannschaft entstanden sind. So kamen für das Biosphärengebiet (und ein eigenes Klimaprojekt des FC Schalke 04) mehr als 15.000 Euro zusammen. Dorinja Weizel, Abteilung Marketing und Nachhaltigkeit und Hauptverantwortliche für den Aktionsspieltag, sagt: „Wir wollten als Sport-Club mit dem Aktionsspieltag ein deutliches Zeichen für den Klimaschutz setzen – das ist uns gelungen.“ Auch SC-Fan Markus Ritschel war begeistert vom Aktionstag und seinen vielen Angeboten und Maßnahmen: „Das zeigt mal wieder, dass der Sport-Club über den Tellerrand schaut, Verantwortung auch abseits des Sports übernimmt“, sagt der 63-jährige Freiburger, der seit 30 Jahren Mitglied ist und eine Dauerkarte besitzt. „Gerade ein Fußballverein wie der SC kann mit seiner Strahlkraft viele Menschen erreichen und Akzente setzen, um auf Themen wie Klimaschutz oder Nachhaltigkeit aufmerksam zu machen.“

### UND WAS FOLGT AUF DEN AKTIONSSPIELTAG?

Wir sind uns bewusst, dass ein einziger Aktionsspieltag nicht ausreicht, um das Mobilitätsverhalten unserer Fans, Mitarbeitenden und Partner grundlegend und für alle Zeiten – also nachhaltig – zu verändern. Deutlich wurde



### SC FREIBURG ERHÄLT DEUTSCHEN FAHRRADPREIS 2023

Das Bundesministerium für Verkehr und Digitale (BMDV) und die Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW haben den SC Freiburg für seinen „außergewöhnlichen Einsatz für das Fahrrad“ als „Fahrradfreundlichste Persönlichkeit 2023“ ausgezeichnet.



Fotos: Deutscher Fahrradpreis / Stein (links oben) // Carsten Riedl (links unten) // Stein (rechts)

### STRATEGISCHE ZIELE

- Stärkung der Autofreiheit auf dem Arbeitsweg
- Förderung umweltfreundlicher Fanmobilität
- Ausbau der Barrierefreiheit am Arbeitsplatz und im Stadion
- Kenntnis und Konzeption der Mobilitätsbewegungen
- Sensibilisierung der Stadionbesuchenden für nachhaltige Mobilität

# IMPRESSUM

**HERAUSGEBER:**

Sport-Club Freiburg e.V.  
Achim-Stocker-Str. 1  
79108 Freiburg

E-Mail: [nachhaltigkeit@scfreiburg.com](mailto:nachhaltigkeit@scfreiburg.com)  
[scfreiburg.com/nachhaltigkeit](http://scfreiburg.com/nachhaltigkeit)

**REDAKTIONSLEITUNG:**

Anna Beck, Holger Rehm-Engel

**REDAKTION:**

Isabel Betz, Christian Engel, Prof. Dr. Matthias Fifka,  
Daniela Frahm, Uli Fuchs, David Hildebrandt,  
Dirk Rohde, Alexander Roth, Marco Schmittner (Videoproduktion),  
Dorinja Weizel (Videokonzept)

**HANDLUNGSFELDEXPERT/INNEN:**

Niklas Batsch, Anna Beck, Hanno Franke, Florian Hermann,  
Simon Karlin, Alexander Karthäuser, Tobias Rauber,  
Stefan Schonhard, Arne Stratmann, Johannes Winter

**REDAKTIONSSCHLUSS:**

Redaktionsschluss für diesen Bericht war der  
27. September 2023.

**GESTALTUNG:**

Melanie Martin (Layoutkonzept, Art Direction),  
Sebastian Lang (Grafische Leitung)

**DRUCK:**

Druckerei Furtwängler GmbH & Co. KG, Denzlingen



