



WIN WIN

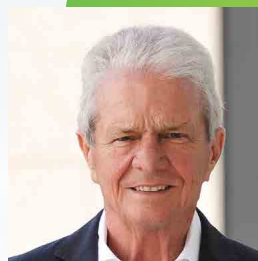
**NACHHALTIGKEITSBERICHT
DER TSG HOFFENHEIM
2022/23**

EDITORIAL



Innovation und Verantwortung prägen unsere Haltung. Sie sind die Grundlage für unseren sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg.

NEPERO Arena



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als ich mich im Juni 1989 entschloss, meinen Heimatverein TSG Hoffenheim zu unterstützen, lag der sportliche Tiefpunkt der Klubgeschichte erst wenige Stunden zurück: der Abstieg in die A-Klasse. Ich war bei jenem Relegationsspiel vor Ort – und bot den Verantwortlichen meine Hilfe an. Doch es ging mir nie darum, einfach eine Summe zu spenden, Geld zu geben ohne Plan. Ich offerierte ihnen Bälle, Trainingsanzüge, Ausrüstung, kleine Dinge der Infrastruktur. Ich wollte vornehmlich die Jugend unterstützen, etwas aufbauen. Wir hatten damals bei der TSG im Nachwuchs fast nur Spielgemeinschaften. Das wollte ich unbedingt ändern. Und zwar langfristig.

Zu jener Zeit ging kaum jemandem ein Wort über die Lippen, das heute in aller Munde ist: nachhaltig. Mit dem Wissen von heute wäre es aber genau dieses kleine, zugleich so schwergewichtige Wörtchen gewesen, das ich gewählt hätte, um den Weg zu beschreiben, den die TSG Hoffenheim gehen soll. Es ist die Prämisse, die das Wirken der Dietmar Hopp Stiftung prägt. Nachhaltig auf allen Ebenen und mit einem Nachhall aufgrund der Themen, die wir angehen und in der Art, wie wir sie angehen. Diese Mischung aus Sport, Bildung, Innovation und gesellschaftlicher Verantwortung haben wir als Weg gewählt, um unsere eigenen Akzente zu setzen, um als TSG Hoffenheim wahrgenommen zu werden.

Dieser ebenso einmalige wie nachhaltige Weg ist zu unserem Markenzeichen geworden. Er ist gekennzeichnet von einer Philosophie, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Dieser Weg ist bewährt, voller Entwicklungspotenziale, anerkannt weit über die Region hinaus, und – er ist erfolgreich.

Innovation und Verantwortung prägen unsere Haltung. Sie sind die Grundlage für unseren sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg. Die logische Konsequenz sind Strategien und Projekte, die wir in den vergangenen Jahren mit „TSG ist Bewegung“ über viele Ebenen kultiviert haben. Damit erfüllen wir nicht nur gesellschaftliche Erwartungen, sondern wir gestalten unsere Umwelt aktiv mit. Wir entwickeln neue Geschäftsmodelle mit einer gesellschaftlichen Perspektive. Wir übernehmen dabei auf vielen Feldern eine Vorreiterrolle. Und so führt zum Beispiel unser „Common Value Ansatz“ nicht nur in der Internationalisierung, sondern insbesondere auch in der Vermarktung zu einer kulturellen Prägung des professionellen Fußballs. Dabei ist sicherlich die gemeinsame Zero Waste Vision mit unserem Partner und dem Namensgeber unseres Stadions PreZero ein Paradebeispiel.

Damit denken wir Fußball neu und diesen Weg wollen wir konsequent weitergehen. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht gibt erstmals gebündelt Auskunft über unsere vielfältigen Aktivitäten.

Wir sind gemeinsam in Bewegung.

Wir. Die TSG.

Herzlichst

Dietmar Hopp
Gesellschafter der TSG Hoffenheim

ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht erfasst die TSG Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH mitsamt ihrer Tochtergesellschaften TSG 1899 Hoffenheim Akademie GmbH, Achtzehn99 Reha GmbH sowie als Teil des Konsolidierungskreises die TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Besitzgesellschaft mbH & Co. KG sowie die TSG ResearchLab gGmbH und die den professionellen Spielbetrieb betreffenden Felder des TSG 1899 Hoffenheim e.V.

Das Berichtsjahr ist die Saison 2022/23, die zugleich das Geschäftsjahr der TSG Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH abbildet. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der TSG Hoffenheim lehnt sich an die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) an.

In dieser ersten Ausgabe sind zum besseren Verständnis und zur Einordnung bewusst auch Herleitungen und frühere Aktivitäten abgebildet, die vor dem eigentlichen Berichtszeitraum liegen.

Der Bericht wird auf der Homepage www.tsg-hoffenheim.de veröffentlicht sowie in begrenzter Auflage gedruckt. Kontaktdaten für Fragen zu Nachhaltigkeit und über diesen Bericht sind im Impressum aufgeführt.

INHALT



6

Warm Up

Management-Ansatz	8
Meilensteine der TSG	10
„Fußball neu denken“: Interview mit Geschäftsführer Prof. Dr. Jan Mayer	12
Stakeholder	14
Sportliche Entwicklung im Überblick	15
Zahlen und Fakten	16
Standorte der TSG	17



18

Mitarbeitende und Teams

Unternehmenskultur	21
Zufriedenheit und Identifikation	22
Soziale und familiäre Aspekte	23
Gesundheitsförderung	23
Die TSG-Akademie	24
Ausbildungsphilosophie	24
Duale Laufbahn	26
Saison 2022/23 in Zahlen	27
Proof of Concept: Fallbeispiele	28

Jugend und Fans

Aus dem Dorf, mit den Menschen	32
Fanclubs	33
Fanbeirat	34
Fanhaus	34
Fanbetreuung	34
Fanprojekt	35
TSG Kinder- und Jugendwelt	36
Hoffi-Club	38
Youngsters	38
Fußballschule	39
AOK Campus	40
HOFFEXPRESS	41
Aus der Region, für die Region:	
TSG hilft e.V.	42



30



44

Ökologie

Ökologische Herausforderung	58
Ressourcenverbrauch der TSG	59
CO ₂ -Fußabdruck	60
Fan-Mobilität	63
Die TSG setzt ökologische Akzente	64
Herausforderung Rasen	65
Race to Zero	66
„Nicht mit Trippelschritten“:	
Interview mit Stefan Wagner	67
Vision: Zero Waste Arena	68

Innovationen

Innovation als Klub-DNA	46
SAP Interactive Data Space	48
People Analytics	49
Footbonaut	50
Wissenschaft:	
- ResearchLab	52
- Helix	53
- Wissenschaftskooperationen	54
- Highlight-Publikationen	54



56



72

Afrika

Afrika – seit 2012 im Fokus der TSG	74
Gee om	75
Sport für Entwicklung	76
umoja	76
Youth Ambassador	78
Klima-Ticket	79
Common Value Club Alliance	80
Kompensationsprojekte	81
Effiziente Kochstellen in Kenia	82

Ausblick

Auf dem Weg	84
Zielmatrix	86
GRI-Index	87
Impressum	88
	90

Hoffenheim ist ein Ort im Rhein-Neckar-Kreis, der seit 1972 zur Stadt Sinsheim gehört und rund 3.300 Einwohner*innen zählt. Gleichwohl hat sich sein Fußballverein, die TSG Hoffenheim, nach mehr als 15 Jahren in der Bundesliga etabliert. Ein Dorf im Spitzensport – in stetiger Konkurrenz mit Millionenstädten. Eine Herausforderung, die es bei der Unternehmensentwicklung der TSG zu berücksichtigen gilt.

Wie also kann es gelingen, als Dorf im Wettbewerb mit Metropolen zu bestehen?



WARM UP



MANAGEMENT-ANSATZ

Die Rolle des Sports

Sport hat die Kraft, Menschen weltweit zu bewegen, zu begeistern, zu vereinen. Eine Ausnahmestellung in der Gesellschaft, die kommerzielle Erlöse ermöglicht, aus der zugleich aber auch eine Verantwortung resultiert: für jene, die Sport treiben oder betreiben (Athlet*innen, Vereine, Verbände) und ihn konsumieren (Fans, Gesellschaft), ebenso wie für die natürlichen Ressourcen, derer sich der Sport bedient und von denen er abhängt (Natur) und die er in erheblichem Maße mit beeinträchtigt (Klima).

In diesem Spannungsfeld nimmt der Fußball als beliebteste Sportart in Deutschland eine besondere Rolle ein: Er erzeugt Emotionen, bindet Millionen Menschen auf emotionaler Ebene an ihre Lieblingsvereine und erzeugt vor allem auf kommerzieller Ebene einen erheblichen CO₂-Fußabdruck. Als Fußball-Bundesligist stellt sich die TSG Hoffenheim dieser Herausforderung seit vielen Jahren auf unterschiedlichen Ebenen.

Der Hoffenheimer Weg

Uns ist bewusst, dass die Professionalisierung der TSG Hoffenheim durch die Investition durch Dietmar Hopp überhaupt erst möglich wurde. Dies ist Privileg und Verantwortung zugleich. Verantwortung dafür, dass die TSG einen Beitrag für die Gesellschaft leistet und sich selbst nachhaltig

aufstellen muss. Sich als Dorfverein unabhängig von seinen ursprünglichen Privilegien auszurichten, ist eine Herausforderung, denn die TSG Hoffenheim hat als Dorfverein andere Ausgangsbedingungen als ihre Mitbewerber. Wer als Klub dennoch langfristig bestehen und erfolgreich sein will, muss andere Wege beschreiten als die Konkurrenten. Nur so lässt sich ein Wettbewerbsnachteil ausgleichen, der unter anderem in der niedrigeren Anzahl von möglichen Fans im ländlich geprägten Einzugsgebiet, der geringeren Verfügbarkeit von Sponsoren und Partnern in der Region oder auch infrastruktureller Unterschiede begründet liegt.

Dennoch ist es der TSG Hoffenheim außerordentlich erfolgreich gelungen, sich im nationalen Wettbewerb zu etablieren. Mehr noch: Der Klub schaffte sportlich – bei den Männern und Frauen – die Qualifikation für die UEFA Champions League. Zugleich gelang es dem Verein seit dem Aufstieg 2008 in einer für die Bundesliga einzigartigen Quantität, Spieler und Spielerinnen ebenso wie Trainer aus der klubeigenen Akademie so zu entwickeln, dass sie zunächst zur TSG und später gegen die Zahlung markanter Ablössummen zu nationalen und internationalen Topklubs wechselten. Namen wie Nationalspieler Niklas Süle, Christoph Baumgartner, Jule Brand oder Bundestrainer Julian Nagelsmann stehen stellvertretend für den Proof of Concept.

Die TSG-Geschäftsführer Alexander Rosen, Denni Strich und Prof. Dr. Jan Mayer (v. l.)



TSG ist Bewegung

Zentraler Ausgangspunkt für diese Strategie ist der bei der TSG Hoffenheim etablierte Markenkern aus Innovation und gesellschaftlicher Verantwortung. Ziel ist es, diese einzigartige Positionierung zu untermauern und mit erfolgreichen Geschäftsmodellen zu verbinden.

Dazu nutzt die TSG Hoffenheim eine andere Herangehensweise und alternative Methoden, getreu dem Motto „Wir denken Fußball neu“. Innovation und gesellschaftliche Verantwortung sind bei der TSG Hoffenheim Markenkern und prägen den Pioniergeist. Der Fokus liegt darauf, eine sich gegenseitig begünstigende Wechselwirkung von innovativer Ausrichtung und gesellschaftlicher Verantwortung auf der einen und dem funktionierenden Kerngeschäft Profifußball auf der anderen Seite zu schaffen. Handlungsgrundlage für die Umsetzung ist die im Jahr 2018 etablierte Zukunftsstrategie „TSG ist Bewegung“.

Das Bekenntnis zum Hochleistungssport gehört ebenso zur DNA des Klubs wie Innovationen und eine Verpflichtung zur gesellschaftlichen Verantwortung. Diese Haltung sowie unsere

vielfältigen Initiativen, Projekte und Engagements verknüpfen wir unter dem Leitmotiv „TSG ist Bewegung“ mit sämtlichen Wertschöpfungsebenen. Diese Zukunftsstrategie sorgt dafür, dass unsere Entwicklung und gesellschaftliche Mehrwerte eine Einheit bilden.

Darin wurden fünf Handlungsfelder definiert:

Innovationen: Wir haben uns zum Innovationsführer entwickelt, nutzen unser Know-how regional, national und international.

Mitarbeitende und Teams: Unsere Mitarbeiter*innen sind ein wichtiger Teil der TSG – vom Bundesliga-Profi bis zum Beschäftigten in der Geschäftsstelle.

Jugend und Fans: Das Bekenntnis zur Region sowie die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sind tief im Klub verwurzelt.

Ökologie: Als Akteur in der Fußball-Bundesliga ist die TSG Hoffenheim zugleich mittelständisches Unternehmen, Großveranstalter, Weltreisender und Vorbild.

Afrika: Die Wiege der Menschheit ist auch die Geburtsstunde der Internationalisierung der TSG Hoffenheim.

STRUKTUR UND GESELLSCHAFTEN



Bei den Anteilen der Gesellschafter handelt es sich um die Kapital-, nicht aber um die Stimmanteile. Die Stimmenmehrheit liegt wieder beim TSG 1899 Hoffenheim e.V.

Stand März 2024

MEILENSTEINE DER TSG

VERANTWORTUNG

2010

Investition in die Zukunft

Bau eines neuen Nachwuchsleistungszentrums mit eigenem Jugendinternat und Eröffnung des Kinderzentrums.

2014

Sonnige Aussichten

Die TSG baut die größte Photovoltaikanlage aller deutschen Bundesligisten auf dem Arena-Gelände.

2015

TSG engagiert sich in Namibia

Gründung des Nachhaltigkeitsprogramms TSG 1899 GEE OM – Future for the Youth in Namibia.

2001

Anpfiff ins Leben

In Zuzenhausen und Hoffenheim wird die Basis zur ganzheitlichen Förderung jugendlicher Sportler gelegt.

2004

Grundstein für neue Ziele

Im Sommer 2004 wird das neue Trainingszentrum in Hoffenheim fertiggestellt.

2008

Schulische Bildung und Leistungssport

Die TSG Hoffenheim und ein Verbund aus Sinsheimer Schulen werden als Eliteschulen des Fußballs ausgezeichnet.

2011

Umweltprogramm Green Goal

Die Rhein-Neckar-Arena wird mit dem Zertifikat ÖKOPROFIT Stadion 2011 ausgezeichnet.

2015

Ausgezeichnete Akademie

Die TSG-Akademie wird in der bundesweiten Zertifizierung der Fußball-Leistungszentren mit drei Sternen ausgezeichnet.

1990-1996

Die ersten Erfolge

Von der Kreisklasse in die Verbandsliga.

1989

Der Startschuss
Dietmar Hopp steigt ein.

2003

Pokalsensation

Die TSG besiegt Bayer 04 Leverkusen im Achtelfinale des DFB-Pokals.

2008

Furiose Hinrunde

Die TSG sichert sich als Bundesliga-Aufsteiger die Herbstmeisterschaft.

2010

Junge Pokalhelden

Die U19 gewinnt den DFB-Junioren-Vereinspokal.

2013

Erstklassige Frauen

Die Frauenmannschaft schafft den Aufstieg in die Bundesliga.

2014

Größter Juniorenerfolg

Die U19 wird Deutscher Meister.

SPORT

1999

Ein Geschenk

Das Dietmar-Hopp-Stadion in Hoffenheim wird eröffnet.

1999-2001

Durchmarsch Teil 1

Die TSG schafft innerhalb von zwei Jahren den Aufstieg von der Verbandsliga in die Regionalliga.

2007-2008

Durchmarsch Teil 2

In zwei Jahren erreicht die TSG den Aufstieg von der Regionalliga in die Bundesliga.

2008

Erfolgreiche Junioren

Die U17 wird Deutscher Meister.

2009

Das neue Stadion

Die Rhein-Neckar-Arena wird eröffnet.

2013

Erfolgreiche Relegation

Die TSG muss in die Relegation und setzt sich gegen den 1. FC Kaiserslautern durch.

INNOVATION

2015

Revolutionäres Training

Start der 180° Helix. Eine Trainingsmethode zur Entwicklung und Stärkung der kognitiven Fähigkeiten.

2009

Neues Trainingszentrum

In Zuzenhausen entsteht das neue Zuhause der Profis und die Geschäftsstelle der TSG Hoffenheim.

2013

Neuer Hauptsponsor

Die SAP AG wird neuer Hauptsponsor und weitet damit die langjährige, offizielle Technologiepartnerschaft aus.

2014

TSG-Innovation

Die TSG Hoffenheim präsentiert den Footbonauten.

2013

Gaming Apps

Speziell entwickelte Spiele und Apps helfen bei der Entwicklung und Stärkung der mentalen Fähigkeiten der Profis.

2018**TSG ist Bewegung**

Die TSG stellt nachhaltige Zukunftsstrategie unter dem Leitmotiv „TSG ist Bewegung“ vor.

2019**Gründung von umoja**

Gründung der Lifestyle-Marke unter dem Motto UNITY IN MOTION - Gemeinsam in Bewegung in Uganda.

2020**Unser Weg heißt Mehrweg**

TSG stellt im Januar das Trinkbecher-System im Stadion auf Mehrweg-Nutzung um.

2020**Race to Zero**

Bekenntnis auf der internationalen Klimakonferenz COP27 im November zum Ziel der Vereinten Nationen, den CO₂-Ausstoß zu senken.

**2018****Eröffnung der Akademie-Arena**

Die neue Heimat der U14 bis U16

2019**PreZero Arena**

PreZero und die TSG gehen neue Wege beim Umweltschutz. Printprodukte, die aus echtem TSG-Rasen hergestellt werden, sollen nur der Anfang sein.

2019**Aufforstungsprojekt in Uganda**

Die TSG und PreZero fördern Projekte wie das Klima-Ticket, um Bäume in Uganda zu pflanzen: Neues Denken für ein #SauberesSpiel.

2020**TSG hilft**

Kurz nach Beginn der Corona-Pandemie gründet die TSG im April einen Verein, der durch die Pandemie in Not geratene Vereine unterstützt.

2023**Zero Waste Zertifizierung**

Die PreZero Arena wird im April als erstes Stadion von TÜV SÜD für sein Abfall- und Wertstoffmanagement zertifiziert.

**2016****Der jüngste Bundesligatrainer**

Julian Nagelsmann wird Cheftrainer.

2017**Hoffe international**

Die TSG qualifiziert sich erstmals in der Klubgeschichte für einen europäischen Wettbewerb.

2018**Königsklasse**

Am 19. September 2018 bestreitet die TSG das erste Champions-League-Gruppenspiel der Vereinsgeschichte.

2019**Real Schachmatt**

Die U19 besiegt Real Madrid und erreicht das Finalturnier der UEFA Youth League.

2019**Historischer Sieg**

Die TSG gewinnt erstmals in ihrer Bundesligageschichte beim FC Bayern München.

2020**LeTSGo**

Andrej Kramarić schießt die TSG mit vier Toren bei Borussia Dortmund in die Europa League.

2021**Frauen international**

Die TSG-Frauen erreichen die UEFA Women's Champions League.

2023**Max Moerstedt holt Titel**

Bei der U17-EM im Juni 2023 gewinnt TSG-Spieler Max Moerstedt mit der DFB-Auswahl Gold. Wenige Monate später wird er mit dem Team Weltmeister.

2017**Trainingsanalyse 2.0**

Die TSG trainiert erstmals mit einer Videowall.

2019**SAP Tactics Board**

Komplexe Inhalte werden visualisiert, um die Digitalisierung des Sports voranzutreiben.

2020**SAP verlängert**

TSG und SAP verlängern ihre Technologiepartnerschaft bis 2025.

**2018****Für ein neues Stadionerlebnis**

Die TSG realisiert gemeinsam mit dem Bamberger Technologieunternehmen Favendo die bisher größte Beacon-Installation im deutschen Sport.

2019**Innovatives Technologiekonzept**

Herzstück dieses Konzepts ist der neue Interactive Data Space.

2019**Neuer Meilenstein**

Das TSG Research Lab nimmt seine Arbeit auf.

2019**Arena erhält neue Banden-Technologie**

Ein größeres, innovatives LED-Banden-System von 1,20 Meter Höhe mit 4K-Technologie.

2020**Eröffnung der Helix Arena**

Das TSG ResearchLab setzt neue Maßstäbe in der Trainingsmethodik.

2021**Common Value Club Alliance**

„Drei Kontinente. Drei Klubs. Eine Mission.“



FUSSBALL NEU DENKEN



Prof. Dr. Jan Mayer
Geschäftsführer
für Innovation,
Wissenschaft und
Unternehmens-
entwicklung

Prof. Dr. Jan Mayer, 51, arbeitet seit mehr als 15 Jahren für die TSG. Der promovierte Sportpsychologe verantwortet bei der TSG als Geschäftsführer die Felder Innovation, Wissenschaft und Unternehmensentwicklung. Dazu gehört auch eine passgenaue Nachhaltigkeitsstrategie, die der renommierte Dozent und Autor im Interview erläutert.

Prof. Dr. Jan Mayer, Sie sind vor der Saison 2021/22 in die Geschäftsführung aufgerückt. Was motiviert Sie in dieser Rolle?

Fußball ist im Grunde ein sehr einfaches Spiel. Es hat aber eine überragende Bedeutung in unserer Gesellschaft bekommen. Daher ist es wichtig, was wir über das Spiel hinaus tun. Wie gehen wir mit Menschen um, wie fördern wir Potenziale, wie sehen wir uns als Organisation in unserem regionalen Umfeld mit sozialer Rolle, als Identifikationsanker und auch mit Blick auf die gewaltigen Herausforderungen unserer Zeit. Darauf Antworten zu finden und damit erfolgreich zu sein, ist mein Antrieb, den ich mit vielen Menschen innerhalb der TSG teile.

Also ist das auch Teil der Unternehmenskultur?

Es ist sogar zentral. Wir sprechen von einer ‚Kultur der Exzellenz‘, aber eben nicht auf Basis von Druck und strenger hierarchischer Strukturen, sondern auf Basis von Respekt, Fairness und Freundschaft im Sinne gegenseitigen Wohlwollens. Dies soll es jedem Mitarbeiter und jeder Mitarbeiterin ermöglichen, sich im Rahmen der eigenen Kompetenzgebiete bestmöglich zu entfalten.

Wie sehen Sie die Rolle, die Herausforderungen und die Chancen eines Klubs wie der TSG Hoffenheim?

Wir sind ein Dorfverein in eher ländlichem Raum. Wenn ganz Hoffenheim zu uns in die PreZero Arena kommt, ist gerade mal ein Block gefüllt. Wenn zehn Prozent der Stuttgarter zu einem Heimspiel gehen, ist das Stadion voll. Zu glauben, dass wir Erfolg haben, wenn wir die gleichen Rädchen drehen wie die anderen, ist hoffnungslos. Wir müssen also ‚Fußball neu denken‘. Das beginnt bei der Talententwicklung, geht über Vermarktungsansätze bis hin zu unseren Aktivitäten in Afrika oder in der ‚Common Value Club Alliance‘.

Wie würden Sie den Ansatz beschreiben, den die TSG gewählt hat?

Dieses ‚Fußball neu denken‘ ist keine Floskel. Wir wollen auf Basis individueller, menschlicher und innovativer Strategien eine optimale Potenzialentfaltung ermöglichen. Diese Achtsamkeit mit Blick auf den Menschen im Inneren unserer Organisation – also letztlich mit unseren eigenen Ressourcen

– führt im Außen automatisch ebenfalls zu einem achtsamen Umgang mit unseren Ressourcen, also zu gesellschaftlicher Verantwortung. Dies als Teil unserer Geschäftsmodelle anzusehen, sichert auch unsere eigene Zukunftsfähigkeit.

Können Sie konkrete Beispiele nennen?

Wir wissen von unseren Spielerinnen und Spielern aufgrund regelmäßiger Tests genau, was sie antreibt, was sie hemmt, wie es ihnen geht – körperlich und mental. Aufgrund jahrelanger Sammlung und Analysen dieser Daten können wir gezielt mit ihnen arbeiten. So liegt die Quote derer, die den Sprung aus der TSG-Akademie in den bezahlten Fußball geschafft haben, bei rund 23 Prozent – im Verhältnis zu ansonsten zwei bis dreieinhalb Prozent im Liga-Durchschnitt. Dieses äußerst erfolgreiche Zusammenspiel von Innovation und Verantwortung auf alle Handlungsfelder zu übertragen, ist der Grundgedanke von ‚TSG ist Bewegung‘. Dies führt dann zum Beispiel, gemeinsam mit unserem Partner PreZero, zum ersten Zero Waste zertifizierten Stadion Deutschlands.

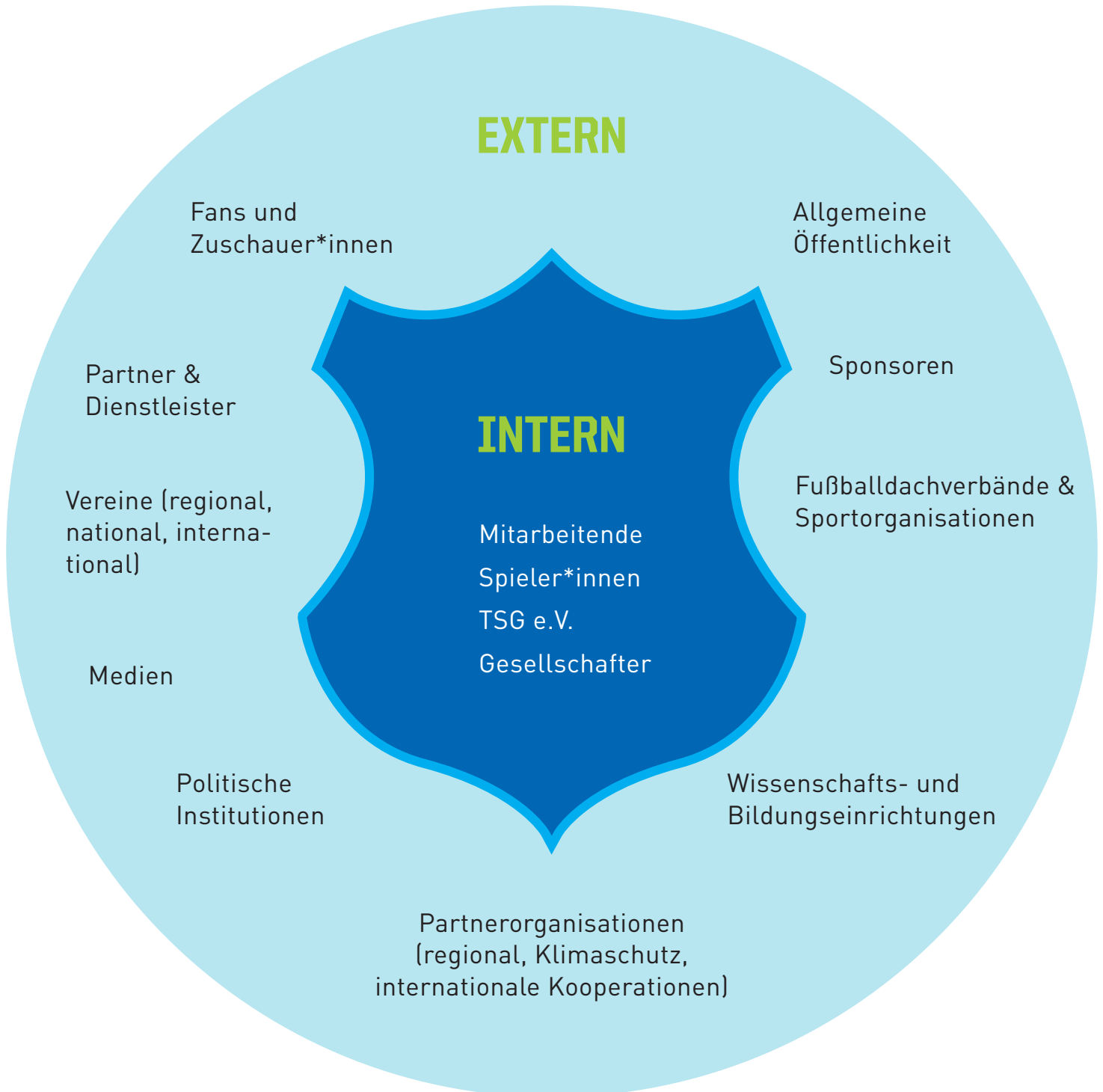
Dies ist Teil des Common-Value-Ansatzes?

Genau. Er besagt, dass wir gesellschaftliche Aspekte auch in unsere Vermarktung integrieren und so eine zusätzliche Qualität und Relevanz einbringen mit einem gemeinsamen Nutzen für die Gesellschaft, unsere Partner und auch für uns. Dasselbe Prinzip verfolgen wir bei unserer ‚Common Value Club Alliance‘ mit mehreren Vereinen auf mehreren Kontinenten, über die wir auch gesellschaftliche Aspekte gemeinsam entwickeln wollen.

Wo sehen Sie die TSG in fünf Jahren?

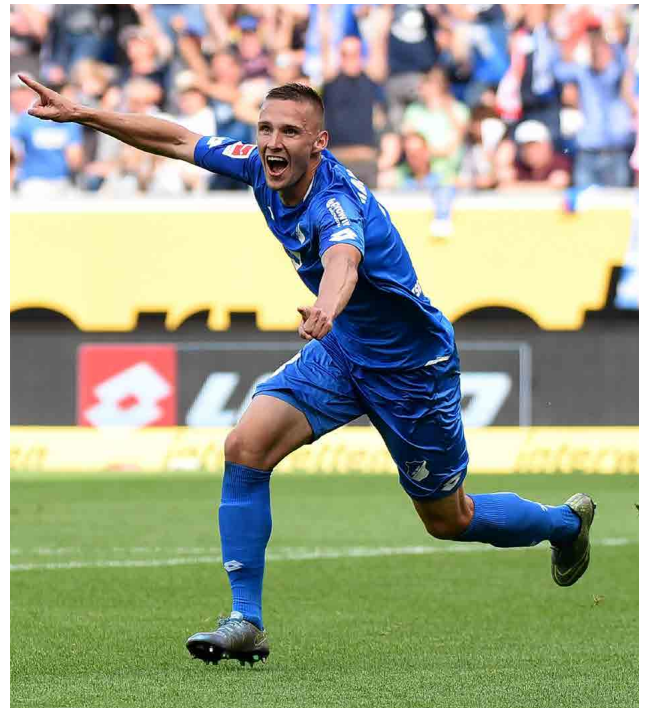
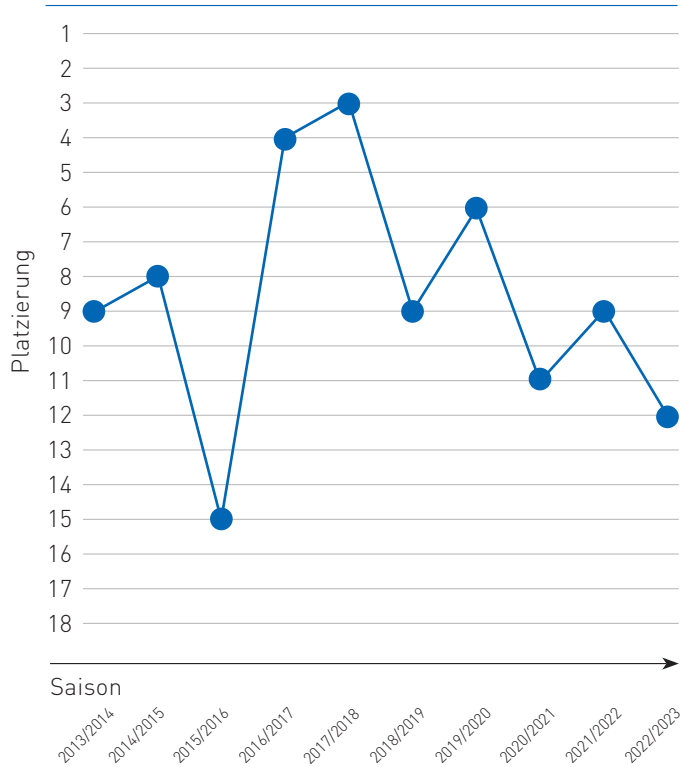
Unsere Zukunftsstrategie ‚TSG ist Bewegung‘ sagt es bereits – für uns wird es niemals um einen Status quo gehen, sondern immer um neue Ansätze und Chancen. Es heißt aber auch, dass wir uns an einem Idealbild eines innovativen, nachhaltigen Fußballklubs orientieren. Das beginnt beim Umgang miteinander und endet bei unserem ökologischen und sozialen Fußabdruck sowie – was dann noch wichtiger ist – einem maximalen Handabdruck, einer möglichst positiven Wirkung in die Gesellschaft hinein als Grundlage unseres sportlichen und wirtschaftlichen Erfolgs.

UNSERE STAKEHOLDER



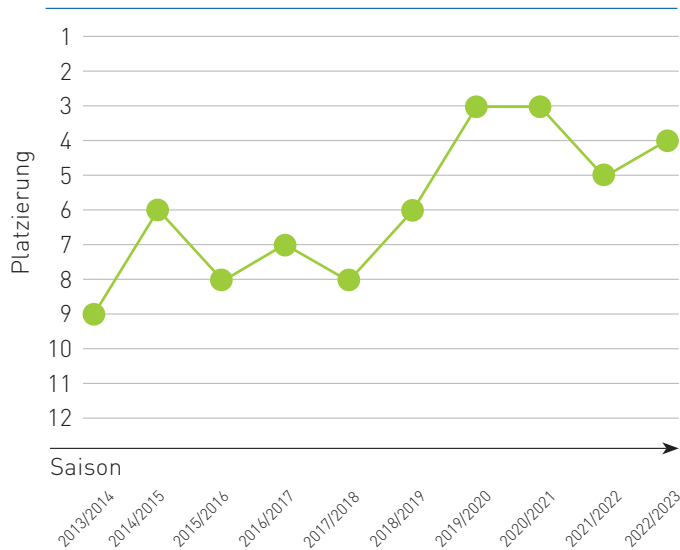
DIE SPORTLICHE ENTWICKLUNG

PLATZIERUNGEN MÄNNER

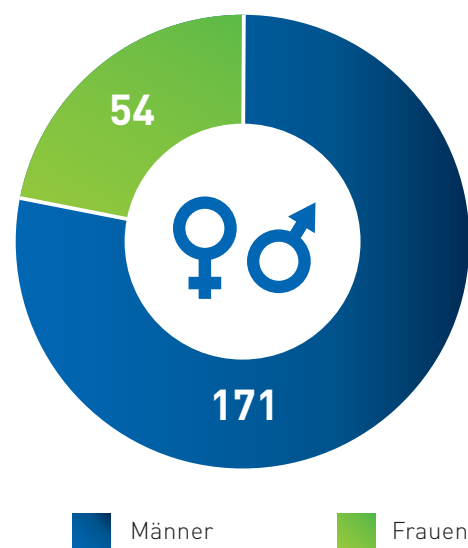


Großer Moment: Pavel Kaderabek sichert mit seinem Tor zum 3:1 gegen Borussia Dortmund die Qualifikation der TSG für die UEFA Champions League.

PLATZIERUNGEN FRAUEN



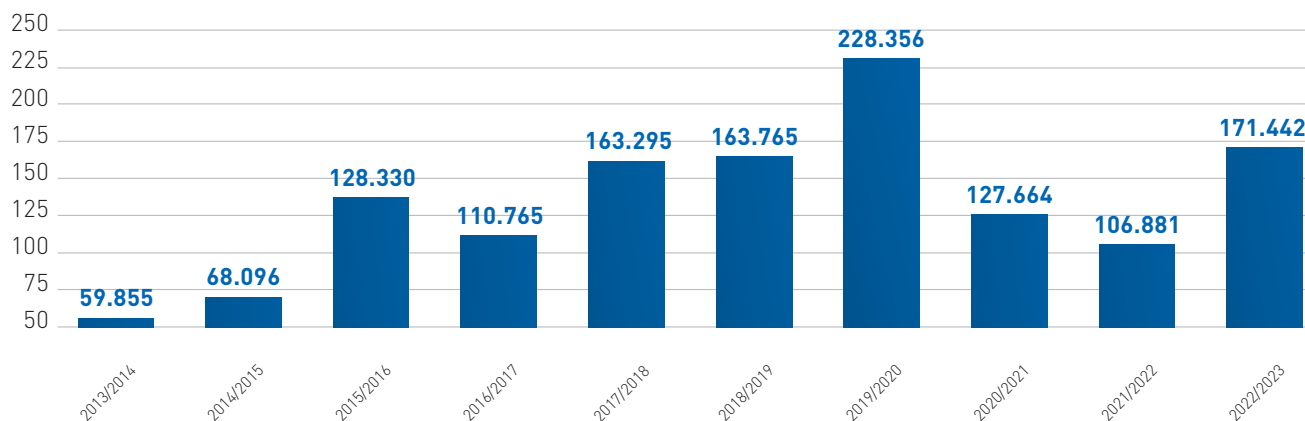
SPIELER*INNEN 2022/2023



76% der Spieler*innen spielen in Männermannschaften.
24% der Spieler*innen spielen in Frauenmannschaften.

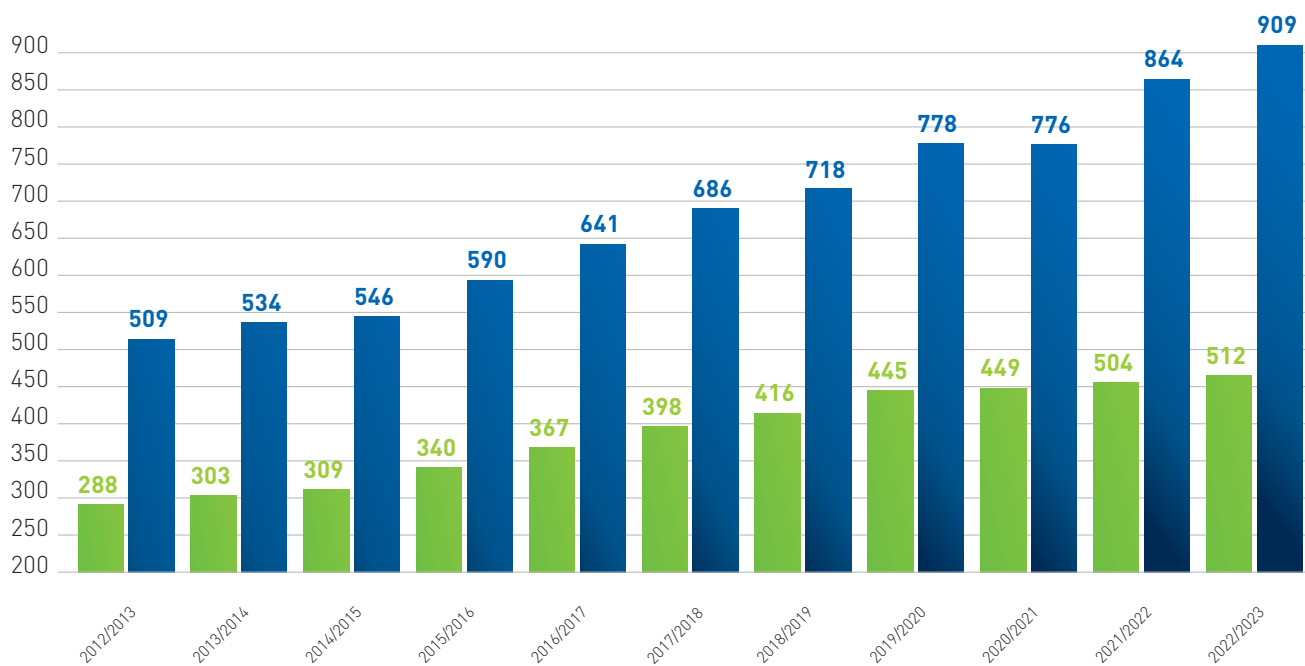
UMSATZENTWICKLUNG

Umsätze in TEuro



ENTWICKLUNG MITARBEITENDE

Anzahl Mitarbeitende (alle Liegenschaften einbezogen)



- Anzahl Mitarbeitende Köpfe
- Anzahl Mitarbeitende Vollzeitäquivalent

STANDORTE DER TSG

Zuzenhausen

Trainings- und
Geschäftsstellenzentrum
Männer-Bundesliga und U23
Horrenberger Straße 58
74939 Zuzenhausen

Akademie-Arena
U14|U15|U16
Häuselgrundweg 21
74939 Zuzenhausen

Grundlagenzentrum
KPT|U12|U13
Im Städtl 13
74939 Zuzenhausen

Hoffenheim

Leistungszentrum
U17 und U19
Sinsheimer Straße 36
74889 Hoffenheim

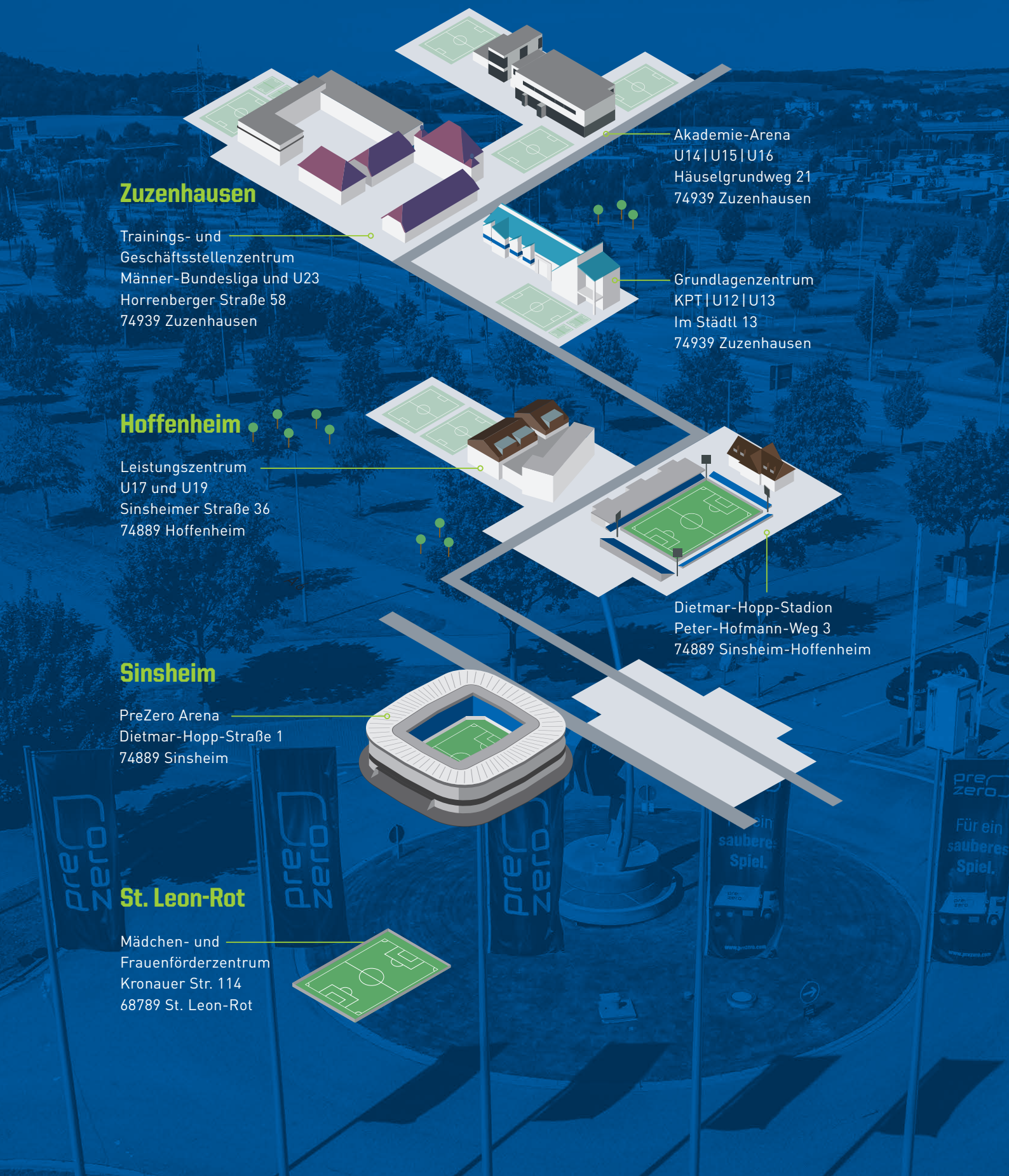
Dietmar-Hopp-Stadion
Peter-Hofmann-Weg 3
74889 Sinsheim-Hoffenheim

Sinsheim

PreZero Arena
Dietmar-Hopp-Straße 1
74889 Sinsheim

St. Leon-Rot

Mädchen- und
Frauenförderzentrum
Kronauer Str. 114
68789 St. Leon-Rot



MITARBEITENDE UND TEAMS



HALTUNG ZEIGEN



A person is seen from behind, wearing a dark blue soccer jersey. The jersey has 'JOMM' printed in white across the shoulders and a 'SAP' logo on the back. They are standing in a kitchen, with a white plate of food and a white bowl visible on the counter in the foreground. The background is slightly blurred, showing a kitchen setting.

Das Herz der TSG, das sind all jene Menschen, die unseren Klub mit Leben füllen: Von den Beschäftigten in der Geschäftsstelle bis zu den Bundesliga-Profis.

Unser Anliegen ist es, sie in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Mit dem Ziel, eine Kultur der Professionalität, des Anstands und der Unterstützung zu schaffen, die zugleich Innovationen und Exzellenz befördert. Ein akzeptiertes Umfeld, das das Fußball-Geschäft modern, nachhaltig und zukunftsfähig interpretiert und mit einem Standpunkt, hinter dem man sich versammeln möchte.

So entstehen neue Gedanken und Ideen, entwickeln sich Prozesse, Projekte und Potenziale. Diese Haltung ist zugleich die Basis für eine glaubhafte, nachhaltig erfolgreiche Gestaltung des Kerngeschäfts – nach innen und nach außen.

ERSTKLASSIG AUCH NEBEN DEM PLATZ

Die TSG Hoffenheim – das sind neben den Sportlerinnen und Sportlern die Mitarbeitenden, ohne die die sportlichen Erfolge des Klubs und das gesellschaftliche Engagement nicht möglich wären. Die TSG bietet ihren Beschäftigten gezielt Fortbildungsmöglichkeiten und Entwicklungschancen. Indem ein leistungsförderndes Umfeld geschaffen wird, das von einer fairen und wertschätzenden Arbeitsatmosphäre geprägt ist, übernimmt der Klub als Arbeitgeber Verantwortung.



Die TSG als Arbeitgeber verpflichtet sich, die Talente der Mitarbeitenden zu entwickeln.





Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur versteht sich als „Kultur der Exzellenz“. Jede*r in der TSG soll sich in Anlehnung an den „olympischen Werten“ Exzellenz, Respekt und Freundschaft orientieren sowie unter der Prämisse „Vom Ich zum Wir“ den Kolleg*innen eine gegenseitige Unterstützung zusichern. Die TSG als Arbeitgeber verpflichtet sich, die Talente der Mitarbeiter*innen zu entwickeln, die wie die Sportler*innen ihre Performance an einem individuellen Maßstab – der persönlichen bestmöglichen Potenzialentfaltung – ausrichten. Neben den TSG-Aufgaben ist damit auch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, speziell für die Menschen in der Region, eng verknüpft.

In einer offenen Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien werden ein familienfreundliches Arbeitsumfeld und die Möglichkeit, die eigenen Talente zu entwickeln, geboten sowie umfangreiche Benefits offeriert. Um die neuen TSG-Mitarbeiter*innen von Beginn an zu fördern, zu unterstützen und zusammenzubringen, findet neben einem effizienten Onboarding in regelmäßigen Abständen die Veranstaltung „TSG Mitarbeiter Kick-off“ statt – eine Veranstaltung, die neuen Mitarbeiter*innen u.a. die Themen Chancen, Herausforderungen, Kultur, Key Facts der TSG-Organisationen näherbringt. Außerdem dient der Kick-off zur Vernetzung der Mitarbeiter*innen untereinander. Geschäftsführer Prof. Dr. Jan Mayer stellt ihnen dabei die Unternehmenskultur und Werte der TSG vor.





Zusammenhalt und Identifikation

Die TSG pflegt intern eine gute Atmosphäre und einen guten Team-Zusammenhalt. Das Angebot „Mitarbeiter im Dialog“ richtet sich an alle Personen aus der Spielbetriebs GmbH, dem e.V. und allen Tochtergesellschaften. Aktuelle Informationen des gesamten Klubs, aktuelle Tätigkeitsziele aus den Abteilungen werden bei der Veranstaltung vorgestellt. Zudem können der Geschäftsführung Fragen gestellt und im Anschluss zusammen mit der Geschäftsführung diskutiert werden. Allgemein besitzt eine transparente, interne Kommunikation eine hohe Wertigkeit in der TSG. Dafür wurden ein Intranet („Bolzplatz“) und ein wöchentliches Jour fixe der Führungskräfte sowie abteilungsinterne und -übergreifende Jour fixes geschaffen. Sie dienen einer vertikalen und horizontalen Vernetzung aller Mitarbeitenden.

Dieses Ziel wird auch durch folgende Angebote unterstützt:

- regelmäßige Firmenevents wie sommerliches Familienfest, die traditionelle Winterfeier und die Saisonabschlussfeier
- Festangestellte erhalten je zwei Dauerkarten für alle Heimspiele

der Männer-Bundesliga sowie Tickets für die Spiele der Jugend und der Frauen: Das Kerngeschäft Profifußball live mitzerleben, steigert die Identifikation mit dem Verein.

- gemeinsame Busfahrten zu besonderen Auswärtsspielen des TSG-Bundesligateams (Männer)

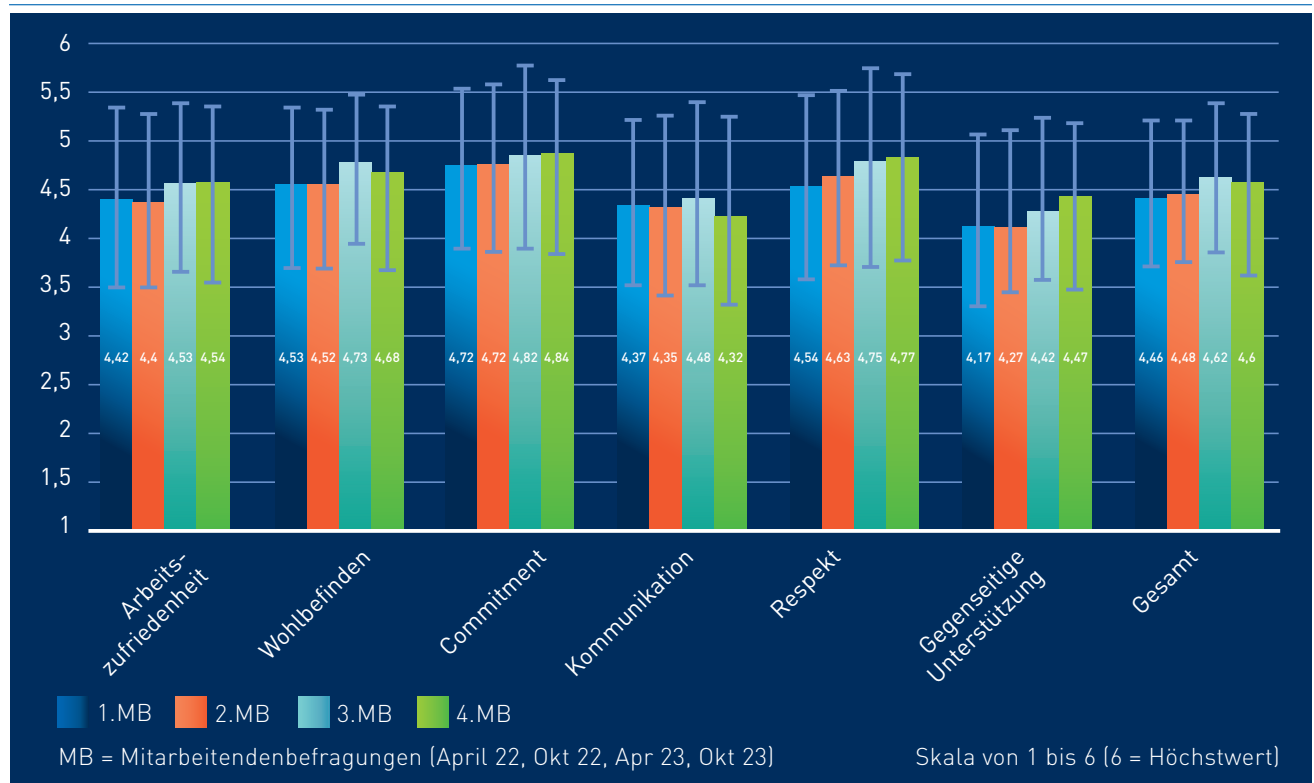
Zufriedenheit und Talententwicklung

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter*innen ist ein zentrales Anliegen der TSG. Sie wirkt sich positiv auf die Leistungser-

bringung sowie das Wohlbefinden und die Bindung der Mitarbeiter*innen aus. Zweimal jährlich wird in einer anonymen und freiwilligen Umfrage nicht nur das aktuelle Stimmungsbild der fest angestellten Mitarbeiter*innen ermittelt, sondern auch nach den Potenzialen zur persönlichen Weiterentwicklung gefragt. Regelmäßig erfolgen durch die Personalverantwortlichen Feedback- und Entwicklungsgespräche. Fort- und Weiterbildungen werden ermöglicht. Selbstverständlich bietet die TSG auch Ausbildungsplätze. Einmal im Jahr erhalten zudem Schüler*innen am „Boys & Girls Day“ einen Einblick in die Tätigkeiten der TSG.



ERGEBNISSE DER ZUFRIEDENHEITSUMFRAGE



Soziale und familienfreundliche Aspekte

Ein wichtiges Anliegen der TSG ist es, ihren Mitarbeiter*innen eine gute Vereinbarkeit des Berufs mit ihren persönlichen Lebensverhältnissen zu ermöglichen.

- Die TSG fördert Teilzeitarbeit und Elternurlaub. Auf individuelle Bedürfnisse wird Rücksicht genommen.

- Mobiles Arbeiten wird je nach Aufgabenprofil ermöglicht.
- Beschäftigung von Schwerbehinderten innerhalb der gesamten TSG wird gefördert.
- Organisationsübergreifend keine Kurzarbeit oder Gehaltseinbußen während der Corona-Pandemie.
- Die TSG bietet einen Zuschuss für vermögenswirksame Leistungen und Bonusregelungen an sowie attraktive Zusatzleistungen innerhalb des Gehaltsmodells.



Gesundheitsförderung

Die TSG unterbreitet ihren Mitarbeiter*innen im Rahmen eines gezielten Gesundheitsmanagements ständige Angebote:

- wöchentlicher Betriebskick
- zweimal wöchentlich Gymnastik-Kursangebote sowie Yoga-Angebote
- Leistungsdiagnostik (Ausdauer, Körperfett-Analyse, Augenscreening, Beratung)
- Nutzung des TSG-Rehazentrums, des Kraftraums und des 2023 eröffneten Padel Tennis Courts
- Dienstrad-Leasing
- gesunde Ernährung in der gemeinsamen Kantine
- regelmäßige Beratung durch den Betriebsarzt inklusive arbeits-schutzrechtlicher Untersuchungen
- Teilnahme für Führungskräfte an MHFA Ersthelfer-Kursen (Mental Health First Aid Programm – Psychische Ersthelfer)
- betriebliche Ersthelfer-Kurse
- regelmäßige Betriebsbegehung durch den Arbeitsschutzbeauftragten

DIE AKADEMIE

Seit 2006 ist die Akademie der TSG als zertifiziertes Leistungszentrum anerkannt. Seitdem wurden nicht nur sportliche Erfolge wie der Gewinn Deutscher Meisterschaften bei den A- und B-Junioren erzielt, sondern es schafften auch fast 100 Jugendliche den Sprung vom Jugend- in den Profifußball. Allen Akademie-Absolventen kam die ganzheitliche und nachhaltig geprägte Ausbildungsphilosophie der TSG zugute.

Ausbildungsphilosophie

Eine umfassende, ganzheitliche und individuelle Ausbildung ist ein bedeutender Leitsatz der TSG-Akademie, in der neben dem Sportlichen auch großer Wert auf die schulische Ausbildung gelegt wird. Ein weiterer wichtiger Baustein der Philosophie ist die Entwicklung der sozialen Kompetenz im Rahmen einer generellen positiven Persönlichkeitsentwicklung. Um Ziele zu erreichen, besteht seit Gründung der Akademie eine enge Partnerschaft und Zusammenarbeit mit dem Jugendförderverein „Anpfiff ins Leben“, dessen Mitarbeiter*innen darauf achten, dass alle Jugendspieler neben dem Leistungssport auch ihr persönliches schulisches Potenzial ausschöpfen und einen guten Bildungsabschluss erzielen können.

Diese duale Ausbildung zielt darauf ab, eine „Hoffenheim-Mentalität“ zu entwickeln, die die Spieler a) zu sportlichen Höchstleistungen führt und b) sie gleichzeitig dazu erzieht,

frühzeitig Fähigkeiten wie Selbstmanagement und soziale Kompetenz zu beherrschen. Wer die Ausbildung in der TSG-Akademie absolviert hat, soll bei Beibehaltung und Stärkung seiner persönlichen Charaktereigenschaften eine hohe Teamfähigkeit und Durchsetzungsvermögen erlernt haben, die er innerhalb des Sports und des „normalen Lebens“ einsetzen kann. Die sportliche Entwicklung vom Grundlagen- bis in den Leistungsbereich als Vorstufe zum Hochleistungstraining ist stets von einer Ausbildungsorientierung und nicht von einer Ergebnisorientierung gekennzeichnet. Trainer*innen wirken als Pädagog*innen.

Auch für herausragende Talente, die aus dem gesamten Bundesgebiet und dem Ausland zur TSG kommen, wendet die Akademie ihre Ausbildungsphilosophie mit der Vermittlung hoher Sozial- und Fachkompetenz an.

TSG-AKADEMIE: AUF EINEN BLICK

Erfolge:



2019

Final Four
UEFA Youth League

2014

Deutscher
A-Jugend-Meister

2010

DFB-Junioren-
Pokalsieger

2008

Deutscher
B-Jugend-Meister

Teams:



9

Teams in der Akademie:

U23

U14

U19

U13

U17

U12

U16

KPT (Kinderperspektivteam)

U15

„Maxi ist aktuell einer der Shooting-Stars des deutschen Fußballs. (...) Er ist bei der TSG vom Akademiespieler zum Profi gereift und somit ein weiteres Paradebeispiel für den Hoffenheimer Weg.“

Geschäftsführer Alexander Rosen anlässlich der Vertragsverlängerung von TSG-Profi Maximilian Beier



Zentren der TSG-Akademie

- Grundlagenzentrum (Kinderperspektivteam (KPT), U12 und U13)
Grundlagenbereich in Zuzenhausen
- Akademie-Arena (U14, U15 und U16): Aufbaubereich in Zuzenhausen
- Leistungszentrum (U17 und U19): Leistungsbereich in Hoffenheim
- Höchstwertung von drei Sternen für die TSG-Akademie bei der Zertifizierung von Nachwuchsleistungszentren durch den DFB und die DFL
- Professionelle Unterstützung der Akademie-Spieler durch das „Anpfiff ins Leben“-Team beim Erreichen des bestmöglichen Schulabschlusses

TSG 
AKADEMIE

Zuzenhausen

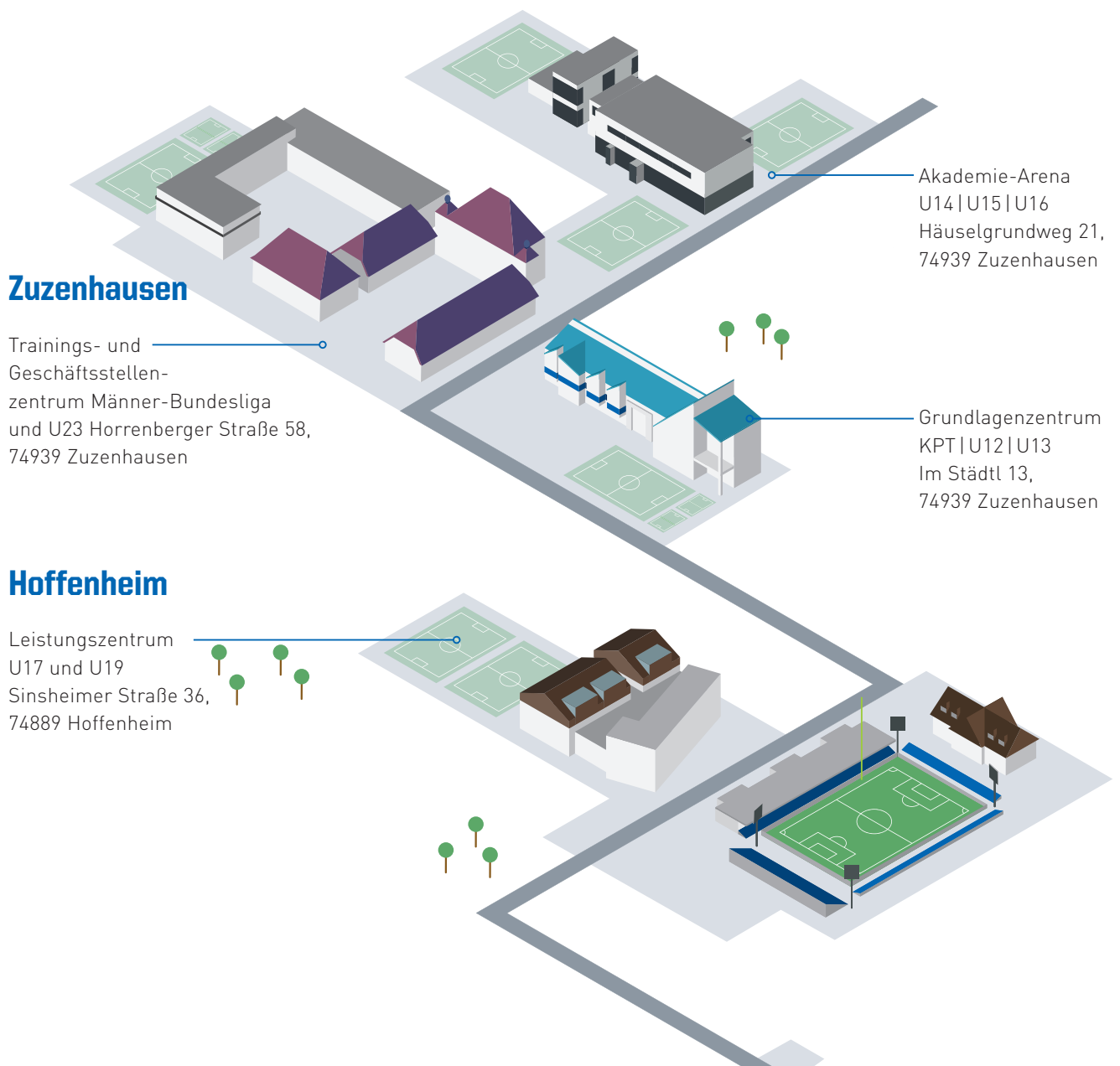
Trainings- und Geschäftsstellenzentrum Männer-Bundesliga und U23 Horrenberger Straße 58, 74939 Zuzenhausen

Akademie-Arena
U14 | U15 | U16
Häuselgrundweg 21,
74939 Zuzenhausen

Grundlagenzentrum
KPT | U12 | U13
Im Städtl 13,
74939 Zuzenhausen

Hoffenheim

Leistungszentrum
U17 und U19
Sinsheimer Straße 36,
74889 Hoffenheim



Duale Laufbahn

Im Doppelpass von intensivem Training und anspruchsvoller schulischer Ausbildung bilden die TSG, „Anpfiff ins Leben“ und sechs Schulen einen hochleistungsfähigen Verbund, der die vom DFB vergebene Zertifizierung „Eliteschule des Fußballs“ tragen darf. Diese ist eine wichtige Säule, um den Akademie-Spielern bei der Doppelbelastung von Schule und Leistungssport umfangreiche Hilfen zukommen zu lassen, um die hohen schulischen Anforderungen, Trainingsaufwand, längere Lehrgänge und Wettkampfreisen zu meistern. Die Schulen reagieren flexibel bei der Gestaltung von Stundenplänen und den Prüfungsterminen. Die Akademie unterstützt die leistungsambitionierten Talente in Kooperation mit „Anpfiff ins Leben“ beispielsweise mit Hausaufgabenbetreuung und intensiver Nachhilfe und stellt bei längeren Wettkampfreisen auch Lehrkräfte als Begleitung zur Verfügung.

Diese duale Laufbahn, wie sie dank der „Eliteschule des Fußballs“ optimal umgesetzt werden kann, soll die Gesamtentwicklung der Akademie-Junioren positiv beeinflussen. Die klug abgestimmte Verknüpfung von Schule und TSG gibt Denkanstöße, Motivation und fördert die Eigenverantwortung.

Die Idee der TSG-Grundwerte sieht zudem vor, dass sich die Jugendlichen in der Akademie auch bei sozialen Projekten engagieren, da diese den Horizont erweitern und wichtige Erfahrungen vermitteln können.

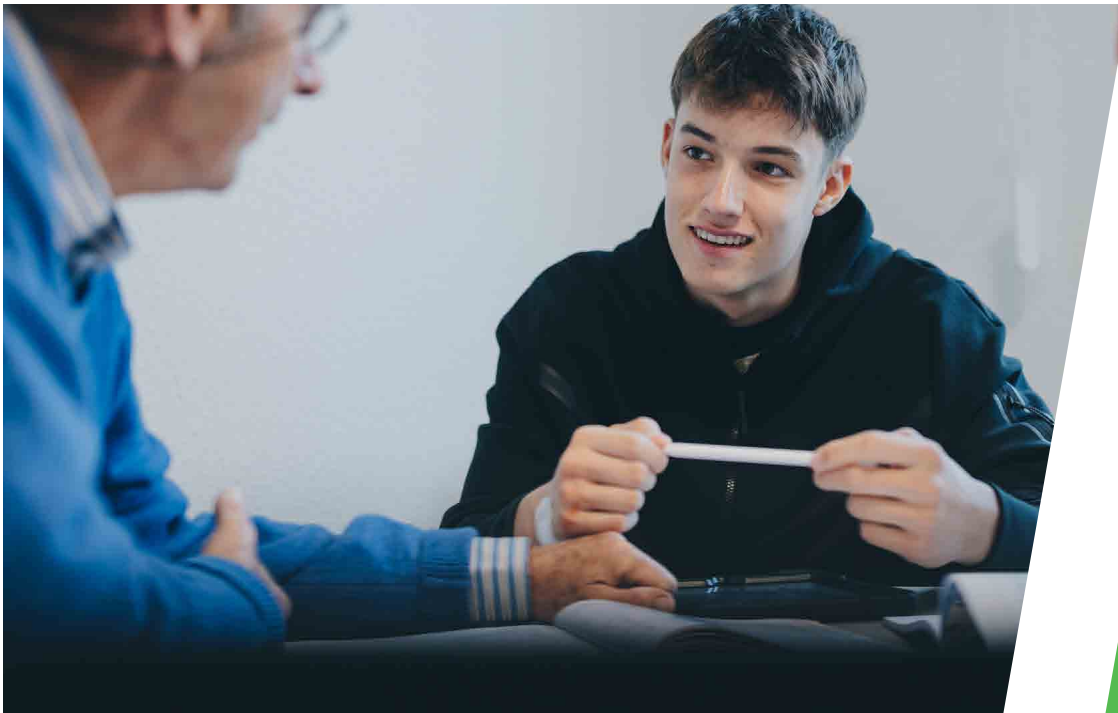
22

Internatsplätze und viele
Gasteltern für auswärtige Spieler

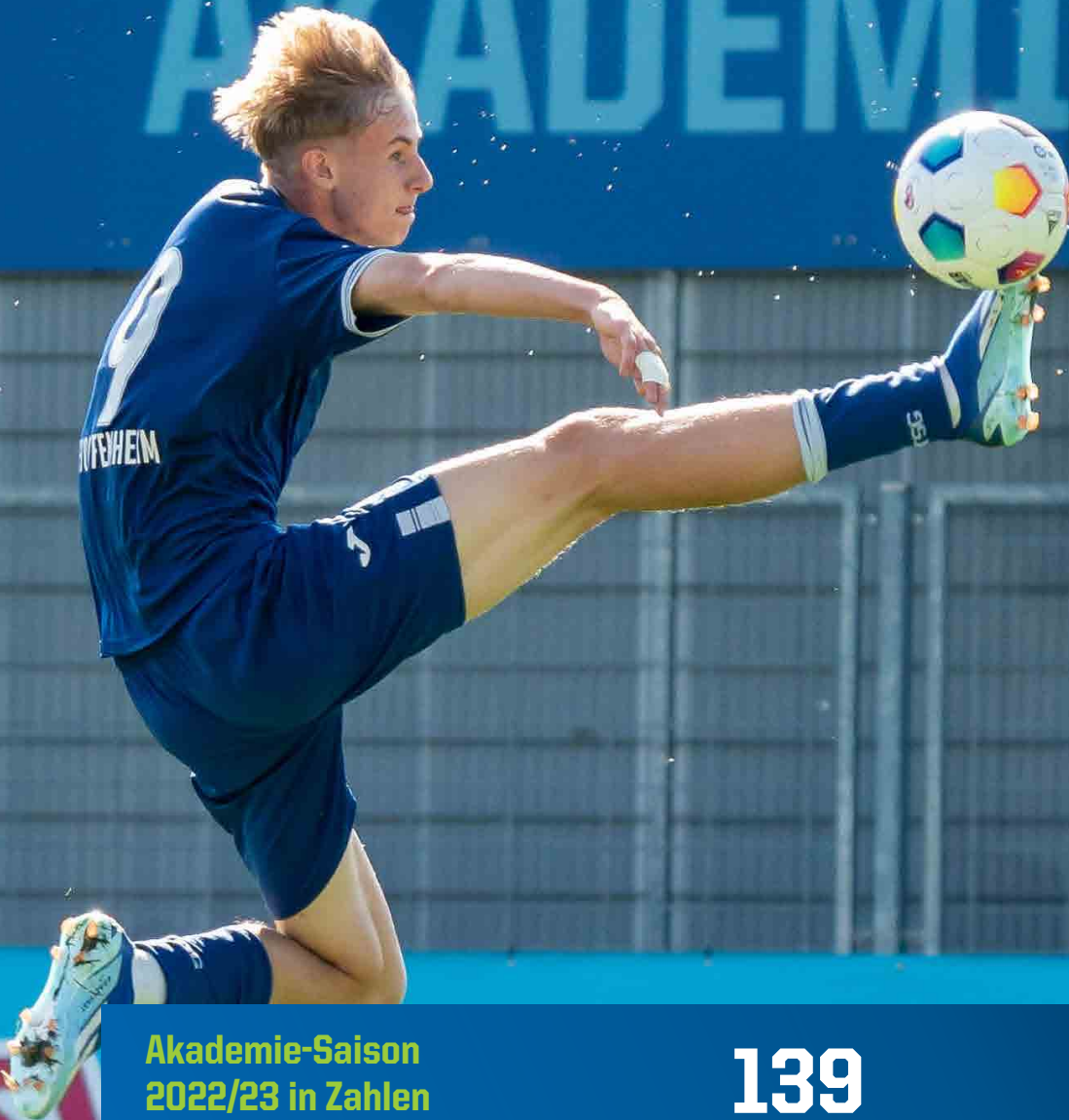
22

Abschlüsse im Jahr 2023:

11 Spieler
machen das Abitur
2 das Fachabitur
9 die Mittlere Reife



TSG AKADEMI



Akademie-Saison 2022/23 in Zahlen

2,5

Punkte holte die U17 in der Bundesliga Süd/Südwest im Schnitt (40 in 16 Partien). Das Team holte damit die zweite Süddeutsche Meisterschaft nach 2008 für die TSG. Die U19 steht diesbezüglich aktuell bei vier Titeln.

3

Titelgewinne gelangen der TSG-Akademie im regionalen Pokal-Wettbewerb durch die U19, die U16 und die U15. Die Gesamtzahl an Verbandspokal-Gesamtsiegen für die TSG stieg damit auf 19.

139

Spiele haben die Teams von der U23 abwärts bis zur U14 in ihren jeweiligen Ligen absolviert – mit eingerechnet wurden die zwei Halbfinalpartien der U17 um die Deutsche Meisterschaft gegen den VfL Wolfsburg und auch die sechs (U19) beziehungsweise drei (U17) Sonderspielrunden-Partien im Anschluss an die Saison der Bundesliga Süd/Südwest, da diese vom DFB als Pflichtspiele gewertet werden.

20

Spieler aus der TSG-Akademie kamen in dieser Saison in U-Nationalteams zum Einsatz.



In Brandenburg geboren, kam Maximilian Beier im Alter von 15 Jahren in die Akademie der TSG Hoffenheim. Der Stürmer durchlief die Nachwuchsmannschaften und debütierte bereits mit 17 Jahren in der Bundesliga. Nach einer zweijährigen Ausleihe in die 2. Bundesliga zu Hannover 96 etablierte sich Beier in der aktuellen Saison als Torjäger in der Bundesliga und wird bereits als Kandidat für die DFB-Elf genannt.

Dennis Geiger trägt bereits seit seinem elften Lebensjahr das Trikot der TSG Hoffenheim. Der gebürtige Mosbacher lief für die TSG in der Champions League sowie in der Europa League auf und absolvierte bereits mehr als 100 Bundesliga-Spiele. Dazu war der nun 25 Jahre alte Geiger eine Zeit lang Kapitän der deutschen U21-Nationalmannschaft.



68

aktuelle oder ehemalige Akademie-Spieler haben es mittlerweile in die Bundesliga (oder eine europäische Liga auf gleichwertigem Niveau) geschafft und dabei die intern von der TSG-Akademie festgelegten Absolventen-Kriterien erfüllt (mindestens ein Ligaspiel für ein Team der TSG-Akademie, mindestens ein Einsatz in der Bundesliga oder einer gleichwertigen ausländischen Liga nach dem Akademie-Debüt).

In der Saison 2023/24 schaffte Umut Tohumcu regelmäßig den Sprung in die Startelf und verbuchte seine ersten Torbeteiligungen in der Bundesliga. Der Mittelfeldspieler trägt bereits seit 2017 das Trikot der TSG Hoffenheim und erlangte im selben Jahr mediale Aufmerksamkeit als Balljunge: Der spätere Gewinner der Fritz-Walter-Medaille in Silber warf im September 2017 den Ball schnell zu Andrej Kramarić und leitete damit ein Tor gegen den FC Bayern München ein.



Niklas Süle kam als 14-Jähriger in die TSG-Akademie und avancierte 2013 in Hoffenheim im Alter von 17 Jahren zum bis dahin jüngsten Bundesliga-Spieler des Klubs. Der Verteidiger trug insgesamt 117-mal das TSG-Trikot, wurde zu seiner Hoffenheimer Zeit auch zum deutschen Nationalspieler und gewann den Confederations Cup. 2017 wechselte Süle zum FC Bayern München, mit dem er unter anderem Champions-League-Sieger und fünfmal Deutscher Meister wurde.



Grischa Prömel

Der Weg von Grischa Prömel in die Profi-Mannschaft der TSG ist ungewöhnlich. Nach dem U19-Meistertitel 2014 und 25 Partien für die U23 ging der Olympia-Silbermedaillengewinner von 2016 zum Karlsruher SC. Mit Union Berlin stieg der gebürtige Stuttgarter in die Bundesliga auf, im Sommer 2022 entschied sich Prömel für eine Rückkehr in den Kraichgau und spielt seither wieder für die TSG Hoffenheim.



Nadiem Amiri

Geboren in Ludwigshafen, kam Nadiem Amiri 2012 mit 16 Jahren in die TSG-Akademie. In Hoffenheim absolvierte der Mittelfeldspieler mehr als 100 Bundesliga-Spiele und debütierte sowohl in der Champions League als auch in der Europa League. Mit Hoffenheim gewann Amiri 2014 die A-Junioren-Meisterschaft. Kurz nach seinem Wechsel von der TSG zu Bayer 04 Leverkusen feierte Amiri seine Premiere in der deutschen Nationalmannschaft.



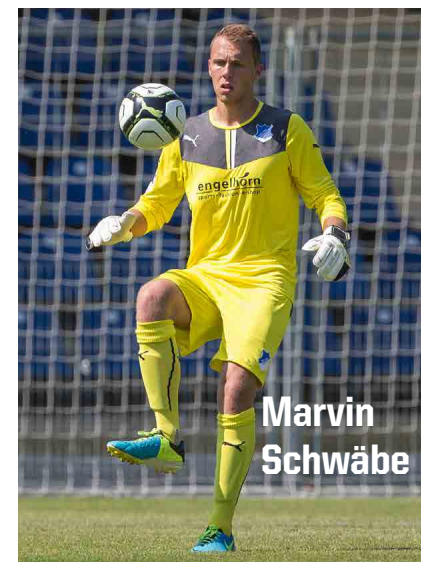
Julian Nagelsmann

Er galt als riesiges Trainer-Talent – und hielt dieses Versprechen ein: Julian Nagelsmann übernahm nach knapp sechs Jahren in der TSG-Akademie, in der er 2014 mit der U19 die Deutsche Meisterschaft feierte, im Alter von gerade mal 28 Jahren die Bundesliga-Mannschaft – und formte aus einem Team im Abstiegskampf einen Champions-League-Teilnehmer. Nach 136 Partien auf der TSG-Trainerbank wechselte Nagelsmann zu RB Leipzig. Es folgte eine Anstellung beim FC Bayern München, ehe er Trainer der deutschen Nationalmannschaft wurde.

Domenico Tedesco war für rund zwei Jahre Trainer in der TSG-Akademie. Zunächst war er für eine Spielzeit für die U17 zuständig, dann trainierte er die U19 – bis ihn Erzgebirge Aue ins Profi-Geschäft holte. Den FC Schalke 04 führte Tedesco auf den zweiten Platz der Bundesliga, mit RB Leipzig gewann er den DFB-Pokal. Seit Februar 2023 trainiert der gebürtige Italiener die belgische Nationalmannschaft.



Domenico Tedesco



Marvin Schwäbe

Marvin Schwäbe schloss sich 2013 der TSG Hoffenheim an und absolvierte 13 Partien für die U19 sowie 40 Spiele für die U23. Nach Leihen zum VfL Osnabrück und Dynamo Dresden führte Schwäbes Weg nach Dänemark, wo er mit Brøndby IF die Meisterschaft feierte. Der U21-Europameister von 2017 wechselte 2021 zum 1. FC Köln, wo er sich als Stammtorhüter in der Bundesliga etablierte.

JUGEND UND FANS



IN DER REGION VERWURZELT



Wichtiger Bestandteil des Vereinslebens sind unsere Fans. Das Miteinander ist von Emotionen, Identifikation und mitunter sozialem und politischem Engagement geprägt. Die TSG Hoffenheim versteht sich als Klub der erweiterten Metropolregion Rhein-Neckar und lebt diese Verbundenheit. Im Verhältnis zu vielen Mitbewerbern aus Großstädten und Metropolen stellt uns diese geringere Bevölkerungsdichte im unmittelbaren Umfeld vor andere Herausforderungen, bietet aber auch einzigartige Chancen. Wir pflegen gezielt Kontakte zu vielen Organisationen und Gruppen in der Rhein-Neckar-Region, zum Teil in Kooperation mit dort ebenfalls engagierten Partnern. Die TSG ermöglicht mit vielseitigen Angeboten ihren Fans, insbesondere auch jungen Menschen, die Teilhabe am Erlebnis Fußball, an Gemeinschaft und Sozialisation sowie den Zugang zu den Innovationsfeldern des Klubs. Der Verein zeigt, wie wertvoll es trotz einer regionalen Prägung sein kann, über seine Grenzen hinaus zu wirken.

AUS DEM DORF, MIT DEN MENSCHEN

Die Fans sind ein elementarer Teil des Fußballs – und ohne Zweifel ein wichtiger Teil des Klubs. Zu den zentralen Aufgaben der TSG Hoffenheim gehört es daher, im steten Austausch mit den Anhänger*innen zu sein, zu bleiben und sich mit ihnen zusammen weiterzuentwickeln.

Dabei liegt der Fokus weniger auf der reinen Quantität, die aufgrund der ländlichen Struktur des Einzugsgebiets und des Fehlens einer Großstadt im unmittelbaren Umfeld naturgemäß nicht so hoch sein kann, sondern muss vielmehr darauf ausgerichtet sein, die Qualität der Bindung und einer regionalen Identität nachhaltig positiv zu gestalten, zu steigern und über die Grenzen hinaus zu tragen.

Seit 16 Jahren ist die erste Männer-Mannschaft der TSG Hoffenheim in der Fußball-Bundesliga. Dennoch handelt es sich um eine im Vergleich zu einigen Mitbewerbern verhältnismäßig kurze Zeit. Dies führt, auch beim Thema Anhängerschaft, zu einem Fokus auf das Thema Jugend. Die TSG unternimmt viele Anstrengungen, um besonders junge Menschen anzusprechen.

Besetzung des Fanbeirats:

- Jeweils 1 Person aus 3 Gruppen aus der Fanszene
- 1 Platz für den Vorsänger
- 1 Platz für eine Person mit Handicap
- 2 Plätze für den Fanverband
- 1 Platz für das Fanprojekt
- 6 Fanclub-Plätze
- Vorsitz des Fanbeirats liegt bei der TSG-Geschäftsleitung, vertreten durch die Geschäftsführung sowie den Direktor Organisation
- Fanbeauftragte kümmern sich um Organisation und Moderation

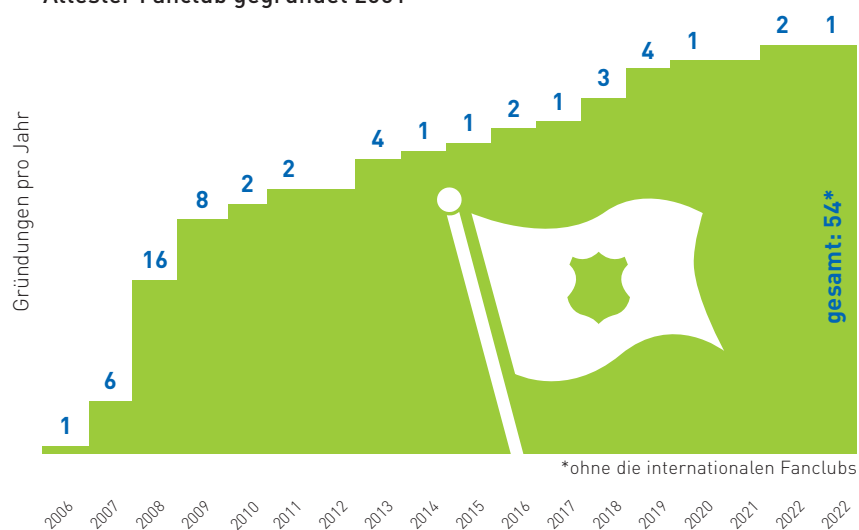
Die Relevanz des Klubs zeigt sich nicht nur in der Mitgliederzahl, die nun schon seit mehreren Jahren jenseits der 10.000 liegt, sondern entsprechend auch in der stetigen Entwicklung der organisierten Fanszene. Beginnend mit der Gründung des ersten Fanclubs im Jahr 2001 gibt es zum Stichtag dieses Nachhaltigkeitsberichts 59 offizielle Fanclubs, darunter sogar fünf internationale (Großbritannien, Australien, USA, Namibia, Südkorea). Darin sind rund 4.000 Menschen organisiert, dazu kommen drei aktive, nicht offizielle Fanclubs aus der

sogenannten „Szene“ (Crescendo Hohenlohe, YoungBoyz, B-Block Brigade).

Die Fanclubs genießen Vorzüge wie etwa ein Vorkaufsrecht für Tickets für Heim- und Auswärtsspiele, Vergünstigungen im Fanshop, den Erhalt von Fanartikeln für offizielle Fanclubveranstaltungen sowie exklusive Veranstaltungen wie Weihnachtsfeiern mit Besuchen von Spieler*innen oder Talkrunden mit Vereinsverantwortlichen (z.B. im September 2022 mit dem damaligen Cheftrainer André Breitenreiter).

ENTWICKLUNG FANCLUBS

Ältester Fanclub gegründet 2001





Fanbeirat

Das zentrale Organ des Dialogs der organisierten Fans mit der Klubführung ist der sogenannte Fanbeirat. Den Vorsitz des Fanbeirats hat die Geschäftsleitung der TSG Hoffenheim inne, vertreten durch die Geschäftsführer Prof. Dr. Jan Mayer, Denni Strich und Alexander Rosen sowie Rafael Hoffner (Direktor Organisation). Das Ziel des Fanbeirats ist es, die Fanszene zu stärken und ihr die Möglichkeit zu geben, enger zusammenzuwachsen und einen kritischen Diskurs untereinander sowie mit der TSG zu etablieren. Fanrelevante Themen sollen auf Augenhöhe, konstruktiv und in einem geschützten Rahmen gemeinsam diskutiert werden können. Seit Oktober 2023 befindet sich der Fanbeirat, der ein beratendes Gremium ist, in seiner dritten Legislaturperiode, die jeweils zwei Jahre andauert.

Der Fanbeirat trifft sich in der Regel alle drei Monate, zudem wurden einzelne Arbeitsgruppen gebildet (AG Stadionshow, AG Merchandise). Damit wird die aktive Mitarbeit am TSG-Erlebnis gefördert und die Wünsche der Fans werden gehört, zuletzt widmete man sich insbesondere den Themen „Regionalität“ und „Identität“. Es wurde von den Fanvertreter*innen ein entsprechendes Konzept zur „Stärkung der Identität der TSG“ erarbeitet, der Geschäftsführung vorgelegt und gemeinsam besprochen. Mittlerweile konnten bereits einige Dinge umgesetzt werden, wie die Einbindung der Zuschauer*innen in die Stadionshow und die umstrukturierte Fläche vor dem Fanhaus, die nun vor und nach den Spielen mehr Anlaufmöglichkeiten für TSG-Fans bietet.

Fanhaus

Seit 2014 steht das Fanhaus unweit der Südkurve der PreZero Arena. Es ist ein Ort der Begegnung für alle, die die TSG im Herzen tragen: 1.400 Quadratmeter gelebte Kommunikation, Heimat für alle Hoffenheim-Fans. Dort sollen Verbindungen geschaffen und Projekte angestoßen werden. Das Fanhaus ist immer rund um die Heimspiele geöffnet, bei Auswärtsspielen bietet es den „Daheimgebliebenen“ zudem die Möglichkeit, das Team über eine Leinwand live zu verfolgen. Auch die Sitzungen des Fanbeirats werden hier abgehalten.

Zudem bietet es der Fanszene genügend Raum für vielfältige Veranstaltungen und Feierlichkeiten, wie Versammlungen des Dachverbandes, Seminare des Fanpro-

jektes oder Mitgliederversammlungen. Im Jahr 2023 wurde von den Fans hier auch der Saisonabschluss gefeiert.

Fanbetreuung

Die TSG ohne ihre Fans? Unvorstellbar. Sie sind Teil des Klubs. Deshalb sind gleich mehrere Personen exklusiv für die Fans da. Die Fanbetreuung mit Mira Mangold, Philipp Krauß, Gloria Ganter und seit 2023 auch Sarah Schardt sind die Ansprechpersonen für alle Fans der TSG Hoffenheim. Sie fungieren nicht nur am Spieltag als Bindeglied zwischen den Fans und dem Verein, sondern sind auch unter der Woche für die Belange der Fans zuständig. Mit ihren Büros im Untergeschoss des Fanhauses an der PreZero Arena sind sie zudem immer nah am Geschehen.

Die Arbeit der Fanbeauftragten konzentriert sich auf die Stärkung der eigenen Fanszene sowie der Schaffung einer tragfähigen Struktur, die eine angemessene Kommunikation zwischen der Fanbetreuung und den Fans möglich macht. Gemeinsam mit den Anhänger*innen möchten sie den Klub nach außen hin mit einer positiven und bunten Fankultur repräsentieren. Neben der Organisation von Veranstaltungen für Fanclubs, Fanreisen ins Trainingslager und Dialogformaten wie dem Fanbeirat, ist die Netzwerkarbeit am Standort Hoffenheim ein



Die Fanbetreuung der TSG:
Mira Mangold, Gloria Ganter, Sarah Schardt und Philipp Krauß (v. l. n. r.)



großes Thema. Beispielhaft sei für den Berichtszeitraum genannt die Woche für Demokratie und Toleranz in Sinsheim im Februar 2023 bei der die Fanbetreuung als Mitorganisator auftritt. Zu den festen Kooperationspartnern zählen das Fanprojekt Hoffenheim, das kommunale Kino Sinsheim (Cinema Paradiso), der Verein Alte Synagoge Steinsfurt, das Bündnis für Toleranz sowie die Buchhandlung J. Doll.

Fanprojekt

Das Fanprojekt Hoffenheim besteht seit der Saison 2021/22 unter der neuen Trägerschaft des Internationalen Bundes (IB) Baden. Die Mitarbeitenden verstehen sich als Ansprechpersonen für die aktive Fanszene und sämtliche jungen Fußballfans der TSG und arbeiten unabhängig von der TSG Hoffenheim, den Verbänden und den Sicherheitsorganen. Grundlegend für die Arbeit des Fanprojektes sind die Freiwilligkeit der Angebote, die kritische Parteilichkeit, die Mitbestimmung der Fans sowie als wichtigste Basis der Arbeit das Vertrauen der Fans.

Förderung von Inklusion

Ein wichtiger Punkt im Umgang mit den Fans ist der Anspruch, dass jede*r sich willkommen und sicher fühlen soll. Dafür hat der Klub bedarfsorientierte Angebote entwickelt:

- Gruppenspezifische Ticketangebote (Vergünstigungen etwa für Studierende, Rentner*innen, Menschen mit Schwerbehinderung, Familien)
- 40 Plätze für Menschen im Rollstuhl
- Plätze für Menschen mit Hörbehinderung
- Plätze für Menschen mit Sehbehinderung
- Zudem wurde der Familienblock in der PreZero Arena in der vergangenen Saison nochmals räumlich wie inhaltlich aufgewertet.
- In der Saison 2022/23 gab es erstmalig zwei barrierearme Auswärtsfahrten (Stuttgart und Freiburg): Die Zusatzkosten für den Bus, in dem Rollstühle mitgenommen werden konnten, wurden von der TSG subventioniert.
- Klar festgelegte Zuständigkeiten: Mira Mangold ist die „Fanbeauftragte für Inklusion und Vielfalt“ (im Berichtszeitraum lag die Zuständigkeit noch bei Philipp Krauß).

Ein absolutes Highlight-Projekt ist zudem der „Integrative TSG 1899 Fanclub“, in dem inzwischen mehr als 200 Hoffenheim-Fans Mitglied sind. Das Hauptaugenmerk liegt darauf, Menschen mit und ohne Einschränkung gemeinsame Erlebnisse rund um den Fußball zu ermöglichen.

Zufriedenheitsmessung

Die Relevanz des Themas Fans für den Klub zeigt auch der Aufwand, mit dem jährlich in der PreZero Arena eine Zufriedenheitsmessung mit Personen im Public- wie im VIP-Bereich vorgenommen wird. Im Berichtszeitraum fand sie bei den Heimspielen gegen Borussia Dortmund und Hertha BSC im Februar und März 2023 statt. Zu berücksichtigen ist, dass die TSG in der Bundesliga-Tabelle vor den jeweiligen Spieltagen auf dem 16. bzw. 18. Platz stand. An der Online-Befragung nahmen 2.653 Besucher*innen teil, darunter 305 VIP-Besucher*innen.

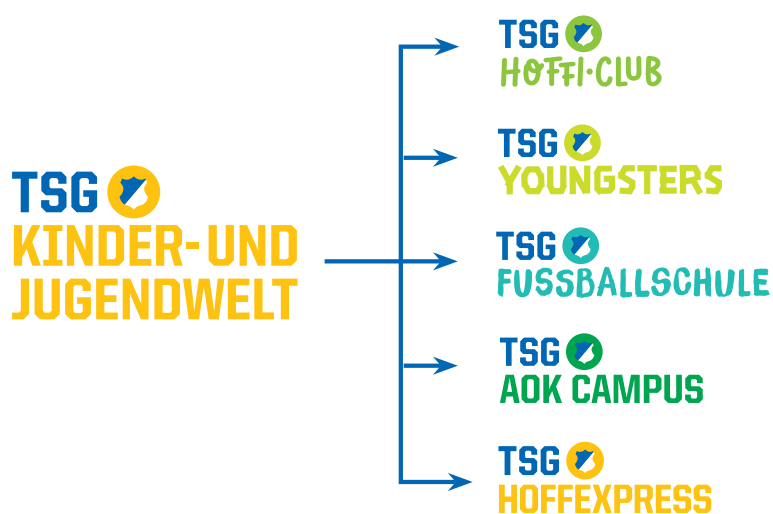
Die wesentlichen Ergebnisse sind überaus ermutigend: 77 Prozent der Befragten haben eine sehr starke oder starke Bindung an die TSG, bei 26 Prozent ist das Interesse im Vergleich zudem größer geworden.

DIE JUGEND IM BLICK

Die TSG hat insbesondere auch junge Menschen im Blick – als Spieler*innen, aber ebenso als Fans und grundsätzlich aktive und sport-interessierte Menschen in der Region. Der Klub bietet mit seiner Kinder- und Jugendwelt auch abseits des Leistungsgedankens viele abwechslungsreiche Angebote für Jungen und Mädchen von 0 bis 17 Jahren. Dieses reicht von den Kindern im Hoffi-Club zu den Teenagern bei den TSG Youngsters, den Angeboten der TSG-Fußballschule sowie den zahlreichen Veranstaltungen im Rahmen des AOK Campus bis hin zu den Besuchen des HOFFEXPRESS in der Region.

Dabei gilt stets: Die Bedürfnisse und Wünsche der Kinder stehen im Mittelpunkt. Die TSG will einen gesellschaftlichen Mehrwert für Kinder und Jugendliche schaffen und gestaltet ihre Angebote entsprechend niedrigschwellig, um möglichst vielen jungen Menschen in der Region einen vielfältigen Einblick in die Welt der TSG zu ermöglichen.

Dabei ist es der TSG gelungen, im Lauf der Zeit eine sehr gute Entwicklung zu vollziehen, die sich auch in den steigenden Mitgliedszahlen ablesen lässt. Zwar sind diese Zahlen zwischenzeitlich aufgrund der Einschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie zurückgegangen – doch der TSG Hoffenheim ist es in der Spielzeit 2022/23 gelungen, in allen Feldern wieder Rekordzahlen zu realisieren.





TSG Hoffenheim HOFFI-CLUB

Der klassische Kids-Club richtet sich an alle Kinder im Alter von bis zu zwölf Jahren. Eine Mitgliedschaft im Hoffi-Club, der organisatorisch bei der Spielbetriebs-GmbH angesiedelt ist, bietet den Kindern viele Vorteile. So erhalten Hoffi-Club-Mitglieder nicht nur ein Willkommensgeschenk, sondern auch vergünstigte Tickets, Rabatte im TSG-Fanshop und bei Angeboten der Fußballschule. Zudem erhalten sie zweimal jährlich das Hoffi-Club-Magazin und werden zu exklusiven Veranstaltungen eingeladen. Des Weiteren haben die Kids die Chance, an jedem Heimspieltag in der PreZero Arena Teil der Einlaufeskorte zu sein.

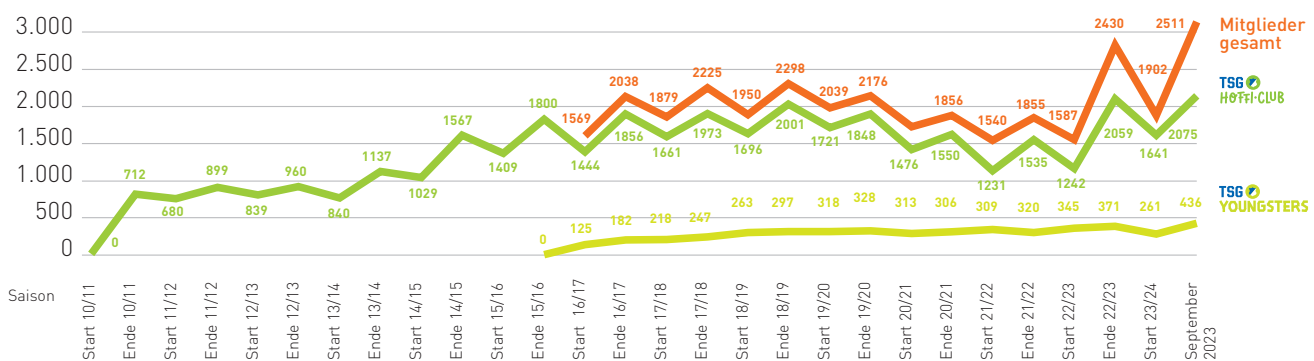


TSG Hoffenheim YOUNGSTERS

Für junge TSG-Sympathisierende, die dem Hoffi-Club entwachsen sind, halten die TSG-Youngsters die passenden Angebote bereit. Der Hoffenheimer Jugendclub bietet allen Fans von 13 bis 17 Jahren eine Heimat. Der Fokus liegt auf coolen Aktionen und unvergesslichen Momenten, aber auch zunehmend in der Begleitung auf dem persönlichen Lebensweg, etwa durch Angebote zur Unterstützung bei der Berufsfindung. „Bei den Kids-Clubs steht bei uns an erster Stelle, dass wir einen Raum für Kinder und Jugendliche schaffen, in dem sie sie selbst sein können, sich wohl fühlen und Spaß haben“, sagt Pia Regine, Koordinatorin Kinder- und Jugendprogramme bei der TSG Hoffenheim.



ENTWICKLUNG DER MITGLIEDERZAHLEN



Beispielhafte Veranstaltungen von Hoffi-Club und Youngsters in der Saison 2022/23:

- Weihnachtsfeier (mehr als 1.200 Teilnehmer*innen, Besuch der Männer-Bundesliga-Mannschaft)
- Hoffi-Club Kinderredaktion: Kinder hatten die Möglichkeit, Hoffis Club-Magazin selber zu gestalten
- Fanwerkstatt: Fahnenmalen der Kids aus dem Hoffi-Club, beim Heimspiel gegen Eintracht Frankfurt wurde mit den Fahnen und den Kids eine Ehrenrunde im Stadion gedreht

- FIFA-Turnier (eSports)
- Gemeinsame Auswärtsfahrten
- Fußballcamps
- Zooausflüge

Insgesamt gab es 22 Events und zusätzlich 17 Heimspieltag-Events.



Die TSG-Fußballschule gibt es bereits seit 2011. Sie bietet Trainingsangebote für alle fußballbegeisterten Mädchen und Jungen zwischen 6 und 13 Jahren an. Ihre Trainingsphilosophie basiert auf dem Curriculum der TSG-Akademie. Unter dem Motto „Trainiere wie die Profis“ schafft die Fußballschule einen weiteren Zugang zur TSG-Welt und dient damit mittelbar der Fan-Gewinnung und Markenbindung. Zudem ist sie ein adäquates Tool für das Talentscouting wie für das Recruiting und die Entwicklung von Trainer*innen. Es werden zudem auch Themen wie Umweltbildung eingebaut.

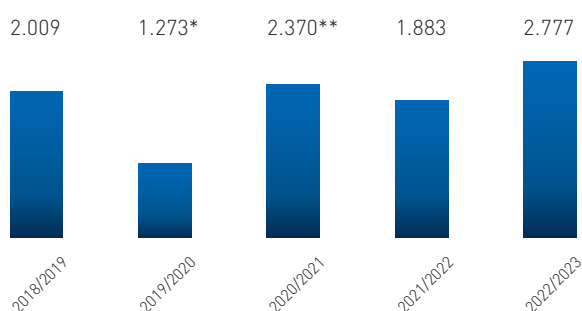
Im Berichtszeitraum der Saison 2022/23 gab es insgesamt 53 Veranstaltungen der TSG-Fußballschule mit ihren Partnervereinen aus der Region, die sich wie folgt auf die Veranstaltungsformate verteilen:

Feriencamp: 24
 Fördertraining: 9
 Individualtraining: 3
 Wochenendcamp: 8
 Spieltagscamp: 8
 Sonderveranstaltung: 1

Insgesamt haben 2.777 Kinder und Jugendliche die Angebote der TSG-Fußballschule wahrgenommen, die von 35 Trainer*innen umgesetzt wurden. Im nächsten Berichtsjahr soll dann erstmals die Marke von 3.000 Teilnehmer*innen übersprungen werden.

In den vergangenen Jahren hat die Fußballschule auch zunehmend internationale Projekte begleitet. Die Ziele reichen dabei von Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch über die Themenfelder Bildung und soziale Verantwortung bis hin zur Entwicklung von Mitarbeiter*innen und Trainer*innen. Dabei war die Fußballschule für unterschiedliche Projekte bereits in Kenia, Südafrika, Namibia und Ghana aktiv. In der Saison 2022/23 startete die Vorbereitung eines Projekts in Brasilien, das unmittelbar zu Beginn der folgenden Spielzeit, im Juli 2023, beim Klub Barra FC umgesetzt wurde. Die TSG-Fußballschule unterstützte beim Aufbau einer dortigen Fußballschule durch einen Coaching-Workshop und ein dreitägiges Fußballcamp.

ENTWICKLUNG DER TEILNEHMENDEN-ZAHLEN



*Beginn Corona-Pandemie
 **Vielzahl kostenloser Online-Angebote / Corona-Pandemie



Den Angeboten des TSG AOK Campus, der organisatorisch im TSG e.V. angesiedelt ist, liegt immer das Ziel zugrunde, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Der TSG AOK Campus will einen Teil dazu beitragen, nachhaltige Strukturen für ein gesundes Aufwachsen zu schaffen, zuvorderst mit und über den Fußball, aber auch über Angebote wie Ballschulen und Umweltbildungs-Events. Der TSG AOK Campus versteht sich als Anlaufstelle für die Menschen in der Region und möchte den Klub für

jede und jeden erlebbar machen und somit die Verbindung stärken. Sämtliche Angebote sind kostenlos, um Partizipation für alle zu ermöglichen.

Angebote für Vereine:

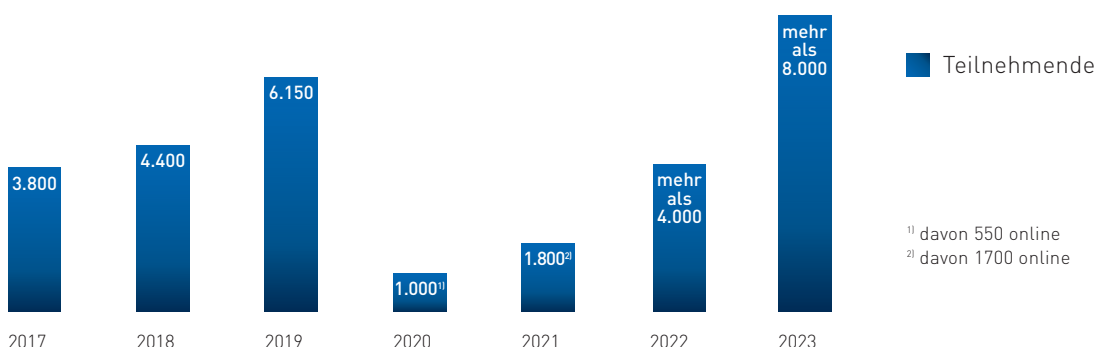
- Minifußball
- TSG-Training on Tour
- TSG-Training am Campus
- Tag der offenen Tür
- TSG-Trainerschule

Angebote für Bildungseinrichtungen:

- TSG-Fußball AG
- TSG-Spielfest
- TSG-Naturerlebnis
- Fit ins Abi
- Mit der TSG in die Ferien

Insgesamt wurden im Berichtszeitraum (Saison 2022/23) 106 Veranstaltungen angeboten, an denen 6.285 Kinder, Jugendliche und Erwachsene teilnahmen.

ENTWICKLUNG





Das Fan-Mobil der TSG Hoffenheim tourt seit Anfang 2014 durch die Metropolregion Rhein-Neckar und bringt den Klub zu den Menschen. Hautnah und zum Anfassen sorgt der HOFFEXPRESS – ein zehn Meter langer Drei-Achser – mit einem abwechslungsreichen Unterhaltungsprogramm an Bord für jede Menge Spaß und Freude. Hauptzielgruppen sind dabei Schulen und Vereine. Gerade mithilfe eines speziellen und in Eigenregie entstandenen Schulkonzepts sollen Themen wie soziale Kompetenz, Persönlichkeitsentwicklung, Integration und eine gesunde Lebensweise vermittelt

werden. Die Inhalte richten sich dabei hauptsächlich an alle Grundschulkinder. Bei allem steht immer der Fairplay- und Spaßgedanke im Vordergrund. Sechsmal im Jahr ist der HOFFEXPRESS außerdem mit dem Partner AOK bei weiterführenden Schulen zu Gast. Dabei werden die Themen Ernährung und Bewegung verknüpft, die AOK stellt dabei für den Tag eigene Ernährungsberater*innen.

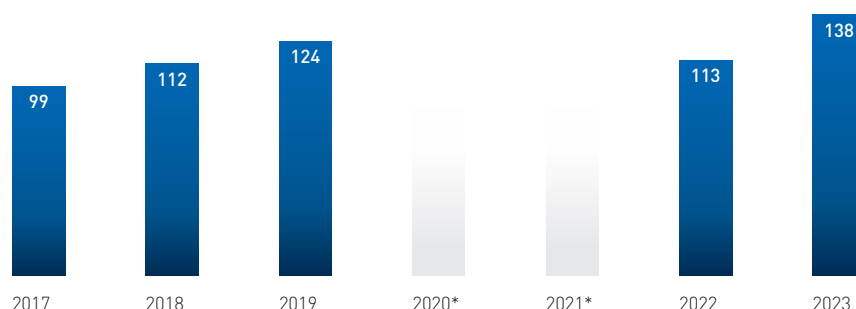
Allein in der Saison 2022/23 war das Fanmobil an 135 Veranstaltungstagen im Einsatz. Die meisten entfielen



mit 64 Tagen auf Schulveranstaltungen und Turniere. Dazu kommen 25 öffentliche Veranstaltungen in der Region sowie die 20 Heimspiele der TSG-Männer. Weitere Einsätze des HOFFEXPRESS entfielen auf sonstige Veranstaltungen (12), den Maimarkt Mannheim (10) sowie Wintersport-Tage (4).

VERANSTALTUNGSTAGE

nach Kalenderjahren



* nicht erhoben /
nicht repräsentativ wg. Corona

AUS DER REGION, FÜR DIE REGION



270

61 GEFÖRDERTE VEREINE

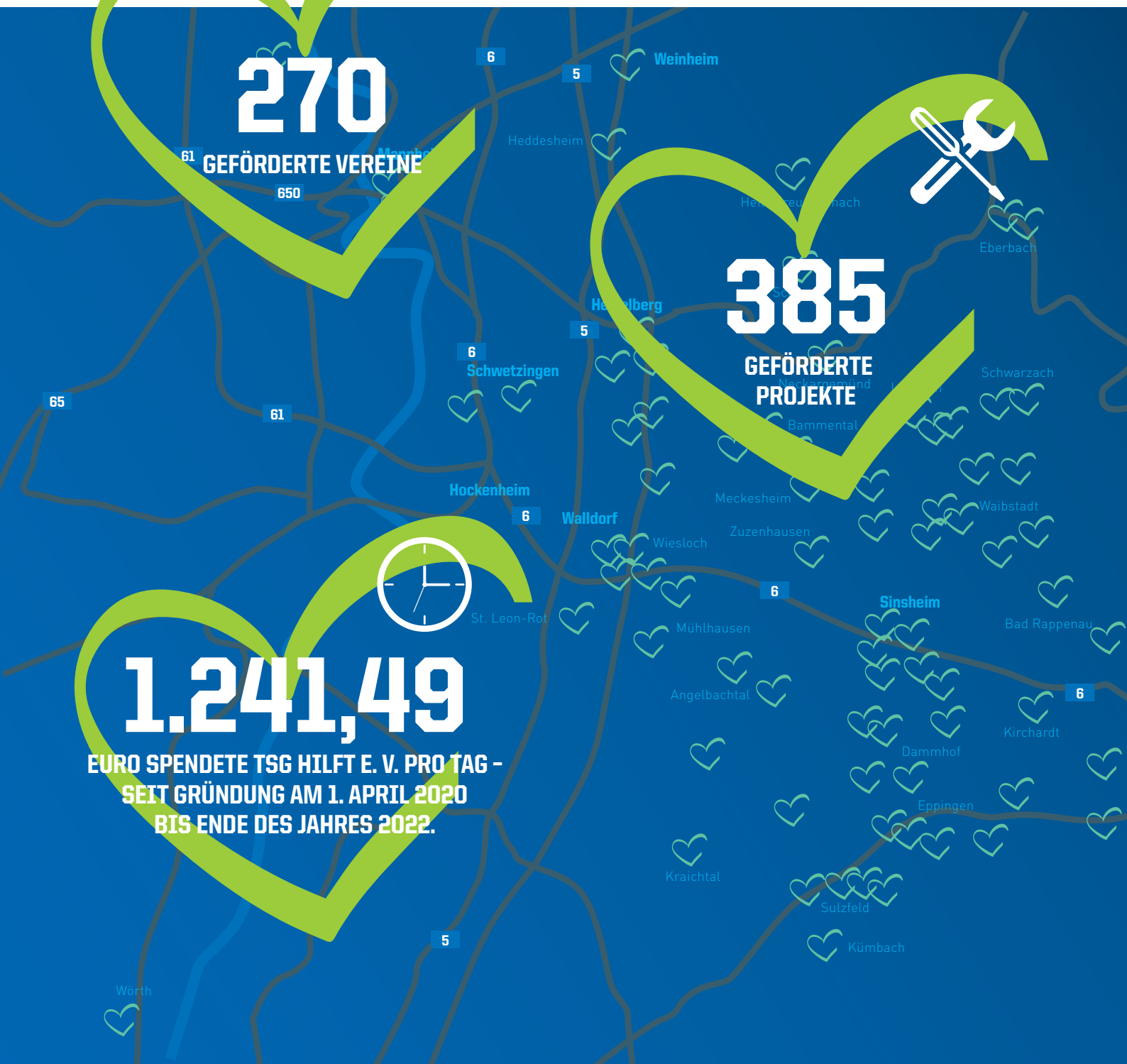
650

385

GEFÖRDERTE
PROJEKTE

1.241,49

EURO SPENDETE TSG HILFT E. V. PRO TAG -
SEIT GRÜNDUNG AM 1. APRIL 2020
BIS ENDE DES JAHRES 2022.



Die regionale Verankerung der TSG Hoffenheim ist ein Hauptanliegen des Fußball-Bundesligisten. Der Klub bekennt sich bewusst zur Übernahme von Verantwortung für bedürftige Menschen und soziale Einrichtungen in der Region. Das Engagement auf sozialen Feldern hat Tradition, wurde aber in den vergangenen Jahren durch ein viel beachtetes Projekt intensiviert und systematisiert. Mit der Gründung des eingetragenen Vereins „TSG hilft“ wurde in der Region ein starkes Zeichen gesetzt. Vielen in der durch die Corona-Pandemie in Schwierigkeiten geratenen Vereinen ließ „TSG hilft“ finanzielle Hilfen zukommen. Mit „ZAMME HELFE MA“ wurde in der Saison 2022/23 ein weiteres Projekt von der TSG umgesetzt, das sich an soziale Einrichtungen wendete.

TSG hilft e.V. – Ein ausgezeichnete Verein

Am 1. April 2020, nur wenige Wochen nach Beginn der Corona-Pandemie, rief die TSG Hoffenheim den gemeinnützigen Verein „TSG hilft“ ins Leben. Er entwickelte sich zu einem großen Erfolg und einem starken Zeichen der Solidarität der TSG mit Vereinen der Rhein-Neckar-Region. An 270 Vereine, darunter mehr als 150 aus dem Amateurfußball, sowie an soziale Einrichtungen floss in den Folgejahren bis in die Saison 2022/23 hinein eine Spendensumme in Höhe von insgesamt rund 1,2 Millionen Euro. Die Mittel des Hilfsfonds setzten sich zusammen aus einem Gehaltsverzicht der bei der TSG beschäftigten Bundesliga-Profis, der Trainer*innen und Betreuer*innen sowie des Klubmanagements. Zudem wurde ein sechsstelliger Betrag von TSG-Gesellschafter Dietmar Hopp gespendet. Weiterhin haben die Hoffenheimer Junioren-Mannschaften, die Frauen-Teams, einige Partner-Unternehmen und andere Einzelpersonen mit ihren Spenden den Fonds gefüllt. Einen markanten Teil trugen auch die Hoffenheimer Fans bei, die auf eine Rückerstattung ihrer Tickets aus den ohne Zuschauer*innen ausgetragenen Spielen verzichtet hatten. Die Resonanz auf die Hilfe war nicht nur bei den Vereinen groß. So zeichnete die DFB-Stiftung Sepp Herberger das TSG-Projekt für sein Engagement in der Corona-Pandemie aus für „beeindruckendes Engagement und (...) herausragende Hilfsaktionen für durch Corona in Not geratene Menschen“, wie es in der offiziellen Begründung hieß. Während der Corona-Pandemie erhielten Vereine, die wegen Einnahme-Ausfällen in Not gerieten, bis zu 10.000 Euro.

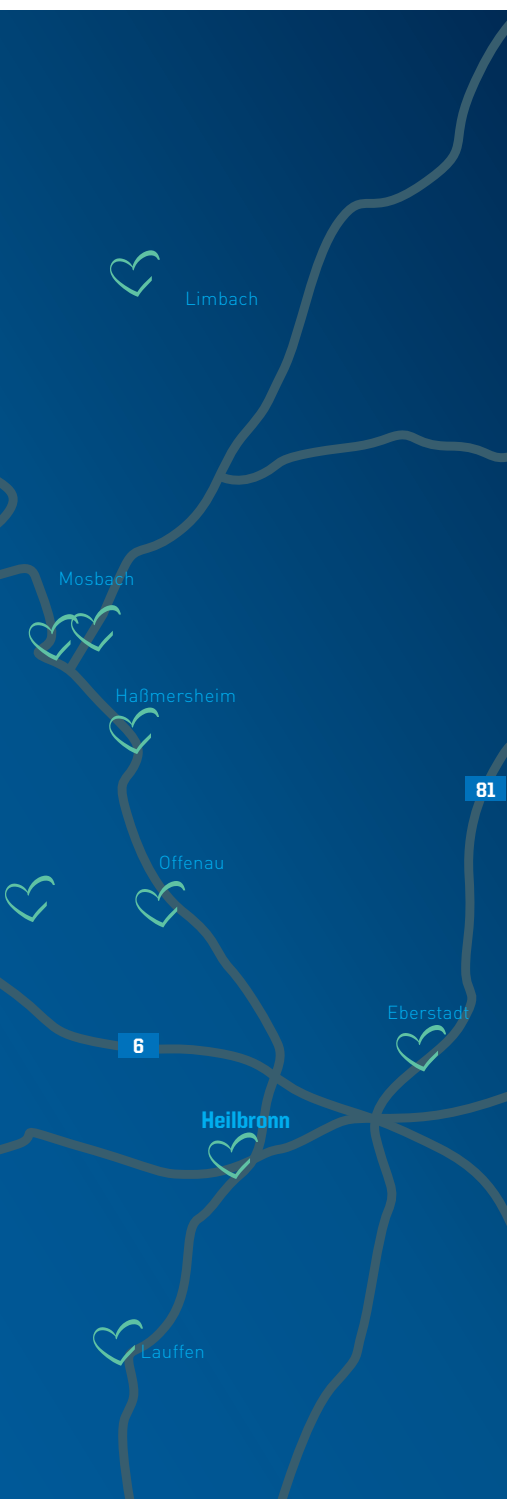
Wegen der positiven Resonanz wurde „TSG hilft“ mit dem Projekt „Sofatransfer“ ausgedehnt, bei dem den Vereinen geholfen wurde, den durch die Pandemie eingetretenen Mitgliederschwund wieder auszugleichen. Mit dem Projekt Re:Start wurden Vereine bei ökologischen, ökonomischen oder sozial nachhaltigen Aktionen unterstützt.

Das Projekt TSG hilft e.V. ist zeitlich nicht begrenzt und wird – abhängig von den erhaltenen Spenden – laufend fortgeführt.

TSG packt an: „ZAMME HELFE MA“

Ein weiteres regionales und soziales Engagement der TSG erhielt den Namen „ZAMME HELFE MA“ (Zusammen helfen wir), mit dem in der Saison 2022/23 soziale Projekte und Einrichtungen unterstützt wurden. Dabei packten nicht nur Mitarbeitende der TSG mit an, sondern auch Spieler*innen mehrerer Teams. Folgende Aktionen wurden initiiert:

- Besuch einer Senior*innenresidenz in Rauenberg in der Vorweihnachtszeit
- Besuch „Kinderplanet“ an der Universitätsklinik Heidelberg, wo Geschwister schwerkranker Kinder betreut werden und beim Möbelaufbau geholfen wurde
- Essensvorbereitung und -ausgabe gemeinsam mit FC Union Heilbronn
- Sachspendenaktion mit Einbeziehung der Fans für den Wärmebus der Malteser in Heidelberg, den Obdachlose, Bedürftige sowie sozial schwache und ältere Menschen nutzen
- Besuch der Hoffnung: 80 Jugendliche aus der Ukraine wurden von der TSG zu einem Bundesliga-Heimspiel eingeladen



INNOVATIONEN



NEUES DENKEN



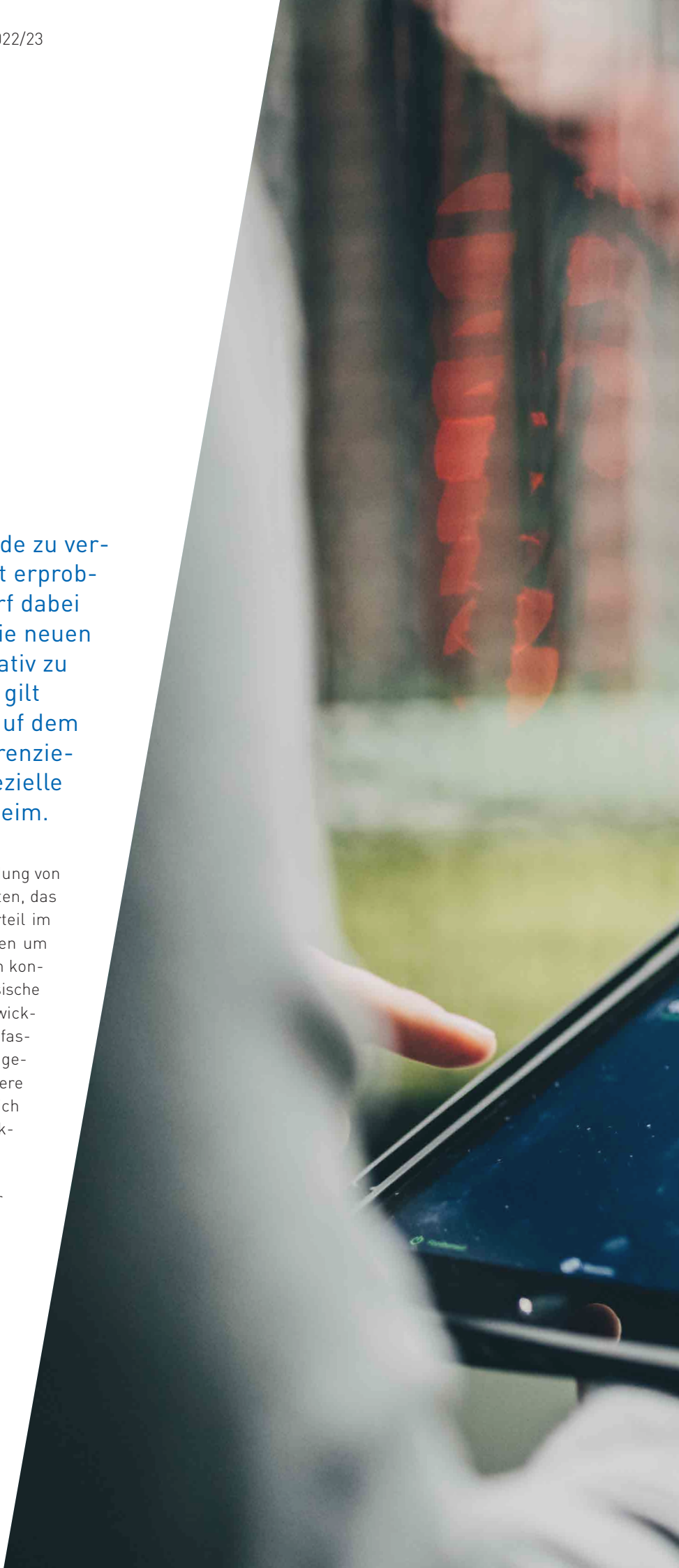
Die TSG Hoffenheim hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Innovationsführer im deutschen Fußball entwickelt. Unser Know-how nutzen wir nicht nur intern, sondern schaffen einen gesellschaftlichen Mehrwert, indem wir es in regionalen, nationalen und internationalen Partnerschaften teilen. So entsteht eine sich gegenseitig begünstigende Wechselwirkung aus innovativer Ausrichtung und gesellschaftlicher Verantwortung auf der einen und dem funktionierendem Kerngeschäft Profifußball auf der anderen Seite. „Fußball neu denken“, lautet die Devise.

INNOVATION ALS KLUB-DNA

Wer versucht, herkömmliche Pfade zu verlassen, muss wenig und gar nicht erprobte Alternativen austesten und darf dabei auch scheitern. Bewähren sich die neuen Wege, ist das Vorgehen als innovativ zu bezeichnen. Die TSG Hoffenheim gilt auch international als Vorreiter auf dem Feld der Innovation. Dieses Differenzierungsmerkmal sorgt für eine spezielle Markenidentität der TSG Hoffenheim.

Das Know-how der TSG in Bezug auf die Ausbildung von Profifußballer*innen und der Vielzahl von Talenten, das permanent vertieft wird, stellt nicht nur einen Vorteil im Wettbewerb mit anderen Klubs sowie im Werben um talentierte Spieler*innen dar; es mündet auch in konkrete Produktentwicklungen. Sie betreffen die physische und mentale Leistungsdiagnostik, Leistungsentwicklung und Leistungssteuerung. Aus der sehr umfassenden Datenmenge lassen sich Erkenntnisse gewinnen, mit der die TSG Unternehmen und andere Interessent*innen anspricht. Daraus ergeben sich regional, national und international neue Vermarktungspotenziale und Wachstumsfelder.

Dieser Innovationsgedanke ist auch Treiber für die ökologische und soziale Rolle, die die TSG eingenommen hat.



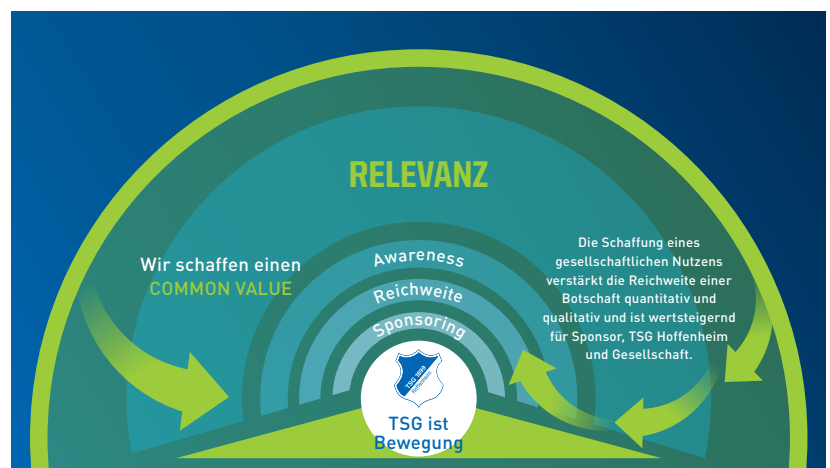
Common Value Ansatz

Der Klub versteht Innovationen nicht nur in technischer Art und Weise, sondern auch als Umsetzung von Ideen und Konzepten für das Geschäftsmodell eines Fußball-Bundesligisten. „Fußball neu denken“ betrifft auch den Vermarktungsansatz, aus dem eine Kombination aus wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit entsteht und somit eine nachhaltige Transformation zentraler Geschäftsmodelle vorangetrieben wird.

Grundlage der Zusammenarbeit der TSG mit ihren Partnern ist eine gemeinsame Haltung, gesellschaftliche Bedürfnisse und eine darauf abgestimmte inhaltliche Ausrichtung. Das Ergebnis sind starke, stabile Partner-

schaften mit gesellschaftlichem Wert. Dafür verwendet der Klub den Begriff „Common Value“. So entwickelt und betreibt die TSG eine Evolution der Bundesliga- und Klub-Vermarktung. Noch vor der Reichweite stuft die TSG die gemeinsamen Inhalte auf Basis der eigenen Handlungsfelder als wichtigere Grundlage einer Partnerschaft ein. Der Common Value Ansatz bietet eine neue Vermarktungsdimension. Das bedeutet, dass in jedes dieser Engagements gesellschaftliche Mehrwerte von Beginn an integriert sind. Eine Entwicklung, die auch die wirtschaftlich-finanzielle Dimension zugunsten des Klubs einbezieht, geht somit einher mit gesellschaftlichen Mehrwerten.

COMMON VALUE ANSATZ VERMARKTUNG



Beispiele von Common Value-Partnerschaften

PreZero:

Mit dem Unternehmen für Umweltdienstleistungen, das die Namensrechte für das Stadion in Sinsheim erhielt (PreZero Arena), wurde das erste für die „Vision Zero Waste“ zertifizierte Stadion Deutschlands erreicht.

SAP:

Mit dem Software-Unternehmen, dem Hauptsponsor der TSG, wurden Innovationsprojekte wie das SAP Interactive Data Space im Trainingszentrum umgesetzt.

hep global:

Das Unternehmen, das auf die Entwicklung von Solarparks spezialisiert ist, erhielt das Presenting des TSG-Klimatickets.

MVV:

Der regionale Energieversorger baut einen Schnellladepark für E-Autos an der PreZero Arena (Eröffnung im Sommer 2024 geplant).

AOK:

Die Krankenkasse ist Partner des TSG AOK Campus bei einem umfangreichen Breitensport-Bewegungsangebot.



SAP INTERACTIVE DATA SPACE

Das SAP Interactive Data Space ist 2019 als gemeinsames Innovationsprojekt in der langjährigen Technologiepartnerschaft zwischen dem weltgrößten Anbieter für Unternehmenssoftware und der TSG Hoffenheim entstanden. Dort fließen sämtliche sportlich und geschäftlich relevanten Daten der TSG Hoffenheim zusammen, die in diesem einzigartigen Kollaborations-Raum mithilfe von SAP-Lösungen, unter anderem mit dem für den Leistungssport entwickelten Spezialprogramm „Sports One“, umgehend analysiert werden können. Auch Trainer*innen und Spieler*innen haben die Möglichkeit, den Raum für interaktive Team-Besprechungen und die datenbasierte Strategieplanung zu nutzen. Ein sieben Meter breiter Glasbildschirm am Kopfende des Raumes fördert die Zusammenarbeit, während jeder der 16 Sitzplätze des Raums mit einem Touchscreen ausgestattet ist, der eine individuelle Analyse ermöglicht.

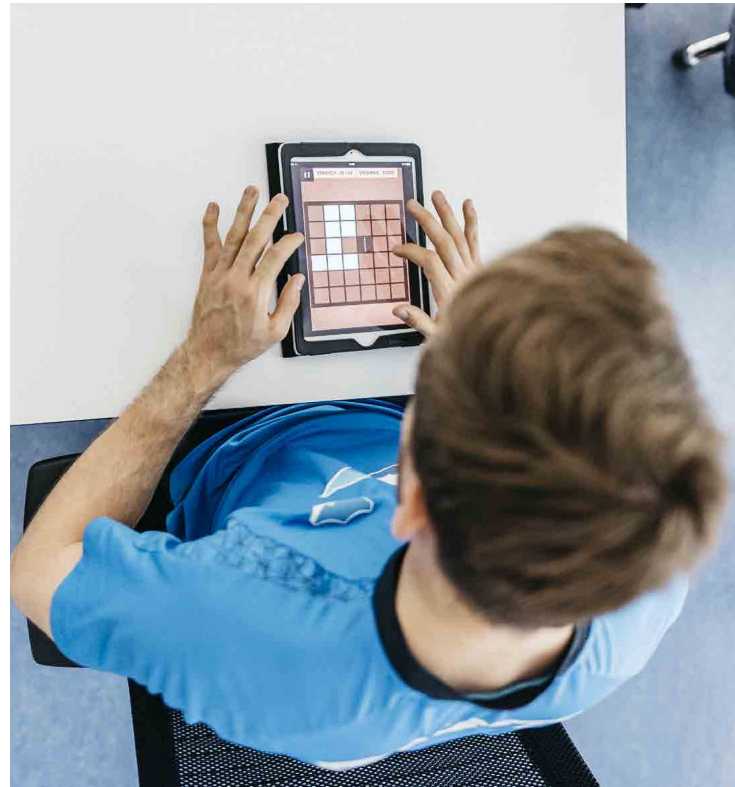
Das SAP Interactive Data Space ist im gleichen Gebäude wie der Footbonaut und die Helix untergebracht, in direkter Nachbarschaft zur TSG Reha GmbH, dem Trainingszentrum der Lizenz- und U23-Mannschaft, sowie der TSG-Geschäftsstelle. Diese enge örtliche Verbindung bietet die Möglichkeit, die Diagnostik und Forschung nicht nur nachhaltig zu nutzen, sondern auch ausbauen zu können. Schon bis zur Eröffnung des Raums wurden mehr als 200 Millionen sportbezogene Datenpunkte mit 830 Variablen von der U10-Nachwuchsmannschaft bis zu den Profis gespeichert, die mithilfe von SAP-Lösungen multimedial aufbereitet und analysiert werden konnten.

People Analytics

Die People Analytics besteht bei der TSG Hoffenheim aus den beiden Ebenen der physiologischen und psychologischen Leistungsdiagnostik. Die Grundlage für eine computergestützte, psychologische Bewertung der Spieler*innen ist das Vienna Test System (VTS). Damit können digitale psychologische Tests durchgeführt werden, mit denen automatische und umfassende Bewertungen möglich sind. Das System umfasst klassische Fragebögen sowie Tests, die von einem Computer bewertet werden, z.B. zeitkritische Testpräsentationen, Multimedia-Präsentation, adaptive Tests, Psychomotorik, Testkombinationen für gezielte Zwecke (Testsätze). Auch ergeben sich aus den Antworten differenzierte Bewertungen einzelner Personen. Das intensiv genutzte System hat sich sehr bewährt in einer schon seit Jahren angewandten Praxis mit Kadern der Profi-Spieler*innen und den höheren Junior*innen-Altersklassen.

Folgende Messungen werden im Rahmen der People Analytics der TSG durchgeführt:

- tägliche Messungen wie die Herzfrequenz durch die Trainer*innen vor Ort
- direkte Messungen durch die Spieler*innen selbst über eine dafür entwickelte App: tägliche Befragung der Spieler*innen (Schlafqualität, Wohlbefinden, bei Spielerinnen auch Zyklus)
- Testevent-Messungen: spezifische Fähigkeiten und Fertigkeiten werden gemessen, z.B. an einem bestimmten Tag Ausdauer, Sprint, kognitiver Test, Persönlichkeitsfragebogen
- große Testevents im Jahr: Vorbereitung auf die Bundesliga-Hinrunde (Juli) und die Rückrunde (Januar)



Vorteile der Messungen:

- Die Messungen sind nachhaltig und haben eine hohe Aussagekraft, weil sie in regelmäßigen Abständen, turnusmäßig zu fixen Zeitpunkten, in standardisierter Form durchgeführt werden. Somit sind die Werte vergleichbar.
- Messungen beginnen ab der U12 und werden in allen Teams bis zu den Profis durchgeführt. Die Testungen sind bei allen Gruppen identisch, um eine Vergleichbarkeit herzustellen und auch die individuellen Entwicklungen über Jahre dokumentieren zu können.

Fachpersonal mit hoher Kompetenz

Für die bestmögliche Datenerhebung wurde Anfang 2016 Dr. Sascha Härtel gewonnen, der zuvor 13 Jahre am Institut für Sport und Sportwissenschaft und Sportmedizin (IfSS) der Universität Karlsruhe (Karlsruher Institut für Technologie) umfangreiche Erfahrungen auf dem wichtigen Feld der gezielten Leistungssteuerung gesammelt hatte. Als Experte für die physiologische Leistungsdiagnostik hat er mit seinem stetig gewachsenen Team entscheidend dazu beigetragen, den Ruf der TSG als Innovationsvorreiter zu festigen und auszubauen. Prof. Dr. Jan Mayer wendet sich bei der People Analytics den sogenannten kognitiven Aspekten zu. Dabei geht es darum, Hinweise zu erkennen und zu sammeln, wie Spieler*innen mental agieren und wie kognitive Prozesse ablaufen. Beispielsweise wird die „Handlungsschnelligkeit“ über Tests unter anderem im Footbonaut und der Helix gemessen. Die Daten werden nach der Erhebung in „SAP Sports One“ eingepflegt und gespeichert. Die physiologischen und psychologischen Ergebnisse aus den unterschiedlichen Tests werden zusammengeführt, vernetzt und ausgewertet. Das Ziel formuliert Mayer so: „Kopf- und Körperwerte lassen sich durch Training und Übung positiv beeinflussen. Unsere Aufgabe liegt darin, uns in die Perspektive der Spieler*innen zu begeben und in ihrem Sinne die bestmögliche Entwicklung zu ermöglichen. Und das hilft am Ende natürlich auch der TSG.“



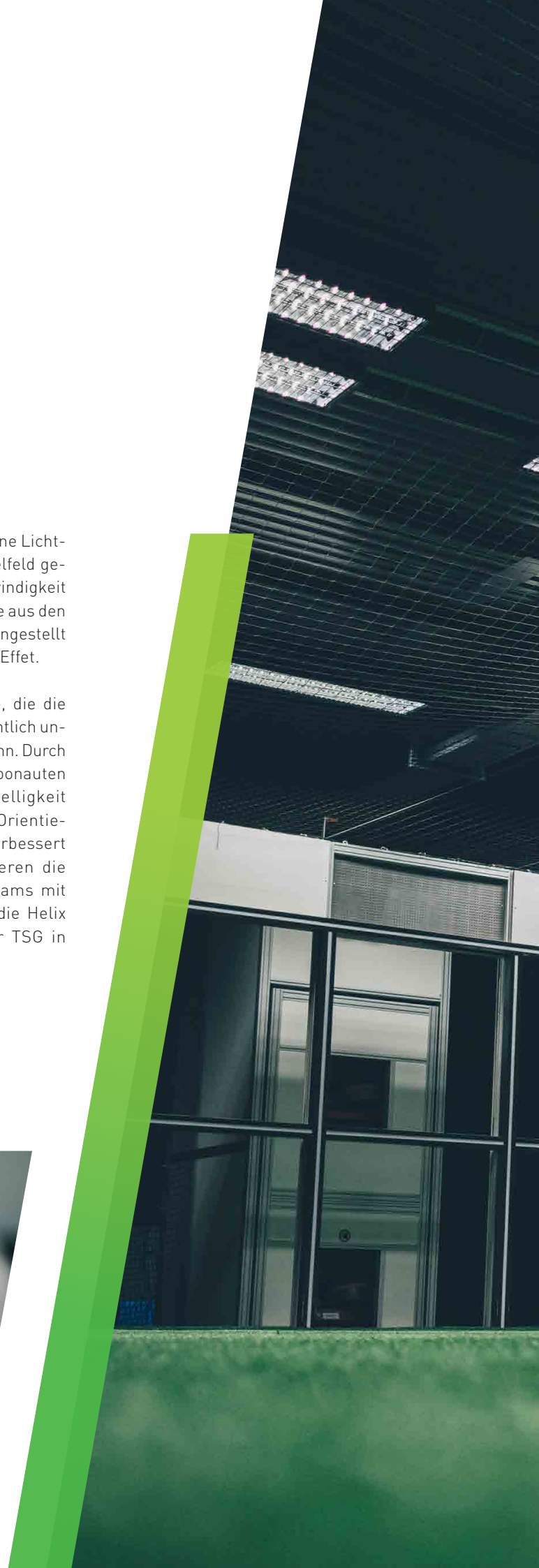
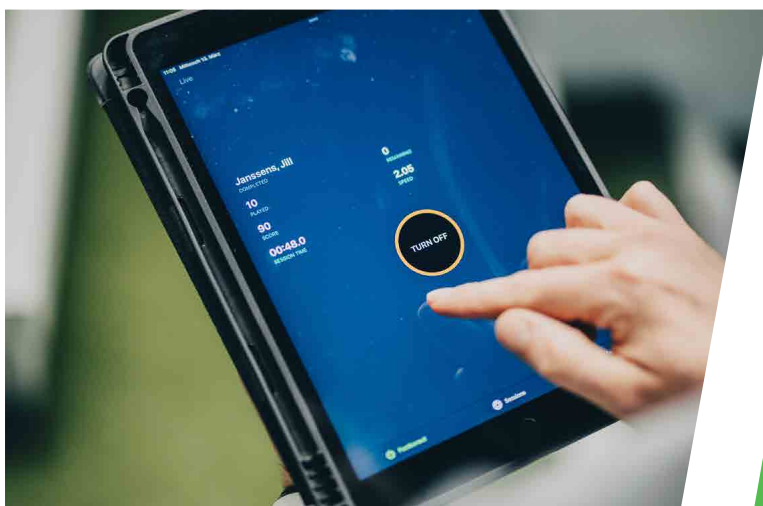
FOOTBONAUT

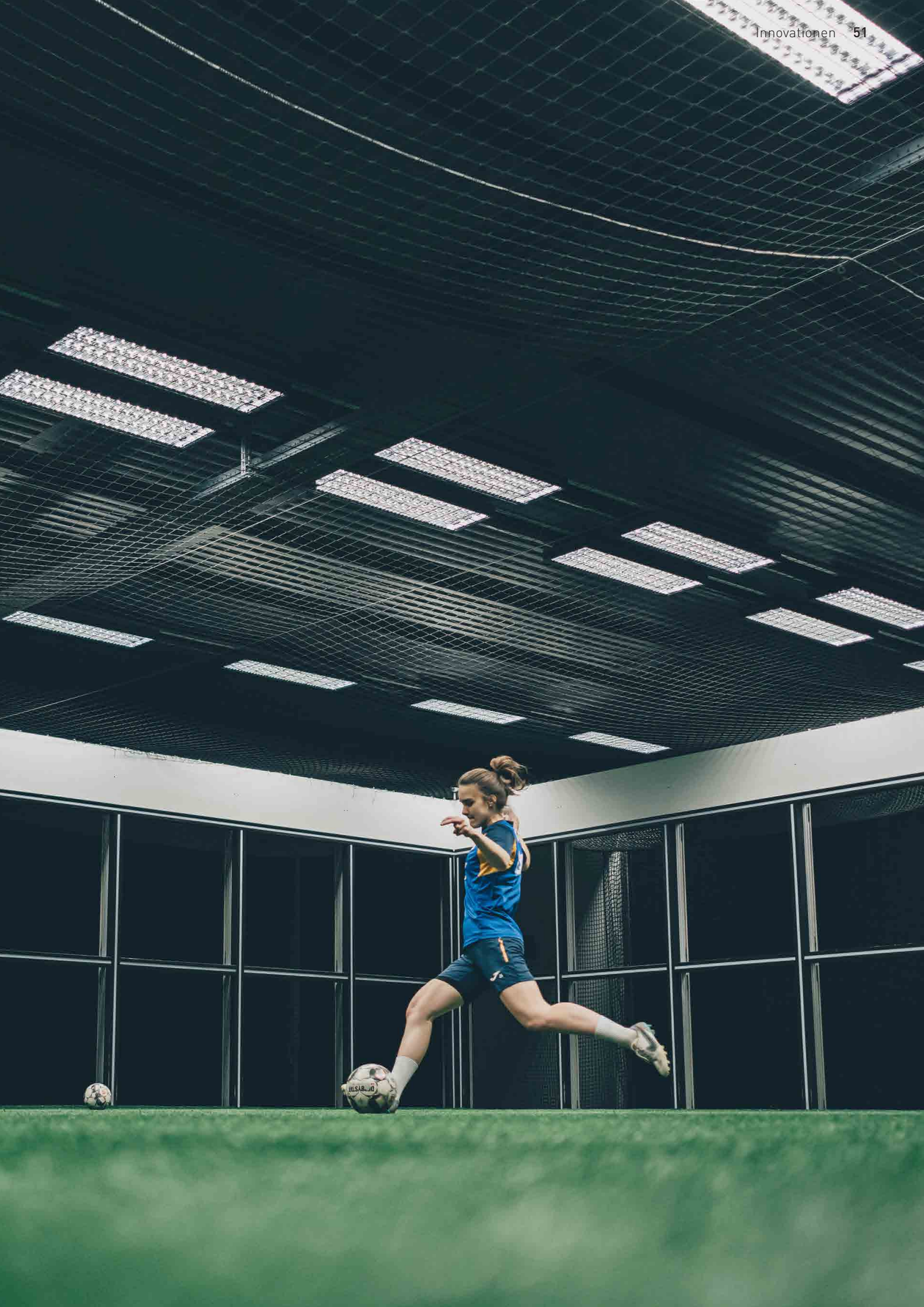
Der Footbonaut ist eine vollautomatische, computergesteuerte Trainingseinrichtung, in der rotierende Walzen in vier Türmen unablässig Bälle mit bis zu 100 km/h in einen Raum katapultieren. Dort befindet sich eine Kunstrasenfläche, die 14 mal 14 Meter groß ist und aussieht wie ein Käfig. Umgeben ist das „Spielfeld“ von einem großen Gitter mit 64 quadratischen Zielflächen (1,4 Meter Seitenlänge).

Die Bälle werden aus den Türmen (je eine Ballwurfmaschine unten und oben) in die Mitte geschossen. Ein*e Spieler*in kann also aus vier Richtungen angespielt werden. Die Zielfelder sind mit LED-Lichtstreifen umrahmt. Das Quadrat, das der/die Spieler*in

treffen soll, leuchtet auf. Eine Lichtschranke misst, ob das Zielfeld getroffen wurde. Die Geschwindigkeit und der Rhythmus der Bälle aus den Ballwurfmaschinen kann eingestellt werden – genauso wie der Effet.

Im System sind 140 Bälle, die die Maschine pausenlos – eigentlich unendlich lang – auswerfen kann. Durch ein Training mit dem Footbonauten kann die Handlungsschnelligkeit und die sogenannte Vor-Orientierung der Spieler*innen verbessert werden. Seit 2014 trainieren die Profi- und Nachwuchs-Teams mit der Anlage, die sich wie die Helix im Trainingszentrum der TSG in Zuzenhausen befindet.





WISSENSCHAFT

Wissenschaft at its best!
In der Helix-Arena wird in
einer 360 °- Umgebung
geforscht.

TSG ResearchLab

Das im Herbst 2019 gegründete ResearchLab ist eine gemeinnützige GmbH, die sich zum Ziel gesetzt hat, Wissenschaft und Forschung zu zukünftigen Themen in Sport und Gesellschaft zu betreiben. Als hundertprozentige Tochtergesellschaft der TSG Hoffenheim Spielbetriebs GmbH, die jedoch eigenständig agiert, kümmert sich das ResearchLab um qualitativ hochwertige Forschungsprojekte in einer Vielzahl von Disziplinen. Sie reichen von physiologischen bis zu psychologischen Leistungsfaktoren im Sport. Darüber hinaus fördert das ResearchLab Unterricht und Bildung in den oben genannten Bereichen und ermöglicht so, das Wissen aus der Bewertung von Spitzensportler*innen auf die Gesellschaft zu übertragen.

- Einzigartige Situation: Das Lab hat Zugriff auf alle Daten, die bei der TSG erhoben und gespeichert werden.
- Das Lab darf diese Daten für wissenschaftliche Zwecke nutzen. Es analysiert und verarbeitet Daten.

- Kontinuität: Die Datensätze werden nicht für ein bestimmtes Event erhoben, sondern die Daten werden kontinuierlich erfasst und können zu jedem Zeitpunkt abgerufen werden.
- Größere Datenmengen stehen zur Verfügung und können in Relation gesetzt, über Jahre hinweg ausgewertet und in verschiedensten Zusammenhängen gesetzt werden.
- Das ResearchLab hat sich ein Publikationsgebot zum Ziel gesetzt. Alle Ergebnisse müssen in Form von Studien, Interviews, Artikeln etc. veröffentlicht werden.

Mit dem ResearchLab öffnet ein professioneller Fußballverein „Türen und Tore“, stellt Daten und Know-how für Wissenschaft und Forschung zur Verfügung und stellt die Ergebnisse über Publikationen der Gesellschaft bereit. Etwas Vergleichbares gibt es im europäischen Fußball nicht.



Ziele:

1. Verfolgen von ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen Zwecken
2. Beitrag zum Gemeinwohl der breiten Gesellschaft

Zahlen und Fakten:

1. Durchschnittlich werden 20 Publikationen pro Saison veröffentlicht. In 2022 und 2023 (24 Monate) waren es 41 Publikationen.
2. Jährlich werden ca. 300 Spieler*innen vermessen.

Helix

Die Helix ist die weltweit erste Anlage ihrer Art. Mit einem überdimensionalen 360-Grad-Bildschirm, der den Spieler oder die Spielerin komplett umfasst und eine Rundum-Umwelt simuliert, ermöglicht die Helix Echtzeit-Matchszenarien und fordert die Trainingsperson auf, so schnell wie möglich auf die dargestellten Szenarien zu reagieren. Wie in einem großen, fast lebensechten Videospiel können die kognitiven Fähigkeiten (Wahrnehmung, Denkprozesse) von Sportler*innen oder Mitglieder anderer Berufsgruppen mit Hilfe von Top-Technologie nicht nur diagnostiziert und gemessen, sondern auch trainiert werden. In einer Studie in Zusammenarbeit mit den Universitäten Frankfurt und Bern wurde bewiesen, dass mit dem hochklassigen Diagnostik- und Trainingsgerät, das im Frühjahr 2020 in

Betrieb genommen wurde, wissenschaftlich fundierte Ergebnisse zu erzielen sind. Um die kognitiven Anforderungen von sportlichen Situationen zu untersuchen und neue Erkenntnisse zu sammeln, dienen Spieler*innen als Proband*innen für die Wissenschaft. Auch bei Feuerwehrleuten in voller Berufsmontur wurde untersucht, wie gut ihre kognitive Leistungsfähigkeit unter hoher körperlicher Belastung ist. Zudem wird bei Schlaganfallpatient*innen untersucht, ob sich durch Training in der Helix ihr gesundheitlicher Zustand verbessert.

Ergebnisse und Hintergründe zur Feuerwehr- und Schlaganfallstudie wurden auf der Webseite des TSG Research Labs veröffentlicht (<https://www.tsg-researchlab.de>).



Wissenschaftskooperationen

Das ResearchLab hat Kooperationen mit dem Deutschen Fußball Bund (DFB) sowie dem Deutschen Golf-Verband (DGV) und dem Deutschen Schwimmverband (DSV). Die Kooperation mit dem DFB enthält Untersuchungen von U-Mannschaften (Jugend-Mannschaften), die in gemeinsamen Vereinen organisiert sind. Das ResearchLab stellt unentgeltlich Analysetools zur Verfügung (z.B. Fragebögen) und erhält dafür anonymisierte Datensätze zur Nutzung. In der Kooperation mit dem DSV hat das ResearchLab eine Sportpsychologie-App entwickelt und als Gegenleistung an alle DSV-Sportler*innen versandte Analyse-Fragebögen analysieren und veröffentlichen dürfen. Es wurde zum Beispiel festgestellt, dass Einzelsportler*innen im

Hochleistungssektor ähnliche Eigenschaften aufweisen wie Führungskräfte in Unternehmen.

Das ResearchLab kooperiert zudem mit den Universitäten Frankfurt, Mannheim, Karlsruhe, Saarbrücken und Amsterdam sowie der Deutschen Sporthochschule Köln. Zumeist bringen sich beide Partner zu je 50 Prozent in die Kooperationsforschung ein. Möglichen Ausprägungen dieser Wissenschaftskooperationen sind etwa die externe Promotion von Doktorand*innen am Lab bei den Universitäten oder auch die Nutzung spezieller Hardware der Universitäten durch das Lab.



Highlight-Publikationen:

1) Juli 2023:

“Air pollution, a worthy opponent? How pollution levels impair athlete performance across physical, technical, and cognitive domains”

2) Mai 2023:

“Being ahead of the game – the association between executive functions and football performance in high-level football players.”

3) Mai 2023:

“Air pollution and elite adolescent soccer players’ performance and well-being; an observational study”

4) Mai 2023:

“Training and match load ratios in professional soccer – should we use player- or position-specific match reference values?”

5) April 2023:

“The relationship of personality and executive functions in high-level soccer athletes: expertise-and gender-specific differences”.

Komplette Übersicht:

<https://www.tsg-researchlab.de/scientific-work/publications>

Studie: Auswirkung der Luftverschmutzung (LV) auf sportliche Leistungsparameter



Fakten

- LV = toxischer Mix aus Chemikalien, Staub, Rauch aus fossiler Verbrennung
- 90 Prozent der Weltbevölkerung sind LV ausgesetzt
- 7 Millionen Todesfälle pro Jahr durch LV
- LV verursacht Schlaganfälle, Herzerkrankungen, Lungenkrebs u.a.

LV und Sport

- Sport (besonders im Freien) erhöht Einatmung von LV
- Erhöhte Gefährdung für Ausdauersportler*innen wegen Trainingsbelastung im Freien

Ergebnisse der Studie (Auswertung von 26 Spielen und 197 Trainingseinheiten einer U19)

- Bereits moderate Konzentration von LV weit unterhalb der EU-Grenzwerte beeinflussen Leistungen und Wohlbefinden negativ
- LV betrifft auch die kognitiven Fähigkeiten wie logisches Denken, Bewegungskoordination, Konzentration und Orientierung

Mögliche Handlungsempfehlungen

- Regelmäßige Überwachung der Luftqualität auf Trainingsplätzen
- Anpassung der Trainingszeiten nach Luftqualität

ÖKOLOGIE



UMWELT SCHÜTZEN



Die TSG Hoffenheim übernimmt Verantwortung für eine der größten Herausforderungen unserer Zeit und ist bestrebt, einen markanten Beitrag zu leisten, die Klimakrise beherrschbar zu machen. Um dies zu erreichen und damit einhergehend weitere ökologische Herausforderungen wie den Biodiversitätsverlust zu meistern, hat der Klub ambitionierte Schritte beschlossen und konkrete Ziele formuliert, an denen er sich messen lassen wird. Das bedeutet, dass möglichst jedes Handeln unter der ökologischen Prämisse steht, Ressourcen zu schonen und die Umwelt zu schützen.

ÖKOLOGISCHE HERAUSFORDERUNG

Mittelständisches Unternehmen, Sportgroßveranstalter, Weltreisender – auch die TSG Hoffenheim erzeugt als Akteur in der Fußball-Bundesliga einen nicht unerheblichen CO₂-Fußabdruck und nutzt natürliche Ressourcen. Gleichzeitig wirkt sich die Klimakrise inzwischen auch auf unser Kerngeschäft aus, beispielsweise durch anhaltende Dürreperioden oder zunehmende Extremwetterereignisse.

Wir möchten unsere gesellschaftliche Sonderrolle als Fußball-Bundesligist nutzen und auch in diesem Feld als Vorbild agieren. Deshalb bekennen wir uns zu Umweltschutz und Ressourcenschonung. Das äußert sich in vielfältigen Engagements, konkreten Projekten und Zielen. Und mehr noch: Zusammen mit unseren Partnern erweitern wir unseren Handlungsrahmen, schließen Kooperationen, gründen Netzwerke und treten so gemeinsam für mehr Klimaschutz ein.





Der Klub ist bereits seit 2018 Mitglied der vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) initiierten „Allianz für Entwicklung und Klima“ beigetreten – als erster Vertreter des Sports überhaupt. Zudem übernimmt die TSG seit Beginn der Saison 2019/20 Verantwortung für die nicht vermeidbaren Emissionen und investiert in Klimaschutzprojekte im Globalen Süden, über die eine entsprechende Menge an Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) eingespart wird (siehe Kapitel Afrika). Darüber hinaus praktiziert der Klub über den verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien Umweltschutz.

Mit dem eigens entwickelten „Common Value Ansatz“ betreibt die TSG Hoffenheim eine Evolution der Bundesliga- und Klub-Vermarktung. Noch vor der Reichweite werden die gemeinsamen Inhalte als Grundlage einer „Common Value-Partnerschaft“ betrachtet. Basis sind die eigenen Handlungsfelder. Das heißt: In jedes dieser Engagements sind gesellschaftliche Mehrwerte von Beginn an integriert. Eine auch finanzielle Entwicklung zugunsten des Klubs geht somit einher mit gesellschaftlichen Mehrwerten. Die Studie „Nachhaltigkeit im Profifußball: Mehrwert für Sponsoren?“ der Universität Mannheim zur Wirkung dieses Ansatzes zeigt, dass die Wahrnehmung eines Unternehmens in einer Common Value Partnerschaft über alle Wirkungsebenen hinweg signifikant positiver ist als bei einem klassischen Vermarktungsansatz.

Der Ressourcenverbrauch der TSG

Als wirtschaftlich tätiges Unternehmen belastet die TSG Hoffenheim die Umwelt und verbraucht Ressourcen. Um einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen wie Wasser, Energie und Rohstoffen zu erreichen und die Natur und das Klima zu schützen, dokumentiert der Klub transparent und nachvollziehbar seinen Verbrauch. Auch die Umweltauswirkungen seines Handelns werden nachgehalten.

Die Analysen dienen als Grundlage, um das Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz zu vertiefen und zu optimieren. So setzt die TSG mittlerweile in fast allen Gebäuden und Anlagen nur noch von Energieversorgern erworbenen und selbst produzierten Ökostrom ein.

Die hohen Ansprüche, die heutzutage an die Fußballplätze der Bundesliga gesetzt werden, sind oftmals nur eingeschränkt mit einer nachhaltigen ökologischen Pflege zu vereinbaren. Hier setzt der Klub zunehmend darauf, Ressourcen zu schonen.

UNSER CO₂-FUSSABDRUCK

Die Emissionen der TSG

Das Bekenntnis der TSG Hoffenheim zur Klimaverantwortung mündet in dauerhafte Bestrebungen, den eigenen Ausstoß von Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Damit auch wir das Ziel, die Klimaerwärmung einzudämmen, effektiv verfolgen können, gilt es an erster Stelle, die Emissionsquellen zu identifizieren und im Anschluss auf das Möglichste zu reduzieren. Der Klub hat 2019 erstmals seine Emissionen erfassen lassen. Für die Saison 2022/23 hat die gemeinnützige Stiftung „myclimate – The Climate Protection Partnership“ die Emissionen aller Liegenschaften der TSG ermittelt und berechnet. Diese Gebäude und Anlagen wurden einbezogen: Geschäftsstelle und Trainingszentrum, PreZero Arena, Akademie Arena, Dietmar-Hopp-Stadion, ehemaliges Vereinsheim

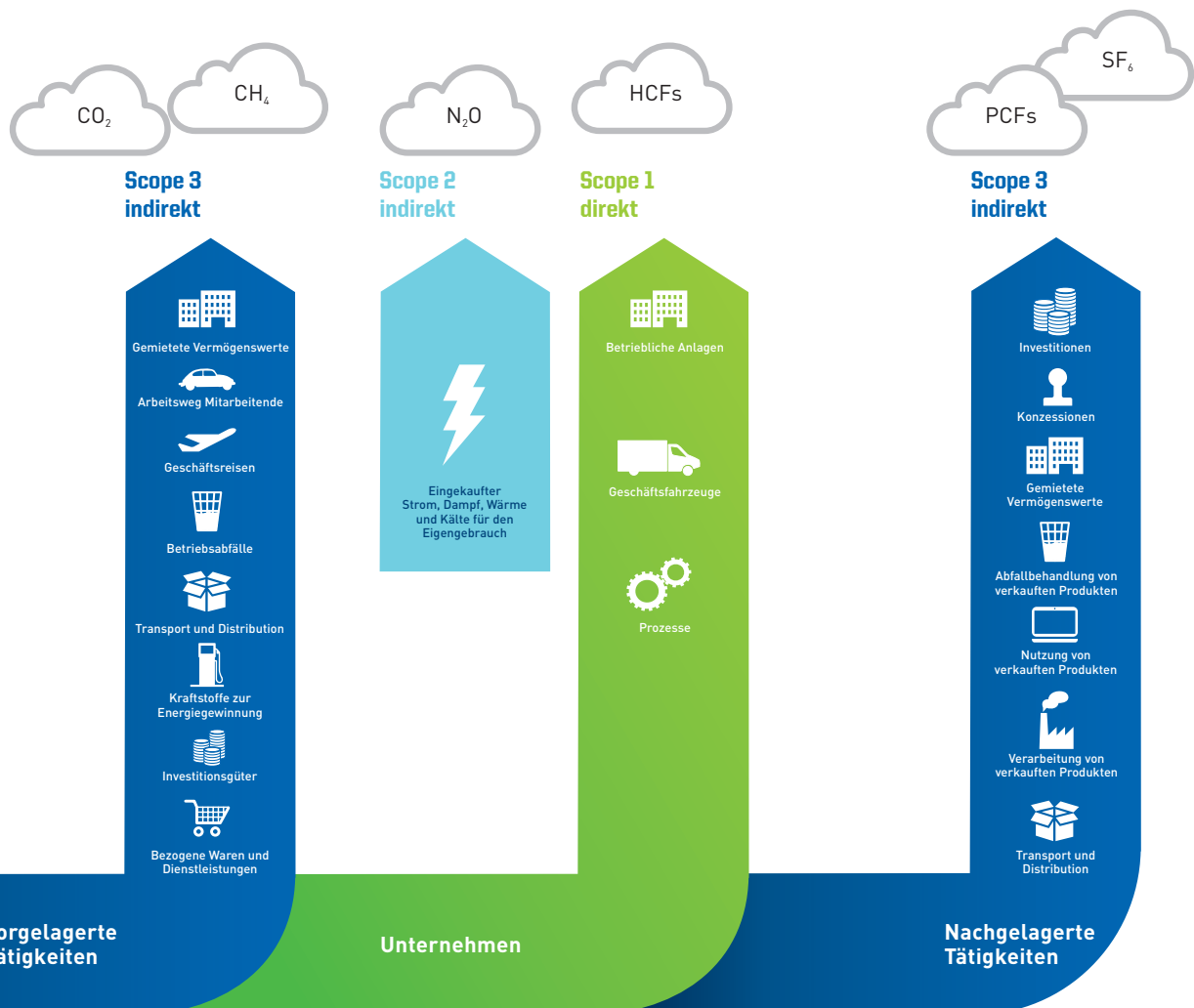
„Fairplay“, Frauenförderzentrum, Leistungszentrum und Schülerwohnheim.

Den größten Anteil der THG*-Emissionen, für die die TSG verantwortlich ist, entfällt wie bei allen anderen Klubs der Männer-Bundesliga auf die Fan-Mobilität. Die An- und Abreise zu den Heimspielen nach Sinsheim verursacht den größten CO₂-Ausstoß und stellt die TSG vor die Herausforderung, ihn in markanter Größenordnung zu verkleinern. Dennoch bildet die Ermittlung, wie die Emissionen zustande kommen, die wesentliche Basis, um Lösungen zu entwickeln.

*Wir benutzen die Bezeichnungen „THG“ (Treibhausgas), „CO₂e“ (CO₂-Äquivalent) oder kurz „CO₂“ als Synonym

DIE QUELLEN DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN

nach dem generischen Scopes-Modell des Greenhouse Gas Protocols (GHG)



Quelle: myclimate

EMISSIONEN

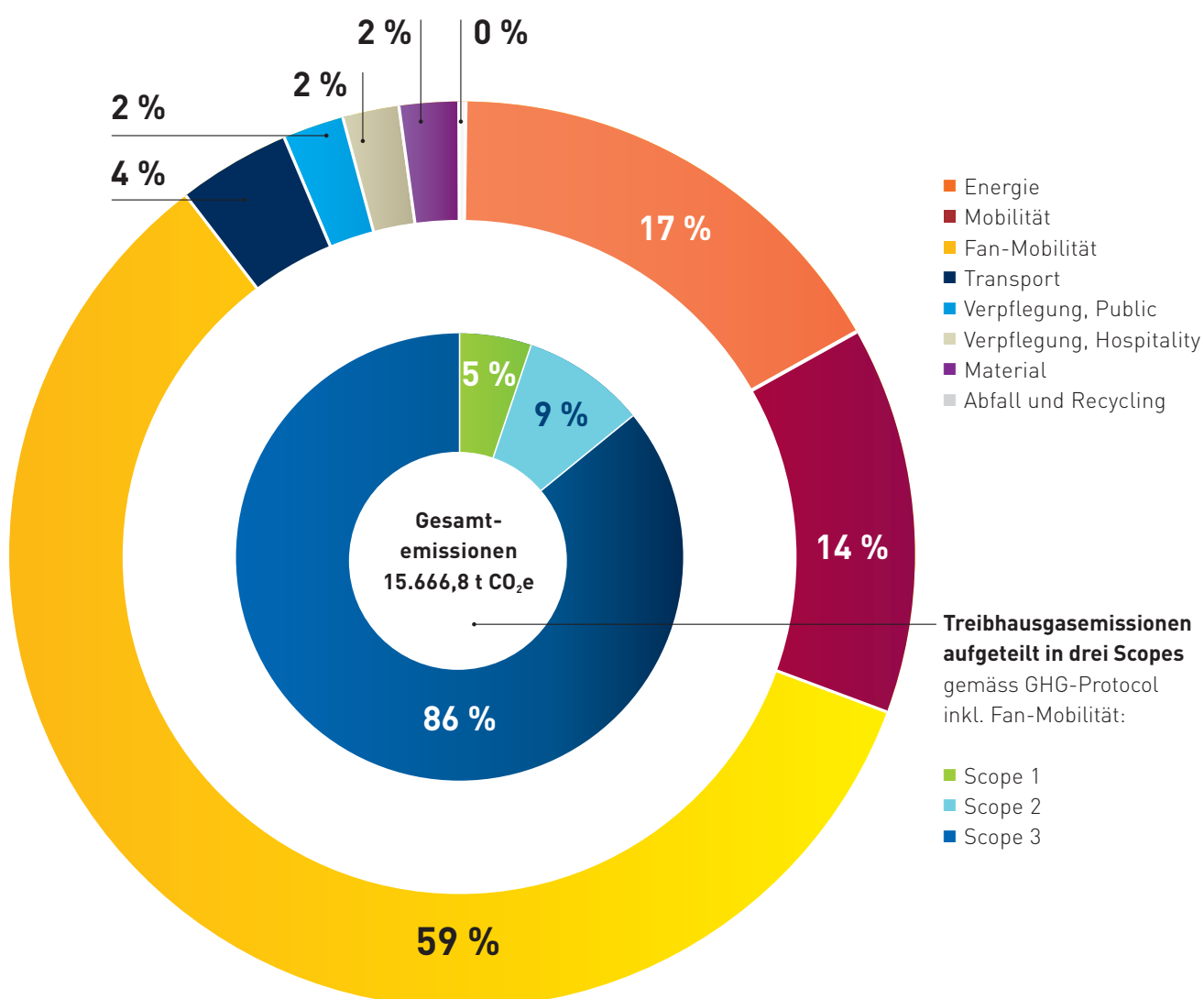
[t CO₂e]

Energie	2.614,7
Mobilität	2.193,0
Fan-Mobilität	9.230,4
Transport	592,5
Verpflegung, Public	393,1
Verpflegung, Hospitality	266,8
Material	349,1
Abfall und Recycling	27,2
gesamt:	15666,8



TREIBHAUSGASEMISSIONEN AUFGETEILT IN KATEGORIEN

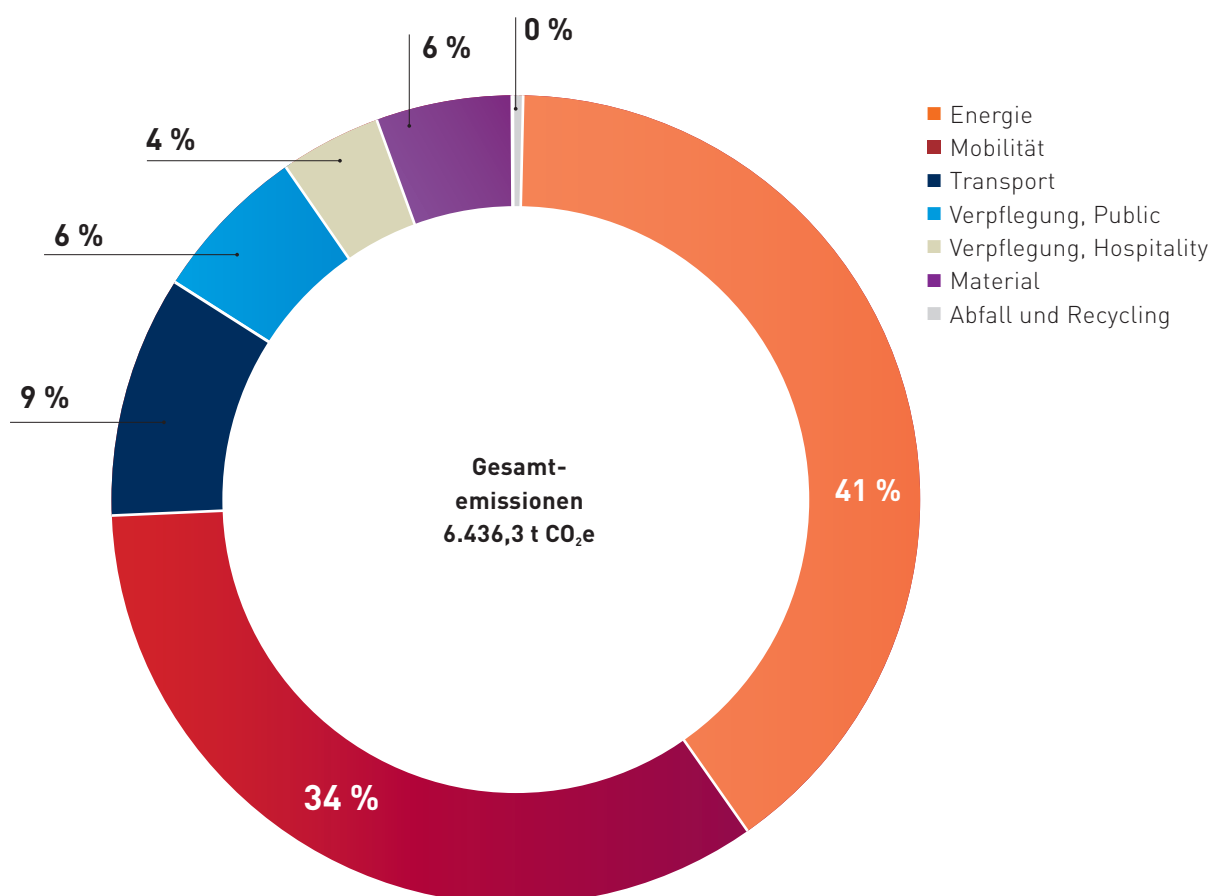
inkl. Fan-Mobilität





TREIBHAUSGASEMISSIONEN AUFGETEILT IN KATEGORIEN

exkl. Fan-Mobilität



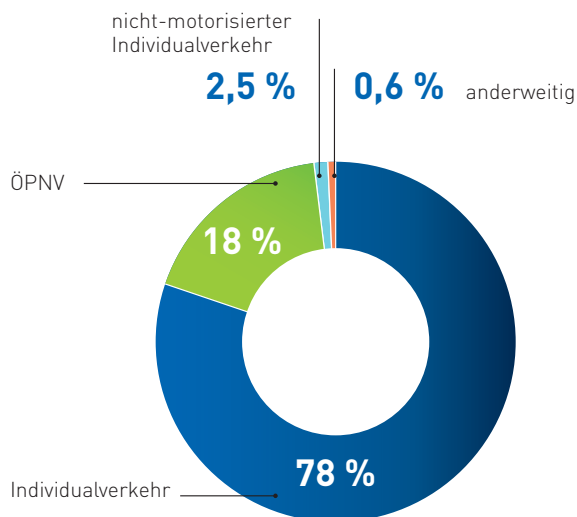
Im April und Mai 2023 hat die TSG in Zusammenarbeit mit der Universität Mannheim und der Metropolregion Rhein-Neckar im Rahmen des sogenannten „Smart-Region-Projekts“ eine umfangreiche Befragung bei Fußball-Fans durchgeführt, welche Verkehrsmittel sie für den Besuch der Heimspiele nutzen. Für die Datenerhebung erfolgte ein E-Mail-Versand des Links zur Online-Befragung in der Saison 2022/23 an Dauerkartenbesitzer*innen für das Heimspiel gegen den 1. FC Köln und an Online-Ticketkäufer*innen der drei Heimspiele gegen Köln, Eintracht Frankfurt und Union Berlin. Teilgenommen haben 1.973 Personen, was einer Rücklaufquote von 13,6 Prozent entsprach.

Auf Basis der Ergebnisse definiert die TSG Ziele und erstellt ein ganzheitliches Mobilitätskonzept, sowohl in der Projektgruppe des Smart-Region-Projekts als auch individuell. Die Aufgabe der TSG ist es grundsätzlich, eine Verringerung des motorisierten Individualverkehrs zu erzielen. Dafür ist unter anderem eine bessere Infrastruktur für die An- und Abreise der Fußballfans erforderlich.

Konzepte, die die TSG bereits umsetzt:

1. Die Eintrittskarten für Fußballspiele in der PreZero Arena gelten gleichzeitig für Hin- und Rückfahrt im Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN), und des Heilbronner/Hohenloher/Haller Nahverkehrs (HNV).
2. Kostenloser Shuttlebus vom Bahnhof an die Arena, die von der Bahn zusätzlich eingesetzten Entlastungszüge, sowie der Shuttleverkehr aus den umliegenden Orten durch die SWEG und Palatina.

FAN-MOBILITÄT DER MÄNNER-BUNDESLIGA



Die Ergebnisse der Fan-Umfrage:

- 78,9 Prozent kommen per motorisiertem Individualverkehr (Pkw oder Motorrad / Fahrer*in oder Mitfahrer*in)
- 18 Prozent nutzen den ÖPNV (Stadtbus/Regionalbus, Straßenbahn/U-Bahn/Stadtbahn, S-Bahn/Regional- oder Fernzug)
- 2,5 Prozent kommen mit dem nicht-motorisierten Individualverkehr (Fahrrad, E-Bike, E-Scooter, zu Fuß)
- 0,6 Prozent kommen anderweitig (Anrufsammeltaxi, Rufbus, Taxi, Reisebus nicht im Linienverkehr)
- durchschnittliche An- und Abreise: circa 67 Kilometer

Teilgenommen haben 1.973 Personen (13,6% Rücklaufquote)

DIE TSG SETZT ÖKOLOGISCHE AKZENTE

Bei der PreZero Arena, Heimspielstätte des Männerteams und größte genutzte TSG-Liegenschaft, wurden bedeutende ökologische Gesichtspunkte bereits bei der Erstellung berücksichtigt.

Die Photovoltaik-Anlage auf dem Stadiongelände, die 2014 auf den Carports der Parkplätze installiert wurde, deckt rechnerisch etwa 25 Prozent des gesamten Strombedarfs der TSG ab und wird vollständig ins öffentliche Stromnetz eingespeist. Zudem sorgt eine Holzpellet-Heizung für 70 Prozent des Wärmebedarfs. Die Bewässerung des Rasens erfolgt zu einem im Berichtszeitraum noch nicht ermittelbaren Teil aus einer Regenwasser-Zisterne.

Seit dem 1. August 2023 ist der Strombezug zu 100 Prozent auf Ökostrom umgestellt worden. Neben der 10.000 Quadratmeter umfassenden Solaranlage über den Parkflächen existieren zudem Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach des TSG-Fanhauses am Stadion und auf dem Gelände des Trainings- und Geschäftsstellenzentrums in Zuzenhausen. Pro Jahr produziert die TSG insgesamt rund 1,0 Millionen kWh Strom (2021/22 = 1.125.817 / 2022/23 = 993.862 kWh) aus erneuerbarer Energie. Eine Reduzierung des Strombedarfs wird ständig überprüft und bei anfallenden Wechseln der Leuchtmittel umgesetzt. Eine markante Einsparung erfolgte, indem die Flutlichtanlage im Dietmar-Hopp-Stadion mit neuen LED-Lampen versehen wurde.

Auch in allen Standorten der TSG-Akademie – dem Dietmar-Hopp-Stadion und dem Leistungszentrum in Hoffenheim sowie der Akademie-Arena in Zuzenhausen – wird Ökostrom bezogen, der zu 100 Prozent in skandinavischen Wasserkraftwerken erzeugt wird. Die Beschaffung und Lieferung des Stroms erfolgen auf Basis von Zertifikaten, die die Herkunft nachweisen und den aktuell geltenden EU-Richtlinien entsprechen. Die Abwicklung und Überwachung dieser Lösung erfolgt über ein sogenanntes „Green Book Management“, das nach TÜV-Standard zertifiziert ist und der TSG eine zuverlässige und nachvollziehbare Lieferung garantiert.

Weitere Akzente:

Die TSG Hoffenheim hat Gebäudeleitsysteme sowohl in der PreZero Arena als auch im Trainings- und Geschäftsstellenzentrum Zuzenhausen installiert, um eine Vielzahl an Systemen, die eine hohe Menge an Energie verbrauchen (zum Beispiel Beleuchtung und Bewässerung), smart steuern und somit Energie einsparen zu können.

Trikots und Hosen aus recyceltem Plastik

Mit Beginn der Saison 2020/21 bestehen die Trikots aus zu 100 Prozent recyceltem Polyester – sowohl das Team-Outfit als auch die im Fanshop erhältlichen Jerseys.

Energieverbrauch 2022/23

Arena:

Stromverbrauch erneuerbar (Strom vom Fanhaus)	14.062 kWh
Stromverbrauch konventionell	3.179.422 kWh
Eingespeister Strom Photovoltaik (Strom vom Carport)	979.800 kWh
Notstrom (Strom aus Diesel)	37.039 kWh
Fernwärme	1.526.040 kWh
Fernkälte	318.390 kWh

Stromverbrauch erneuerbar und eingespeister Strom PV: Arena insgesamt

993.862 kWh

Trainingszentrum:

Stromverbrauch erneuerbar	153.383 kWh
Stromverbrauch konventionell	771.908 kWh
Eingespeister Strom Photovoltaik	695 kWh
Erdgas	1.593.741 kWh

Stromverbrauch erneuerbar und eingespeister Strom PV: Trainingszentrum:

154.078 kWh

Herausforderung Rasen

Rasenplätze sind die Bühne des Fußballs. Die Qualitätsansprüche der Spieler*innen und auch der DFL sind sehr hoch. Optimale Trainings- und Spielbedingungen müssen gewährleistet werden. Ein Top-Zustand ist mit einer intensiven Pflege und einer erheblichen ökologischen Belastung verbunden. Die Fußballplätze verbrauchen anteilig die meisten Wasser- und Energieressourcen an den Standorten der TSG. Neben der Installation einer Zisterne in der PreZero Arena, mit der gesammeltes Regenwasser für die Bewässerung des Stadionrasens und für die Toilettenspülungen verwendet wird, gibt es weitere Schritte zum Einsparen von Frischwasser. Digitale Messgeräte (TurfPods) im Stadion und auf den Trainingsplätzen messen die Bodenfeuchte des Rasens, um eine bedarfsgerichtete Bewässerung zu erreichen. Auch die hohe Menge an Rasenschnitt der Trainingsplätze versucht die TSG möglichst ökologisch zu entsorgen. Der

Rasenschnitt, der 2022/23 in der PreZero Arena 21,95 und im Trainingszentrum 46,54 Tonnen betrug, wird überwiegend von regionalen Bauern als Dünger eingesetzt. Ein kleiner Teil wird vom Partner PreZero zu Autogrammkarten für die Spieler verarbeitet.

Auch die drei Kunstrasenplätze der TSG sind ökologisch problematisch. Ihre Füllung besteht aus Gummigranulat, das häufig aus gebrauchten Autoreifen hergestellt wird. Dieses schwer abbaubare Mikroplastik gelangt durch Wind, Regen und Sportschuhe leicht in die Umwelt und gefährdet Lebewesen auf umliegenden Wiesen und Gewässern und kann auch Pflanzen beeinträchtigen. 2023 hat die EU den Verkauf von Mikroplastik und Produkten, bei denen es verwendet wird, verboten. Dies gilt auch ab 2031 für die Granulat-Füllung von Kunstrasenplätzen.

ÜBERSICHT UNSERER FUSSBALLPLÄTZE

Trainingszentrum GmbH 3 Naturplätze 1 Hybridplatz 1 Hybrid Kleinspielfeld	Leistungszentrum Hoffenheim e.V. 2 Naturplätze
PreZero Arena GmbH 1 Halb-Natur-Hybridplatz	Dietmar-Hopp-Stadion Hoffenheim e.V. 1 Hybridplatz
Akademie Zuzenhausen e.V. 1 Hybridplatz 1 Naturplatz	Frauenfußball St.Leon e.V. 2 Naturplätze

Kunstrasen mit Olivenkernen

Die TSG hat schon 2021 auf das Problem des Mikroplastiks reagiert und einen Kunstrasenplatz der Akademie ausgetauscht. Im Grundlagenzentrum wurde aufbereiteter Kunststoffabfall bei der Neu-Installation verwendet, der zu 100 Prozent recycelbar ist. Anstatt des damals noch nicht verbotenen Kunststoffgranulats wurden geschredderte Olivenkerne als ökologisches Füllmaterial verwendet. Der entfernte alte Kunstrasen wurde in Großteilen wiederverwertet und seitdem beim Ludwigshafener SC aufbereitet verwendet. Im März 2024 erhält ein weiterer Platz Kork als Einstreu anstelle des Gummigranulats. Auch für eine künftig eventuell nötige Entsorgung von abgenutzten Kunstrasenplätzen besteht das Bewusstsein, dass die zu entfernenden Komponenten als Sondermüll behandelt werden müssen, der bei der meist noch üblichen Verbrennung mit hohen CO₂-Emissionen verbunden ist.

RACE TO ZERO

Im Rahmen der internationalen Klimakonferenz COP27 in Sharm el Sheikh im November 2022 hat die TSG Hoffenheim offiziell das Bekenntnis zum „Race to Zero“ des Sports for Climate Action Framework der Vereinten Nationen abgegeben.

Das „Race to Zero“ sieht vor, dass der CO₂-Fußabdruck bis 2030 um 50 Prozent im Vergleich zum Basisjahr, bei der TSG die Saison 2022/23, sinken muss, bis 2040 lautet das Ziel „Netto Null“. Das heißt, es dürfen faktisch – bis auf einen kleinen, wohl weiterhin nicht vermeidbaren Rest – keine THG-Emissionen mehr ausgelöst werden.



Die TSG ist damit Mitglied einer illustren Gesellschaft, denn Race to Zero ist eine große, globale Kampagne für eine gesunde, widerstandsfähige und kohlenstofffreie Erholung der Erde. Sie zielt darauf ab, zukünftige Bedrohungen zu verhindern, anständige Arbeitsplätze zu schaffen und ein inklusives, nachhaltiges Wachstum zu fördern. Die Kampagne mobilisiert eine Koalition führender Netto-Null-Initiativen, die bereits im Herbst 2022 insgesamt 11.309 Akteure (8.307 Unternehmen, 595 Finanzinstitutionen, 1.136 Städte, 52 Staaten und Regionen, 1.125 Bildungseinrichtungen und 65 Gesundheitseinrichtungen) umfasste.

2019 hat die TSG erstmals ihre CO₂-Emissionen berechnet, jedoch konnte kein Reduktionspfad erstellt werden, da der mit der Ergebnisermittlung beauftragte Dienstleister aufgelöst wurde. Es wurden mehrere Projekte umgesetzt, aber die Ermittlung des Reduktionspfades bleibt eine unverzichtbare Basis, um den Weg von den festgestellten Treibhausgasemissionen hin zur Klimaneutralität strukturiert einzuschlagen. Während der Saison 2022/23 wurden mit „myclimate“ die THG-Emissionen berechnet. Diese Datengrundlage dient als Basis, um den Reduktionspfad noch im Jahr 2024 konkret zu entwickeln, mit dem die TSG das ambitionierte, aber als unabdingbar gesetzte Ziel durchsetzen möchte.

11.309
AKTEURE

8.307
UNTERNEHMEN

595
FINANZINSTITUTIONEN

1.136
STÄDTE

52
STAATEN UND REGIONEN

1.125
BILDUNGSEINRICHTUNGEN

65
GESUNDHEITSEINRICHTUNGEN

sind Teil der „Race to Zero“ Initiative (Stand Herbst 2022)

Stefan Wagner
Leiter Stabsstelle
Unternehmens-
entwicklung der
TSG Hoffenheim

„MIT TRIPPELSCHRITTEN KOMMEN WIR NICHT SCHNELL GENUG VORAN“

Stefan Wagner, die TSG hat sich 2022 zum „Race to Zero“ bekannt. Was heißt das und warum ist das wichtig?

Das „Race to Zero“ ist eine zentrale Kampagne der Vereinten Nationen, der sich zahlreiche Vereine und Verbände weltweit angeschlossen haben. Aus der Bundesliga waren vor uns bereits der VfL Wolfsburg und Werder Bremen dort vertreten. Es ist wichtig, dass wir uns gemeinsam ambitionierte Ziele vornehmen, gegenseitig anspornen und an dem Erreichten messen lassen.

Warum braucht es diesen Weg und ambitionierte Ziele? Kann das nicht auch jeder für sich machen?

Das gemeinsame Bekenntnis zum „Race to Zero“ der UN inspiriert, motiviert und setzt uns im positiven Sinne auch ein wenig unter Druck. Den sich daraus ergebenden Maßnahmenkatalog können wir abarbeiten, die Ergebnisse kritisch bewerten. Dazu gehören notwendige Schritte wie die Messung des CO₂-Fußabdrucks oder die Entwicklung eines Reduktionspfades. Statt immer wieder einzelne Schritte abzuwägen, zu diskutieren und zu entscheiden, wird daraus so ein

komplexes Gesamtprojekt. Für die internen Prozesse ist ein solch vorgegebener Weg mit konkreten Zielen und Maßnahmen sehr förderlich.

Was ist, wenn die TSG die ambitionierten Ziele nicht erreicht?

Es ist hier besser, an zu hohen Zielen zu scheitern als zu niedrige zu erreichen. Denn: Mit Trippelschritten kommen wir nicht schnell genug voran. Es braucht – und das bestätigt uns die Wissenschaft eindringlich tagtäglich – ein ambitioniertes Niveau. Dem wollen und müssen wir uns stellen. Wenn wir Klimaschutz als „nice-to-have“-Projekt ansehen, ihn innerhalb unserer Komfortzone angehen und er zum Beispiel den Launen sportlicher Schwankungen ausgesetzt ist, dann werden wir den Herausforderungen der Klimakrise nicht gerecht. Wir denken, dass wir als Fußball-Bundesligist nicht nur eine besondere Verantwortung, sondern auch die große Chance haben, gemeinsam mit Partner*innen spannende und wirkungsvolle Projekte innerhalb der TSG und darüber hinaus anzustoßen. Das „Zero-Waste-Konzept“ in der PreZero Arena ist ein positives Beispiel dafür, wie ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit zusammengedacht werden können. Das hilft am Ende auch dem sportlichen Erfolg.

VISION: ZERO WASTE ARENA

Durch die Partnerschaft mit PreZero erhält die TSG Hoffenheim einen intensiven Zugang und profitiert von einem großen Know-how bei den Themen Abfall- und Kreislaufwirtschaft. Durch die Partnerschaft mit dem international tätigen Umweltdienstleister, der sich das Ziel von „Zero Waste“ (null Müll) gesetzt hat, wird der Klub zu einem Vorreiter auf einem zentralen Handlungsfeld, auf dem Fußball-Bundesligisten den Nachweis ihres nachhaltigen Wirkens erbringen müssen.

Die PreZero Arena in Sinsheim, die Heimspielstätte der TSG Hoffenheim, wurde im Frühjahr 2023 als erstes europäisches Stadion von TÜV Süd für sein betriebliches Abfall- und Wertstoffmanagement mit dem Reifegrad „Bronze“ zertifiziert. Das Projekt ist ausgerichtet an der Vision „Zero Waste“ gemäß DIN SPEC 91436. „Die TÜV Süd-Zertifizierung ist ein Meilenstein für uns. Es war eine große Vision, gemeinsam mit unserem Partner PreZero dorthin zu kommen, wo wir mittlerweile sind“, erklärt Denni Strich, Geschäftsführer der TSG. Reifegrad Bronze bedeutet, dass mehr als 85 Prozent des Abfalls vermieden, wiederverwendet, recycelt, kompostiert oder vergärt wird. Die Quote der TSG, die durch die TÜV-Prüfer ermittelt wurde, lag bei rund 87 Prozent.

Der Übergang der Spielstätte in eine „Zero Waste Arena“ verlief ab Mitte 2021 rund eineinhalb Jahre lang - und nahm die Besucher*innen der Arena stets mit auf den Weg und in die Pflicht. Farblich gekennzeichnete Trennsysteme, erklärende Anleitungen und informierende Elemente sind längst ein fester Bestandteil des Stadions. Im Zusammenspiel mit einprägsamen Slogans zieren sie die PreZero Arena. „Unsere Dreierkette für ein sauberes Spiel“ steht auf den Mülltrennungsboxen, ebenfalls der animierende Aufruf „Du wirfst ein – wir verwandeln.“ Auf der Sortieranleitung wird den Besucher*innen erklärt, welcher Wertstoff in welche der drei farbigen Behälter gehört.

Der anfallende Abfall bei den Großveranstaltungen in den Stadien ist erst vor kurzem in den Fokus des Interesses gerückt. Somit sind die TSG und PreZero zu einem Best Practice Beispiel geworden, das für andere Klubs adaptierbar ist. Zudem entspricht die Partnerschaft dem Common Value Vermarktungsansatz. Seit der offiziellen Zertifizierung des Projekts erfahren die TSG und PreZero eine hohe Aufmerksamkeit in den Fachmedien, von interessierten Sponsoren, anderen Sportvereinen und Veranstaltungsstätten.

Ein deutschlandweit viel beachteter Erfolg, auf dem sich die TSG und PreZero allerdings nicht ausruhen wollen. 2024 wird angestrebt, neben dem Stadion auch weitere TSG-Standorte auszeichnen zu lassen, wie Strich betont: „Das war erst der Anfang. Es geht nun weiter im Klub, in der Geschäftsstelle und im Dietmar-Hopp-Stadion. Nachhaltigkeit hört nie auf. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit PreZero die nächsten Schritte zu gehen.“

Die TÜV Süd-Zertifizierung stufte auch Marcus Sagitz, Leiter Marketing bei PreZero International, als Auszeichnung mit großem Wert ein: „Es ist für uns extrem wichtig, dass es eine unabhängige Prüfung mit festen Normen gibt. Wir wollen bewusst nicht in die Greenwashing-Ecke rutschen, sondern Transparenz und Vergleichbarkeit schaffen. Die zahlreichen Gespräche und das öffentliche Interesse an diesem Projekt zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Und dieser ist noch längst nicht beendet – und hat keine Zielgerade. Denn für sämtliche Nachhaltigkeitsprodukte gilt laut Sagitz ein fester Grundsatz: „Man ist nie fertig. Es gibt immer das nächste Projekt, wir lernen stets dazu, erhalten neue Informationen und Technologien. Deshalb werden wir weiterarbeiten, unser Handeln verbessern und ausweiten. Das Konzept auf den gesamten Verein auszuweiten, steht nun im Fokus. Umwelt- und Klimaschutz funktioniert nur, wenn man sich zu 100 Prozent dazu bekennt. Dieses Thema irgendwann mal wieder schleifen zu lassen, ist keine Option. Es funktioniert, wenn man es gemeinschaftlich und mit der richtigen Haltung angeht, mit vollem Einsatz und mit voller Überzeugung.“

Die zahlreichen Gespräche und das öffentliche Interesse an diesem Projekt zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Denni Strich
Geschäftsführer
der TSG



TRENNANLAGE

pre zero Arena

DAS KOMMT REIN

- Tickets
- Stadionzeitschrift
- Fan-Flyer
- Getränkehalter
- Fan-Schilder (z.B. Stadion-Choreo)
- Zigaretzenschachteln

„Die TÜV Süd-Zertifizierung ist ein Meilenstein für uns.“

Denni Strich, Geschäftsführer der TSG

- Essensreste (Pommes, Currywurst)
- Servietten
- Taschentücher
- Kaugummi
- Stoffreste (z.B. Fahnen)
- Hygieneartikel

DER ZEITLICHE ABLAUF

pre zero

PAPIER /
KARTON

KUNSTSTOFF /
PLASTIK

RESTABFALL

Bitte keine Mehrwegbecher oder
Zigaretten in die Müllcontainer werfen.

Audit in der
PreZero Arena

11. / 12. April 2023



Schulungen der
Mitarbeiter*innen und der
externen Dienstleister*innen



Februar 2023

Aufbau einer
Datenbasis

ab Mai 2022



Umsetzung der Maßnahmen
(Trennbehälter etc.)



April 2022 -
Februar 2023

Ausgestaltung der
Zero Waste Dokumentation

Mai -
August 2022



Erstmalige Restabfallanalyse zur
Aufstellung des Status quo



März 2022

Aufstellung des
Projektplans

Anfang 2022



Kick-Off des Projekts
zwischen PreZero und TSG



Juni 2021

Die Umsetzung

- Es wurde ein Wertstoff-Trennsystem in der PreZero Arena etabliert mit detaillierten Trennanleitungen, die spielerisch und animierend dargestellt wurden.
- Die Stadionsektionen: Umlauf (Public-Bereich), Business Club, Logen, Küchen, Kioske, Fanshop, Wertstoffraum.
- Getrennt wird nach Organik, Papier/Pappe, Kunststoffe und Glas, weiteren Fraktionen wie Holz, Rasen, Batterien (insgesamt 12 Fraktionen).
- Mitarbeiter*innen von Caterer, Reinigungsdienstleistern und TSG wurden bezüglich einer richtigen Trennung und Entsorgung geschult; diese Schulungen werden jährlich aufgefrischt, geplant ist eine Schulung der Fanclubs.
- Durch interne und externe Kommunikation wird Aufmerksamkeit geschaffen, Aufklärung, Animierung und Transparenz angeschoben.
- Regelmäßige Restabfallanalysen mit der Fragestellung, wie viel recyclebare Wertstoffe noch enthalten sind.
- Einführung eines Mehrwegbecher-Systems ist bereits im Januar 2020 erfolgt. Bei einer ausverkauften Arena werden rund 22.000 Becher (0,5 l), 2.500 Kaffeebecher und in der kalten Jahreszeit 5.000 Glühweinbecher im Ausschank benötigt. Die zuvor genutzten 0,5 l-Einwegbecher bestehen aus Polylactiden (PLA), für die es in Deutschland keine geeignete Möglichkeit der Kompostierung oder des Recyclings gibt. Pro Saison kann der Einsatz von bis zu 500.000 Bechern dieser umweltschädlichen Art vermieden werden.
- Die seit mehr als drei Jahren eingesetzten Becher in 0,3-l- sowie in 0,5-l-Größe (mit verschiedenen Eichstrichen je nach Kaltgetränk) bestehen aus widerstandsfähigem Polyethylen (PE) und können rund 400 Mal eingesetzt werden.





Das bedeutet Zero Waste

Der Grundgedanke der Zero Waste Idee ist die völlige Vermeidung von Abfällen. Da dies bei Events mit vielen Besuchern aber nicht möglich ist, liegt der Fokus darauf, den Abfall mit einer möglichst hohen Quote wieder in den Wertstoff-Kreislauf einzugliedern. Beispiele dafür sind das Mehrwegbeckersystem oder das Graspapier, das aus dem Stadionrasen gewonnen wird und auf dem Autogrammkarten gedruckt werden. Selbst die nach langer Nutzung unbrauchbaren Mehrwegbecher werden für die Herstellung von Sitzkissen recycelt. Auch die Wertstoff-Trennsysteme bestehen aus Recyclaten. Der Kreislauf soll so gut wie möglich geschlossen werden. Leitbegriffe für Zero Waste lauten: Refuse, Reduce, Reuse und Recycle (vermeiden, reduzieren, wiederverwenden, wiederverwerten).

Ausblick/ Ziele

- Zero Waste Vision auf alle Liegenschaften/ Standorte der TSG übertragen
- Gold-Zertifikat anstreben

Übersicht der Klima-Initiativen/ Netzwerke:

Allianz für Entwicklung und Klima

- Unterstützung der Allianz für Entwicklung und Klima des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
- seit 2018

Sports for Future e.V.

- Erst-Unterstützung der Initiative 2019, um den Sport mit Blick auf die Klimakrise zu versammeln
- Appell an die Einhaltung des Pariser Klimaabkommens
- Impulse in den Sport
- Nutzung des Sports als Plattform für Aufmerksamkeit für die Klimakrise
- Kampagne „Sports4Trees“, gemeinsam mit dem BMZ (www.sports4trees.com)
- Insgesamt 550+ Vereine, Verbände und Unterstützer*innen, die zusammen mehr als 25 Mio. Sportler*innen repräsentieren

Race to Zero

- Seit November 2022
- Das „Race to Zero“ sieht vor, dass der CO₂-Fußabdruck bis 2030 um 50 Prozent im Vergleich zum Basisjahr sinken muss, bis 2040 lautet das Ziel „Netto Null“.

Smart Region Projekt

- Metropolregion Rhein-Neckar, zusammen mit der Thermen & Badewelt Sinsheim, Technik Museum Sinsheim und der KLIMA ARENA
- Seit 2023
- Nach Auswertung der Mobilitätsanalyse und der Vernetzung von mobilitätsrelevanten Daten (Datenmarktplatz) werden aus den Analysen zukunftsgerichtete und nachhaltige Handlungsempfehlungen für die Metropolregion abgeleitet und getestet.

AFRIKA



**THINK GLOBAL
ACT LOCAL**



Afrika, die sogenannte „Wiege der Menschheit“, war 2012 Ausgangspunkt internationaler Aktivitäten der TSG Hoffenheim. Das Engagement auf dem afrikanischen Kontinent fußt dabei nicht auf dem Blick potenzieller Märkte, sondern ist Ausdruck einer Haltung. „Think global, act local“, so lautet der Leitsatz der TSG, die dort auf vielfältige Weise Verantwortung für globale Gerechtigkeit, für die Klimakrise und eine nachhaltige Entwicklung übernimmt. Mit der „Common Value Club Alliance“ hat die TSG 2021 zudem ein neues internationales Kapitel aufgeschlagen, das über den afrikanischen Kontinent hinausgeht.

AFRIKA – SEIT 2012 IM FOKUS DER TSG

Auch durch persönliche Erfahrungen – die zweite Mannschaft (U23) absolvierte bereits im Jahr 2012 ein Trainingslager in Namibia – bestehen gewachsene Verbindungen ins südliche Afrika. Innovation sowie soziale und ökologische Initiativen unterstützen die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen („SDG“). Diese Themenfelder, in denen der Klub national als Vorreiter gilt, konnten bereits in einige Länder transportiert werden. Projekte wie die „Sport- und Umweltbildung“ in der Grenzregion zu Angola sind wichtige Bausteine der Bemühungen „Umweltbildung durch und mit dem Fußball“.

Sport ist als gemeinsamer Nenner der Ausgangspunkt der Hoffenheimer Aktivitäten. Die allumfassende Botschaft ist auch beim Afrika-Engagement, den Fußball neu zu denken: über den Sport hinaus in internationalen Perspektiven und neuen Dimensionen. Darum gehen die TSG-Projekte über die reine Sport- und Fußballförderung hinaus und widmen sich bewusst Themen, die die Lebensrealität der Menschen betreffen. Zusammen mit der gemeinnützigen Organisation „Global United FC“ hat die TSG in Namibia eine Initiative ins Leben gerufen, durch die Jugendliche mit den Themen Bildung, Ernährung und Klimaschutz vertraut gemacht sowie Lehrkräfte fortgebildet werden. Auch das eigens entwickelte Klima-Ticket für Bundesliga-Heimspiele, mit dem Käufer*innen das Projekt „Kleinbauern in Uganda forsten Wälder auf“ der Klimaschutzorganisation „myclimate“ unterstützen konnten, oder die Entwicklung einer eigenen Textilmарke „umoja“ kommen den Menschen in Afrika direkt zugute und binden sie aktiv in die Projekte mit ein.





Der TSG ist es seit Beginn ihrer Aktivitäten wichtig, die Internationalisierungsstrategie nicht im ersten Schritt nur zur Selbstvermarktung zu nutzen und beispielsweise durch Gastspiele in Erscheinung zu treten. Vielmehr möchte sie über den Doppelpass „Fußball und Umwelt“ nachhaltige Wirkung erzielen, präsent sein und durch das außergewöhnliche Engagement einen Kontrapunkt zu marktgetriebenen Internationalisierungsansätzen setzen. Mit diesem Handeln kann die TSG auch ein Beispiel für andere Klubs sein.

In den vergangenen Jahren hat die TSG das Engagement im südlichen Afrika gemeinsam mit weiteren Partnern wie „Viva con Agua“ in unterschiedlichsten Projekten bis hin zum Aufbau der eigenen Produktmarke „umoja“ stetig intensiviert. Die Aktivitäten werden auch von einer Kooperation mit dem „Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung“ (BMZ) getragen. Belege für das nachhaltige Mindset als Treiber für einzigartige und internationale Kooperationen sind auch die durch die Initiative der TSG gegründete „Common Value Club Alliance“ oder die Mitgliedschaft in der „Allianz für Entwicklung und Klima“. Auch zahlreiche aus intrinsischen Motiven unterstützte Klimaschutzprojekte zur Übernahme von Klimaverantwortung wurden seit 2019 angestoßen, so auch das in der Saison 22/23 geförderte zertifizierte Projekt von myclimate „Weniger Abholzung des Regenwaldes

dank effizienten Kochern in Kenia“. Die TSG Hoffenheim setzt mit ihrem Afrika-Engagement auf dem Feld der internationalen Partnerschaften einen besonderen, in dieser Form für die Bundesliga einmaligen Akzent, der dem Anspruch „Fußball neu zu denken“ gerecht wird.

Gee om – „sich kümmern“

Das Hoffenheimer Engagement in Namibia ist eng mit Lutz Pfannenstiel verbunden. Der damals bei der TSG für das Thema Internationalisierung zuständige Ex-Torhüter ist Gründer der gemeinnützigen Organisation „Global United FC“ und stellte 2015 das auf drei Jahre angelegte Projekt „TSG 1899 Gee Om – Future for the Youth“ auf die Beine. Der Name ist Programm: „Gee Om“ stammt aus der Bantu-Sprache OshiWambo und bedeutet sinngemäß: „sich kümmern“. Schwerpunktthemen waren von Beginn an Bildung und Ernährung – auch im Bereich Klimaschutz – und somit auch Schulungen im verantwortungsbewussten Umgang mit Rohstoffen. „Fußball und Umwelt im Doppelpass“ war schon damals das Leitmotiv. Neben Lutz Pfannenstiel reiste unter anderem auch Kristian Baumgärtner, seit 2021 der Erste Vorsitzende des e.V., nach Afrika, um sich persönlich von der Entwicklung der Projekte zu überzeugen und selbst Aufbauhilfe zu leisten. So hatte der Tross auch Kleidung, Fußbälle sowie Trikotsätze im Gepäck und versorgte Kinderheime, Suppenküchen und Hilfseinrichtungen in Townships mit Sachspenden sowie Nahrungsmitteln.





Sport für Entwicklung

Im Jahr 2018 startete die TSG in Kooperation mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in Rundu im Norden Namibias das Pilotprojekt „Sport- und Umweltbildung“. Es sah neben Trainings- und Spielformen sowie Trainer*innen-Fortbildungen auch mehrere Einheiten zur Umweltbildung der namibischen gemeinnützigen Organisation „EduVentures“ vor. Fußball als Türöffner – im Wechsel mit den sportlichen Einheiten wurden Umwelttrainings abgehalten, die sich um Themen wie Klimawandel, Energiegewinnung, Biodiversität und das natürliche Gleichgewicht drehten. Diese wurden gleichsam theoretisch oder über abwechslungsreiche Aktivitäten vermittelt. „Es war großartig zu sehen, wie über den Fußball Menschen mit unterschiedlichen Kulturen und Blickwinkeln in toller Atmosphäre zusammengefunden haben. So erhielten die Teilnehmenden wertvolle Impulse in Sachen Fußball, Umwelt und Verständigung“, resümierte der damalige TSG-Projektleiter Sebastian Bacher. Eine Fortsetzung mit 60 Kindern und 20 Coaches erfolgte im Mai 2019 in Windhoek, der Hauptstadt Namibias.

umoja - unity in motion

Im Dezember 2019 startete die TSG ein weiteres viel beachtetes Projekt und gründete eine eigene nachhaltig in Afrika produzierte Lifestyle-Textilmarke. Hintergrund war der Gedanke, eine Marke zu gestalten, die über klassisches Merchandising hinausgeht und mit Hilfe der Plattform Bundesliga eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung auf dem afrikanischen Kontinent initiieren kann.

Die umoja-Kollektion wird zu 100 Prozent in Uganda hergestellt. Die Baumwolle dafür wird in der Kasese-Region angebaut, geerntet und ist „Cotton made in Africa“-zertifiziert. Die gesamte Wertschöpfung findet unter fairen und sicheren Arbeitsbedingungen statt – vom Anbau und der Ernte der Baumwolle, über das Entkörnen, Spinnen, Weben, Nassveredeln und Konfektionieren bis hin zum fertigen Produkt. Die Produktion der Kleidung in Afrika schafft Arbeitsplätze und fördert die lokale Wirtschaft. Zudem fließen ein Zehntel aller Bruttoerlöse direkt zurück in das Land für soziale und ökologische Projekte.



„Gemeinsam etwas bewegen, gemeinsam etwas erreichen, gemeinsam Haltung zeigen für eine nachhaltige Entwicklung und als ein führender deutscher Fußballverein etwas zu geben für die Menschen und die Natur des afrikanischen Kontinents – dafür steht die Marke umoja“, lautete das Credo bei der Marken-Präsentation.

Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller sagte damals: „Sport ist eine Sprache, die überall verstanden wird und Werte wie Fairplay, Toleranz und Verantwortung vermittelt. Respekt und Fairness brauchen wir aber nicht nur auf dem Spielfeld oder im Stadion, sondern weltweit. Die TSG Hoffenheim geht hier voran und wird in Afrika eine nachhaltige Textilmarke produzieren. So können die TSG-Fans mit ihrem Einkauf faire Produktion und neue Jobs in Afrika unterstützen.“ Im Vergleich zu den anderen Engagements in Afrika ging die TSG durch umoja einen Schritt weiter und war erfolgreich damit, für die Produkte einen fairen Marktzugang in Deutschland zu schaffen. „Mit dieser Strategie, die sich auch immer am Nutzen für die Gesellschaft orientieren soll, setzt die TSG im Profifußball ein klares Zeichen“, sagte Stefan Wagner zu der innovativen und nachhaltigen Produktentwicklung.



umoja.

2021 wurde die Kooperation zwischen umoja und „Viva con Agua“ besiegelt. Die international bekannte Initiative setzt sich mit Partnerorganisationen für sauberes Trinkwasser, Toiletten und Hygiene in den Regionen West Nile und Karamoja ein. Denni Strich, Geschäftsführer der TSG Hoffenheim, betonte den Wert der Zusammenarbeit: „Wir freuen uns sehr über einen starken Partner vor Ort. Auf diese Weise unterstreichen wir erneut unser Engagement für wirkungsvolle Partnerschaften und eine nachhaltige Entwicklung – hier bei uns wie auch in Uganda.“



Sport ist eine Sprache, die überall verstanden wird und Werte wie Fairplay, Toleranz und Verantwortung vermittelt.

Dr. Gerd Müller, ehemaliger Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Im März 2022 lief Hoffenheim bei einem „Afrika-Spieltag“ der TSG in einem umoja-Sondertrikot auf. Das kreative Design wurde inspiriert von afrikanischen Ethno-Mustern und wurde aus recyceltem Polyester produziert. 10% des Brutto-Verkaufserlöses für insgesamt 2.761 umoja-Artikel, 20% des verkauften Sondertrikots sowie die Einnahmen einer anschließenden Versteigerung der von den Profis getragenen Trikots gingen an die Hanne School in der Baumwoll-Anbauregion nahe Kasese zur Verbesserung der Wasserversorgung und an „Viva con Agua“ für das Projekt „Football4Wash“ in Uganda, dem Produktionsstandort von umoja.



Youth Ambassador in Kenia powered by TSG

Das Gemeinschaftsprojekt „Bundesliga Youth Ambassadors“ in Kenia lief von Februar 2020 bis November 2021. „Fußball, wie er sein soll“: So lautete das Motto von mehreren Fußball-Camps und -Workshops mit jugendlichen Botschaftern in Nairobi, welche die Fußballschule der TSG Hoffenheim gemeinsam mit Bundesliga International und „streetfootballworld“ organisiert hat. Anschließend hat die TSG während der Saison 2022/2023 sowie zu Beginn der Spielzeit 2023/2024 regelmäßige digitale Treffen veranstaltet, um im Austausch zu bleiben.

Das „Bundesliga Youth Ambassador Programm“ in Kenia nutzt den Fußball als Katalysator für sozialen Wandel und setzt dabei auf Multiplikator-Effekte, um neue Kompetenzen langfristig in den örtlichen Strukturen zu verankern.

Die TSG bildet die einheimischen Botschafter*innen im Alter von 18 bis 25 Jahren aus und bringt ihnen die in Hoffenheim bewährten Inhalte und Trainingsprinzipien näher. Auch „Sport4Development“-Themen und Video-Coaching gehörten dazu. Im Rahmen einer fünftägigen Veranstaltung in der westkenianischen Handelsstadt Kitale machten die ersten „Bundesliga Youth Ambassadors“, genannt BUYAs, den Abschluss ihrer Ausbildung.

Die Idee hinter der Initiative: das Sozialbewusstsein der BUYA fördern und mithilfe der globalen Strahlkraft des Fußballs einen positiven Beitrag zur persönlichen, sozialen und gesellschaftlichen Entwicklung vor Ort leisten.

Fußball und Umwelt im Doppelpass beim „Earth Day“

Zum internationalen Earth Day, der jährlich am 22. April begangen wird, veröffentlichte die TSG im Jahr 2021 einen Leitfaden, der die Themen „Fußball“ und „Umweltbildung“ miteinander verknüpft. In Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) entstand ein Manual mitsamt einer Praxissammlung, um umweltrelevante Themen in den Sport- und Fußballkontext zu integrieren.

Der Gedanke eines solchen Handbuchs zur Umweltbildung durch und mit dem Fußball hatte seinen Ursprung in den mit der GIZ veranstalteten Camps in Rundu und Windhoek. Die wertvollen Erfahrungen der TSG-Trainer*innen flossen direkt in die Gestaltung des Praxisteils des Handbuchs ein.

Mit ihm soll die Relevanz der Thematik „Umweltbildung durch und mit dem Fußball“ verdeutlicht werden. Zudem soll vermittelt werden, dass die beiden Themenfelder direkt miteinander verknüpft werden können und der Fußball als Multiplikator für unterschiedliche gesellschaftsrelevante Themenbereiche dienen sowie Inhalte spielerisch vermitteln kann. Das Handbuch ist als Download erhältlich und kann seitdem jederzeit frei genutzt werden.



Klima-Ticket pro Afrika

Fans der TSG Hoffenheim haben seit März 2019 die Möglichkeit, beim Kauf einer Eintrittskarte aktiv einen Beitrag für den Klimaschutz zu leisten: In seinem Online-Ticketshop bietet der Fußball-Bundesligist das „Klima-Ticket“ zum Kauf an. In Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Klimaschutzorganisation „myclimate Deutschland“ konnten Käufer*innen bis 2022 das Projekt „Kleinbauern in Uganda forsten Wälder auf“ unterstützen, indem sie pro Ticket eine jeweils unbestimmte Anzahl Baumsetzlinge zusätzlich buchen konnten. Am Ende des Bestellvorgangs wurde den Online-Nutzer*innen die Option angeboten, für 1 Euro einen Setzling zu kaufen, der beim Projekt gepflanzt wurde. Es bestand also auch die Möglichkeit, pro Kartenkauf mehrere Setzlinge zu kaufen.

Die Spenden-Initiative versetzt Kleinbauern in die Lage, Wälder aufzuforsten und bestehende Wälder so zu bewirtschaften, dass sie als Fundament für eine langfristig nachhaltige Landnutzung und die Absorption von CO₂ dienen können. Mit etwa 200 Setzlingen kann eine Fläche in der Größe eines Fußballfeldes bepflanzt werden. Die Spenden helfen somit nicht nur beim Klimaschutz, sondern auch den Menschen vor Ort. Im Rahmen dieses Projekts konnten bereits mehr als 1.700 Kleinbauern und Bäuerinnen finanziell unterstützt werden. Mit rund 370.000 Bäumen konnten bislang 1.773 Hektar Wald wieder aufgeforstet werden – das entspricht einer Gesamtfläche von mehr als 2.500 Fußballfeldern. Über die TSG Hoffenheim und Partner PreZero wurden insgesamt knapp 30.000 Setzlinge ermöglicht.



Seit der Saison 2022/23 wird mit dem Kauf des Klima-Tickets das Burkina Institute of Technology (BIT) unterstützt, dem auch von TSG-Ärmelsponsor hep seit vielen Jahren aktiv geholfen wird. Dazu gehört auch die weiterführende Schule Lycée Schorge in Burkina Faso. Unter anderem hat das auf die Solartechnik spezialisierte Unternehmen eine Solaranlage inklusive Speicher gespendet und vor Ort installiert. Mit jedem Ticket wird geholfen, den Schülerinnen und Schülern einen energiegeladenen Tag mit Essen und Trinken zu ermöglichen. In der Saison 2022/23 wurden 2.324,31 Euro gespendet.



Common Value Club Alliance – Drei Kontinente. Drei Klubs. Eine Mission.

Im Oktober 2021 hat die TSG Hoffenheim ein weiteres wichtiges Kapitel aufgeschlagen. Gemeinsam mit dem US-amerikanischen FC Cincinnati sowie dem ghanaischen Meister, den Accra Hearts of Oak, wurde die „Common Value Club Alliance“ ins Leben gerufen.



Nach dem Motto „Drei Kontinente. Drei Klubs. Eine Mission.“ werden in diesem Projekt die Entwicklungen der Partner und gesellschaftliche Mehrwerte in einer internationalen Gemeinschaft verbunden – von der Ausbildung junger Spieler*innen bis hin zu gemeinsamen nachhaltigen Projekten und Initiativen, was ein Novum im Bereich derartiger Kooperationen darstellt. Als gemeinsames Aufgabengebiet der „Common Value Club Alliance“ wurde auch die gesellschaftliche Wirkung der Klubs, die die TSG im Rahmen ihrer Strategie „TSG ist Bewegung“ anstrebt und die Entwicklung nachhaltiger, zukunftsweisender Geschäftsmodelle definiert.

Die Kooperation mit dem FC Cincinnati startete bereits Ende 2020. Ein Jahr später folgte die Zusammenarbeit mit dem ghanaischen Klub Accra Hearts of Oak und damit die Gründung der Common Value Club Alliance.. Die „Hearts“, gegründet 1911, sind einer der ältesten Klubs in Afrika mit einer starken Fanbasis und einem der modernsten Nachwuchsleistungszentren des Kontinents. Im Zuge der Allianz wurde der Klub der erste in Afrika, der eine klare Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Ziel der drei Partner ist es, die Perspektiven

von drei Kontinenten und drei Ligen mit dem Blick auf einen gemeinsamen Weg zu verbinden. Im Juni 2022 trafen sich Vertreter*innen der Klubs zu einem gemeinsamen Workshop in Accra, bei dem auch konkrete Fragen wie etwa die personelle Besetzung der Akademie auf Basis der Strukturen und Erfahrungen der TSG sowie des FC Cincinnati bearbeitet wurden. Ein großer Fokus lag auf der Ausrichtung der künftigen

Zusammenarbeit, der gemeinsamen Ziele, des Know-how Austausches, der Möglichkeit von Hospitationen bis hin zur gemeinsamen Entwicklung der „CVCA-Plattform“ und die Integration möglicher weiterer Partner. Im Juli 2023 besuchte eine TSG-Delegation den FC Cincinnati und präsentierte die einzelnen Projekte von „TSG ist Bewegung“ sowie das gesamte Nachhaltigkeitskonzept des Klubs.



COMMON VALUE CLUB ALLIANCE



Emissionskompensation durch Klimaschutzprojekte

Seit 2019 stellt sich die TSG Hoffenheim aktiv der Übernahme von Klimaverantwortung. Da es trotz intensiver Bemühungen nicht möglich ist, Emissionen gänzlich zu vermeiden, investiert der Klub in Projekte, mit denen Emissionen an anderen Stellen ausgeglichen werden. Die TSG kompensiert dabei alle Emissionen der „Scopes 1 und 2“ sowie die eigene Reisetätigkeit. 2019 wurde ein mit dem

Gold Standard zertifiziertes Projekt in Uganda unterstützt. Damals wurden mit einem Aufforstungsprojekt im Kikonda Forest 3.187 Tonnen Treibhausgase kompensiert. In die Kompensationen sind neben den Emissionen der TSG auch jene, die an Spieltagen vor Ort durch die An- und Abreise der Gastmannschaft und der Schiedsrichter entstehen. Für die Saisons 2021/22 und 2022/23 erfolgte die Investition in Klimaschutzprojekte zu je 3.184 Tonnen CO₂-Äquivalente über das Projekt „Weniger Abholzung des Regenwaldes dank effizienten Kochern in Kenia“.

Projekt „Aufforstung im Kikonda Forest“

Bei der Auswahl der Projekte nach dem Gold Standard fokussiert sich die TSG auf die Region Subsahara-Afrika und glich ihren Fußabdruck der Saison 2019/20 über das Aufforstungsprojekt im „Kikonda Forest“ in Uganda aus. Es umfasst eine Fläche von mehr als 10.000 Fußballfeldern und bietet mehr als 600 Menschen eine Existenzgrundlage. Weitere Aufforstungen im Umfeld des Projekts werden durch Schulungen und die Bereitstellung von Pflanzen für benachbarte Familien gefördert. So wurden rund 200.000 zusätzliche Bäume gepflanzt. Die lokale Bevölkerung profitiert von den neu geschaffenen Arbeitsplätzen, aber auch von der Unterstützung der medizinischen Versorgung und der dortigen Schulen durch den Projektbetreiber. Dass diese großflächigen Gebiete im Kikonda Forest von der Bewirtschaftung ausgenommen und als Naturreservat unter Schutz gestellt hat, dient dem Erhalt der Biodiversität.



„Klimaneutralität“ vs. „Klimaverantwortung“

Der Begriff „Klimaneutralität“ wurde (und wird zum Teil noch immer) verwendet, wenn man den nicht vermeidbaren Teil seines CO₂-Fußabdrucks durch Klimaprojekte kompensiert und ihn so bilanziell auf null gestellt hat. Die TSG Hoffenheim hat dies für die Emissionen des Scope 1 und 2 sowie die eigene Reisetätigkeit so gehandhabt. Dies wird seit einiger Zeit von verschiedenen Umweltverbänden als irreführend oder auch als „Greenwashing“ kritisiert. Die TSG ist von den positiven Wirkungen überzeugt, die bei ihren Projekten über die CO₂-Einsparungen deutlich hinausgehen, und betrachtet sie als einen wichtigen Teil einer nachhaltigen Entwicklung. Voraussetzung für jedes Projekt ist eine transparente und hochwertige Zertifizierung, über die die konkreten Wirkungen überprüft und bestätigt werden. Die TSG wird an derartigen Projekten festhalten und wendet auf sie den Begriff „Klimaverantwortung“ an.

EFFIZIENTE KOCHSTELLEN IN KENIA

Das „Effiziente Kocher“-Projekt in Kenia, das die TSG über ihren Partner „myclimate“ aktiviert hat, wird von der kenianischen Organisation „Eco2librium“ entwickelt und umgesetzt. Es wird jährlich überprüft sowie von einer unabhängigen externen Stelle kontrolliert und auditiert. 2017, 2018, 2019, 2021 und 2022 wurde „Eco2librium“ gemeinsam mit anderen „Global B Corporations“ (sogenannte Changemaker) als „Best for the World“ ausgezeichnet und gehört somit zu den zukunftsweisenden Unternehmen der Welt.

Lokal produzierte, effiziente Kocher reduzieren in Kenia den Holzverbrauch und tragen dazu bei, die einzigartige Vegetation und Biodiversität des Kakamega-Regenwaldes zu erhalten. Die Kochstellen haben einen saubereren Verbrennungsprozess und stoßen daher weniger Ruß aus, was zu weniger Infektionen der Atemwege vor allem bei Frauen und Kindern führt. Die verminderte Abholzung und Brennholz-Gewinnung reduzieren die Treibhausgasemissionen. Zudem müssen die Frauen weniger lange Feuerholz suchen und sammeln.



Zehntausende effiziente Kocher wurden bisher dank des Projekts in ländlichen Haushalten in Gemeinden in der Nähe des Kakamega Waldes in West-Kenia installiert. Mittlerweile sind mehr als 90 Prozent der Haushalte in drei bis fünf Kilometern Entfernung des Regenwaldes im Besitz eines effizienten Kochers. Der nördliche Teil ist geschützt und gehört zum Kakamega Nationalpark. Trotz des geschützten Status wird der Regenwald aufgrund seiner attraktiven Ressourcen ernsthaft beschädigt. Der Kakamega Wald hat seit 1933 fast 50 Prozent an Fläche verloren.

Mit dem Projekt werden außerdem lokale Arbeitsstellen geschaffen. Die kleinen Geschäftsmodelle helfen den Menschen im ländlichen Kenia, eine Zukunftsperspektive aufzubauen. Die Mittel aus den CO₂-Zertifikaten fließen nicht nur direkt in die Kocher, sondern auch in die Ausbildung der lokalen Handwerker*innen, die an der Herstellung und dem Einbau der effizienten Kocher beteiligt sind. Der Verkauf der durch das Projekt erzielten Emissionsreduktionen bildet die Basis, um Arbeitsplätze zu schaffen, die negativen Auswirkungen des Klimawandels abzumildern und die Lebensgrundlage der Gemeinden zu verbessern.

Dieses Projekt führte zu einer jährlichen CO₂-Reduktion von 236.881 t (Stand Ende 2022) und trägt zu 9 SDGs bei (Sustainable Development Goals = die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen).

Quelle: myclimate





Zu folgenden SDG trägt das Projekt bei:



SDG1 – keine Armut

Ein Haushalt in Kenia spart im Durchschnitt 119 Stunden durch Kocher für Brennholzsammeln etc. Diese Zeit wird für Aktivitäten verwendet, mit denen Einkommen erzielt werden kann und trägt so zur Bekämpfung der Armut bei.



SDG3 – Gesundheit und Wohlergehen

94,4 Prozent der Nutzer*innen geben an, dass sich die Raumluftqualität verbessert hat.



SDG4 – Hochwertige Bildung

Im Rahmen des Projekts werden Schulungsprogramme durchgeführt, an denen jedes Jahr mehr als 680 Menschen teilnehmen. Das Projekt ermöglicht Mädchen den Schulbesuch, da weniger Zeit mit dem Sammeln von Brennholz aufgewendet wird.



SDG5 – Geschlechtergerechtigkeit

517 Frauen erhalten nun ein Einkommen, das fünfmal höher ist als jenes, das sie vor dem Projekt erzielten. Die Frauen sind in der Lage, zum Einkommenserwerb beizutragen und ihre Familien zu unterstützen.



SDG7 – bezahlbare und saubere Energie

Mit 80.058 effizienten Kochern, die von zehn Kocher-Produktionsgruppen eingebaut wurden, verfügen nun über 340.000 Menschen über eine effiziente und saubere Kochlösung.



SDG8 – menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

659 Menschen erhalten nun ein Einkommen, das fünfmal höher ist als jenes, das sie vor dem Projekt erzielten.



SDG12 – Nachhaltiger Konsum und Produktion

Jeder Herd reduziert den Brennholzverbrauch um 2,3 Tonnen pro Jahr.



SDG13 – Maßnahmen zum Klimaschutz

Jeder Herd vermeidet etwa 3,3 t CO₂ pro Jahr.



SDG15 – Leben an Land

Durch das Projekt wurden bisher über 731.000 Tonnen Brennholz eingespart, was 2.194 ha Regenwald entspricht.

AUSBLICK



**MUTIG
BLEIBEN**





Viele interne Prozesse, Strategien und Projekte hat die TSG Hoffenheim im Zuge ihres Nachhaltigkeitsengagements bereits angestoßen, begonnen, begleitet, zum Teil bereits abgeschlossen. Aber klar ist auch: Der Weg der Transformation wird nie zu Ende sein. Umso wichtiger ist es, sich auch weiterhin der sozialen, ökologischen und ökonomischen Verantwortung zu stellen – über konkrete, ambitionierte Ziele und Transparenz. Ganz im Sinne unserer Strategie: „TSG ist Bewegung“.

AUF DEM WEG

Eine Transformation braucht Ziele. Entsprechend unserer Zukunftsstrategie „TSG ist Bewegung“ hat die TSG für die fünf Handlungsfelder Innovation, Mitarbeitende und Teams, Jugend und Fans, Ökologie sowie Afrika Ziele definiert, an denen wir uns ausrichten und messen lassen. Diese reichen von der Etablierung neuer Partnerschaften bis hin zu prozentual definierten Ergebnissen wie der 50-prozentigen Reduktion der Emissionen im Vergleich zum Basisjahr, dem vorliegenden Berichtszeitraum 2022/23.



Daraus ergeben sich folgende Zielvorgaben:

Innovation:

- Etablierung der COPA-Partnerschaft (Comprehensive Objective Performance Assessment) und Gewinnung weiterer Partner bis 2026
- Ausbau des Common Value Vermarktungsansatzes und Erhöhung der Sponsoringerlöse mit Bezug zur Zukunftsstrategie bis 2026 um mehr als 50% (und >75% bis 2030)
- Regionale Angebote zur Nutzung des klubeigenen Know-how

Ökologie:

- Race to Zero: 50% Reduktion bis 2030 (im Vergleich zum Basisjahr 2022/23), Netto-Null-Emissionen bis 2040
- Zero Waste: Zertifizierung zum Zero Waste Klub bis 2025, Silber-Zertifizierung der PreZero Arena bis 2026 (Recyclingquote > 90%), Gold Zertifizierung als Klub bis 2030
- Umsetzung der Initiativen für klima- & umweltschonende Fan-Mobilität bis 2025
- Berechnung Ökologischer Fußabdruck bis 2025

Mitarbeitende und Teams:

- Stabilisierung der Durchlässigkeitsquote der TSG-Akademie in den Profifußball bei >20%
- Förderung der Diversität in der Belegschaft
- Kontinuierliche Steigerung der Zufriedenheit der Mitarbeitenden
- Erstellung einer Reiserichtlinie bis 2025
- Verabschiedung einer Einkaufs- und Lieferantenrichtlinie bis 2025
- Code of Conduct bis 2025
- Jährliche Schulungen zu Nachhaltigkeit

Jugend und Fans:

- Aufbau einer regionalen Common Value Alliance (mindestens ein Event pro Saison)
- Unterstützung sozialer Fanprojekte und regionaler Vereine (monetär/kommunikativ, mindestens eins pro Saison)
- Schutzkonzept im Stadion für alle Menschen in unserem Einflussbereich bis 2025

Afrika:

- Fortlaufende Klimaschutz- und Entwicklungsprojekte
- Ausbau (qualitativ/quantitativ) der Common Value Club Alliance
- Weiterentwicklung umoja
- Umsetzung des Kisumu-Projekt durch Frauen-Bundesligateam und ggf. Nachwuchsteams

GRI Inhaltindex	Verweis
-----------------	---------

TSG Hoffenheim hat über die in diesem GRI-Index angegebenen Informationen für den Zeitraum vom 1. Juli 2022 bis zum 30. Juni 2023 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards der Global Reporting Initiative berichtet.

GRI 2: Allgemeine Angaben

2-1	Organisatorische Einzelheiten	Seite 9
2-2	Unternehmen, die in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation einbezogen sind	Seite 9
2-3	Berichtszeitraum, Häufigkeit und Kontaktstelle	Seiten 4, 90
2-6	Tätigkeiten, Wertschöpfungskette und sonstige Geschäftsbeziehungen	Seiten 9, 14, 16, 17, 24 bis 43, 44 bis 55
2-7	Beschäftigte	Seiten 18 bis 23
2-9	Governance-Struktur und Zusammensetzung	Seiten 4, 9
2-10	Ernennung und Auswahl des höchsten Leitungsorgans	Seite 9
2-11	Vorsitz des höchsten Leitungsorgans	Seite 3
2-12	Rolle des höchsten Leitungsorgans bei der Aufsicht über das Management der Auswirkungen	Seite 3
2-22	Erklärung zur Strategie der nachhaltigen Entwicklung	Seiten 6, 74
2-29	Ansatz für die Einbeziehung von Stakeholdern	Seiten 9, 14, 22, 33, 34, 71

GRI 3: Wesentliche Themen

3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	Seiten 9, 19
3-2	Liste der wesentlichen Themen	Seite 9
3-3	Verwaltung der wesentlichen Themen	Seiten 9, 56 bis 59, 87

GRI 201: Wirtschaftliche Leistung

201-1	Unmittelbar erzeugter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Seite 16
-------	--	----------

GRI 302: Werkstoffe

301-1	Verwendete Materialien nach Gewicht oder Volumen	Seiten 60, 61, 64
301-2	Verwendete rezyklierte Einsatzstoffe	Seiten 70, 71
301-3	Zurückgewonnene Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	Seiten 70, 71

GRI 301: Energie

302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seiten 60, 61, 64
302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	Seiten 60, 61, 64
302-3	Energieintensität	Seiten 60, 61
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	Seite 63
302-5	Verringerung des Energiebedarfs von Produkten und Dienstleistungen	Seiten 66 bis 71

GRI 303: Wasser und Abwasser

303-1	Interaktionen mit der gemeinsamen Ressource Wasser	Seite 65
303-2	Management der Auswirkungen von Wassereinleitungen	Seite 59
303-3	Wasserentnahme	Seite 64
303-4	Ableitung von Wasser	Seiten 64 bis 65

GRI 304: Biologische Biodiversität

304-3	Geschützte oder wiederhergestellte Lebensräume	Seite 79
-------	--	----------

GRI 305: Emissionen

305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	Seite 61
305-2	Indirekte Treibhausgasemissionen aus Energie (Scope 2)	Seite 61
305-3	Andere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	Seite 61
305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	Seiten 61, 62
305-5	Verringerung der Treibhausgasemissionen	Seiten 63, 71
305-6	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen (ODS)	Seiten 60, 61
305-7	Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen	Seiten 60, 61

GRI 306: Abfall

306-1	Abfallerzeugung und wesentliche abfallbezogene Auswirkungen	Seiten 66 bis 71
306-2	Management wesentlicher abfallbezogener Auswirkungen	Seiten 66 bis 71
306-3	Erzeugte Abfälle	Seiten 66 bis 71
306-4	Von der Beseitigung abgezogene Abfälle	Seiten 66 bis 71
306-5	Zur Beseitigung bestimmte Abfälle	Seiten 66 bis 71

GRI 401: Beschäftigung

401-1	Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	Seite 16
401-2	Leistungen für Vollzeitbeschäftigte, die nicht für Zeit- oder Teilzeitbeschäftigte gewährt werden	Seiten 22, 23
401-3	Elternurlaub	Seite 23

GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

403-1	Managementsystem für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	Seiten 48, 49, 50, 52, 53
403-2	Gefahrenerkennung, Risikobewertung und Untersuchung von Zwischenfällen	Seite 23
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	Seite 23
403-6	Förderung der Gesundheit der Arbeitnehmer	Seite 23
403-7	Vorbeugung und Abschwächung der Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, die in einem direkten Zusammenhang mit der Leistungserbringung/ den Geschäftsbeziehungen stehen	Seite 23
403-8	Arbeitnehmer, die unter ein Managementsystem für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz fallen	Seite 23

GRI 404: Aus- und Weiterbildung

404-2	Programme zur Verbesserung der Qualifikationen von Arbeitnehmern und Programme zur Unterstützung des Übergangs	Seiten 24 bis 29
404-3	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Laufbahnentwicklung erhalten	Seiten 50 bis 53

GRI 413: Lokale Gemeinschaften

413-1	Operationen mit lokalem Engagement, Folgenabschätzungen und Entwicklungsprogrammen	Seiten 74 bis 83
-------	--	------------------

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH,
Dietmar-Hopp-Sportpark, Horrenberger Straße 58,
74939 Zuzenhausen
Tel.: +49 (0) 72 61-9493-0, Fax: +49 (0) 72 61-9493-102
E-Mail: info@tsg-hoffenheim.de, www.tsg-hoffenheim.de

KONZEPTION & VERANTWORTLICH:

Stefan Wagner, Anneke Siebert, Christian Frommert (V.i.S.d.P.)

KOORDINATION:

Anneke Siebert, Stefan Wagner, Konstantin Krüger,
Derichs & Graalmann Kommunikation GmbH

MITARBEIT:

Monder Kassem, Irini Kassem. resolve consulting

REDAKTION:

Derichs & Graalmann Kommunikation GmbH, Köln
Niklas Coopmann, Gregor Derichs, Ralph Elsen,
Dirk Graalmann, Michael Krämer, Marvin Scheben



Derichs & Graalmann
Kommunikation GmbH

LAYOUT, DESIGN und REALISIERUNG:

ServiceDesign GmbH, Heidelberg
Alexander Gora, Matthias Coenen, Simone Mohr, Jens Piening



SERVICEDESIGN

FOTOS:

Hasan Bratic, Uwe Grün, Simon Hofmann, imago images,
privat, Alexander Scheuber, Simon Wolf

SERVICE PARTNER / DRUCK:

abcPremium GmbH, Heidelberg



© 2024 TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH
Stand 13.03.2024



Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimotePartner.com/53203-2402-1007

KONTAKT:

TSG Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH
Stabsstelle Unternehmensentwicklung
Anneke Siebert, Stefan Wagner
Anneke.siebert@tsg-hoffenheim.de
Stefan.wagner@tsg-hoffenheim.de





