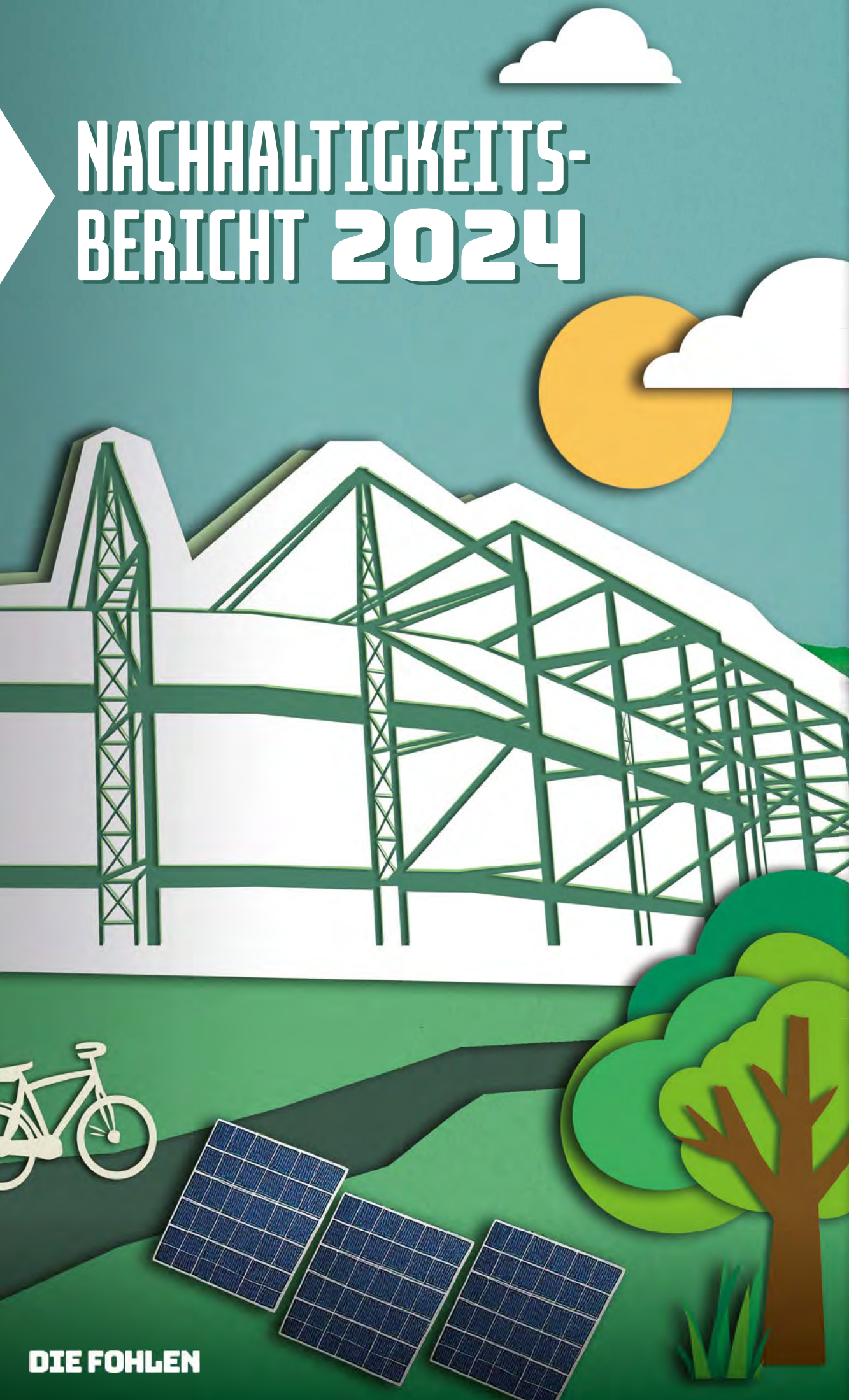


NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2024



DIE FOHLEN



UNSERE NACHHALTIGKEITS- PARTNER



PORSCHE®



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

bei Borussia Mönchengladbach ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend, sondern Teil unserer Vereinsphilosophie und in unserer Satzung verankert. Auch 2024 haben wir uns intensiv damit beschäftigt, unser Engagement in diesem Bereich weiter auszubauen. Denn der Fußball erreicht Millionen Menschen in Deutschland und hat nicht nur deshalb eine besondere Stellung und Vorbildfunktion in unserer Gesellschaft.

Im Frühjahr 2023 ist Borussia vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke (ZNU) als nachhaltiger wirtschaftendes Unternehmen ausgezeichnet worden. Ein Jahr später haben wir es geschafft, unsere Zertifizierung nach dem ZNU-Standard für nachhaltiges Wirtschaften zu bestätigen. Das zeigt,

dass wir in unseren Bemühungen auf dem richtigen Weg sind.

Bereits zum dritten Mal finden Sie eine Jahresübersicht unserer Bemühungen im Rahmen der Corporate Social Responsibility gebündelt in einem umfangreichen Nachhaltigkeitsbericht. Auch im Jahr 2024 hat der VfL wieder einige Projekte auf den Weg gebracht oder fortgeführt. Nachhaltigkeit geht längst weit über das allgemeine Verständnis von ökologischen Themen hinaus und findet sich im Grunde in allen Aspekten unseres täglichen Handelns wieder. Unterteilt haben wir diesen Bericht deshalb in vier Kategorien: Unternehmensführung, Umwelt, Wirtschaft und Soziales.

Unsere Vision ist klar: Borussia Mönchengladbach soll ein Beispiel für nach-

haltigen Erfolg im Fußball sein, indem wir neben möglichst vielen sportlichen Erfolgen wirtschaftliche Effizienz sowie ökologische und soziale Verantwortung verbinden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts! ♦



**STEFAN
STEGEMANN**
GESCHÄFTSFÜHRER/CEO



**ROLAND
VIRKUS**
SPORTDIREKTOR/
GESCHÄFTSFÜHRER



**MARKUS
ARETZ**
GESCHÄFTSFÜHRER

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2024

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Philosophie & Werte Verantwortung in einer vielfältigen Gesellschaft -----	8
Anspruchsgruppenanalyse Im Gespräch bleiben – eine Strategie entwickeln -----	10
Kapazitäten Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit -----	12
Lernprozess Digitale Schulungsmodulare -----	13
Konfliktlösung Vertrauenspersonen & Whistleblowing -----	14
Dialogkultur Borussias HR-Managerin Elke Müller -----	16
Fanarbeit Borussias Fanbeauftragte -----	18
De Kull Angebote des Jugendzentrums -----	20
Kurzpass Weitere Meldungen 2024 -----	22

UMWELT

Klima Borussias Fußabdruck -----	26
Energie Solarflächen, Wärmepumpen und LED-Flutlichter -----	28
Abfall Verpackungsmüll und Foodwaste reduzieren -----	30
Tierwohl Neue vegetarische und vegane Alternativen -----	31
Wasser Mikroplastik filtern -----	32
Infografik So grün ist der BORUSSIA-PARK -----	34
Mobilität Schnellladetankstelle und Reiseverhalten -----	36
Kurzpass Weitere Meldungen 2024 -----	38

Herausgeber **Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH** • Hennes-Weisweiler-Allee 1 • 41179 Mönchengladbach •
T +49 1806 1819-00 (0,20 €/Anruf aus dem Fest- und Mobilfunknetz) • F +49 2161 9293-1309 • Kontakt nachhaltigkeit@borussia.de •
Redaktion Torsten Franken, Matthias Rech, Patrick Deckers, Joel Horz, Aaron Straub, Andreas Köter, Markus Hoffmann, Robert Krieger •
Gestaltung, Satz und Reproduktion Annika Groß, Christian Bruns, Lana Amann, Marius Wex, Arne Wagner, Nadine Pommerening, Lydia Dombrowsky, Annika Jansen •
Cover Lydia Dombrowsky • Fotos: Verheyen, Ullrich, Amann und Fourgon für Borussia, De Kull, Zimdahl, Bowinkelmann, Porsche AG •
Verantwortlich für Gesamtkoordination Markus Aretz, Michael Lessenich, Sebastian Otten •
Anlaufstelle für Fragen bezüglich dieses Berichtes und der Nachhaltigkeitsstrategie: Markus Friebe, Christina Krügerke, Anna Froneberg

WIRTSCHAFT

Regionales Engagement Stärkung der Region -----	42
Merchandising Neuer Online-Shop -----	44
Stiftung Tätigkeitsbericht der Borussia-Stiftung -----	46
Fairer Wettbewerb Compliance -----	49
Sponsoring Dachbegrünung durch Partner -----	50
Digitalisierung Das FohlenEcho jetzt digital -----	52
Kurzpass Weitere Meldungen 2024 -----	54

SOZIALES

FohlenElf Besuch in sozialen Einrichtungen -----	58
Gesundheit Blut spenden & Markt der Gesundheit -----	62
Demografie Bündnis Berufliche Orientierung -----	63
Menschenrechte Eine Fahrt nach Bergen-Belsen -----	64
Kultur der Vielfalt Der Lebenshilfe-Cup -----	68
Politische Bildung Europa im Park -----	70
FohlenStall Müllsammelaktion -----	72
Bildungspark MG Unvergessen11-Rundgang -----	74
Frauen & Mädchen Girls Day & Fußball-AG -----	78
Kinderrechte Aktionsspieltag -----	80
Kinderschutz Borussias Konzept für Kinderschutz -----	82
Barrierefreiheit Borussias Inklusionsbeauftragte -----	83
Kurzpass Weitere Meldungen 2024 -----	84

Fazit: Stolzer Blick zurück, volle Kraft nach vorn -----	86
Zahlen und Fakten zu den Verbräuchen 2024 -----	88
Borussias Ziele auf einen Blick -----	90

UNTERNEHMENS- FÜHRUNG



Philosophie & Werte	Verantwortung in einer vielfältigen Gesellschaft -----	08
Anspruchsgruppenanalyse	Im Gespräch bleiben – eine Strategie entwickeln-----	10
Kapazitäten	Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit -----	12
Lernprozess	Digitale Schulungsmodule -----	13
Konfliktlösung	Vertrauenspersonen & Whistleblowing -----	14
Dialogkultur	Borussias HR-Managerin Elke Müller-----	16
Fanarbeit	Borussias Fanbeauftragte -----	18
De Kull	Angebote des Jugendzentrums -----	20
Kurzpass	Weitere Meldungen 2024 -----	22

VERANTWORTUNG IN EINER VIELFÄLTIGEN GESELLSCHAFT

Als einer der größten und beliebtesten deutschen Fußballvereine und als eines der bedeutendsten Unternehmen der Region ist sich Borussia Mönchengladbach seiner gesellschaftlichen Verantwortung für nachhaltiges Handeln bewusst

Borussia Mönchengladbach steht für Integration, Toleranz, Respekt und gegen Rassismus: Für diese Werte zeigen wir mit den Bannern „Gegen Rassismus – Für Toleranz – Für Respekt“ am Stadionsdach Flagge.

Das Engagement für eine vielfältige Gesellschaft hat bei Borussia eine lange Tradition: So war Borussia 1970 die erste Bundesligamannschaft, die für ein Fußball-Freundschaftsspiel nach Israel reiste. Der Verein organisiert Besuche bei Gedenkstätten und zeigte 2022 die Ausstellung „Verantwortung in Fußballschuhen“ im Vereinsmuseum, die sich auch mit der Geschichte Borussias in

der Zeit der NS-Diktatur beschäftigte. Im Bildungspark MG finden immer wieder Workshops gegen Diskriminierung, Rassismus, Homophobie und Sexismus statt.

Borussia fördert die gesellschaftliche Teilhabe von benachteiligten Menschen: So bietet der Verein Heimspiel-Freikarten für gemeinnützige soziale Einrichtungen an und organisiert Rollstuhlfahrer-, Sehbehinderten- und Hörgeschädigten-Angebote bei Heimspielen. Borussia ist ein Aushängeschild für den deutschen Fußball, für die Stadt Mönchengladbach und auch für den Wirtschaftsstandort Niederrhein.

Nachhaltigkeit, davon sind wir überzeugt, bedeutet das Übernehmen von sozialer und ökologischer Verantwortung in Verbindung mit fairem und transparentem ökonomischem Handeln. Mit derselben Leidenschaft, mit der wir Fußball spielen, wollen wir diesem Grundsatz ganzheitlich gerecht werden. ♦

**MUT
WILLE
RESPEKT
TOLERANZ
TEAMGEIST
VERTRAUEN & LOYALITÄT
LEIDENSCHAFT
HINGABE & EHRlichkeit
LERNBEREITSCHAFT
FAIRNESS & GERECHTIGKEIT
VERANTWORTLICHKEIT
ANSTAND, GEWISSENHAFTIGKEIT, PÜNKTLICHKEIT
STANDHAFTIGKEIT
BESTÄNDIGKEIT, BESCHEIDENHEIT
ENTSCHLOSSENHEIT
OFFENHEIT
GEDULD UND RUHE
DISZIPLIN
ZUVERLÄSSIGKEIT
AUSDAUER
FLEISS
TATKRAFT**

TUGENDRAUTE

Borussia hat sich bereits vor über 15 Jahren dazu entschieden, eine sogenannte „Tugendraute“ ins Leben zu rufen. In dieser sind Werte wie Anstand, Toleranz und Respekt sowie Tugenden wie Mut, Ehrlichkeit und Pünktlichkeit festgehalten. Eben jene sollen dadurch für alle Mitarbeiter, Trainer, Jugendspieler und Lizenzspieler greifbar gemacht werden und geben wie sich innerhalb des Vereins verhalten werden soll und wofür der VfL steht. „Borussia hat vor allem für die jüngeren Spieler einen wichtigen Erziehungsauftrag“, erklärt Norman Wittekopf, Abteilungsleiter des Nachwuchsleistungszentrums. „Durch die Tugendraute sollen Standardwerte speziell jüngeren Spielern früh vermittelt und eingeprägt werden.“ Die Tugendraute findet sich beispielsweise an den Wänden des FohlenCampus, des FohlenStall, im Kabinentrakt sowie in den Büros wieder.

CODE OF CONDUCT

Mit einem „Code of Conduct“ hat Borussia sich und ihren Geschäftspartnern einen Verhaltenskodex auferlegt. Er beinhaltet eine Sammlung von Verhaltensweisen, Regeln und Kontrollmechanismen, die sicherstellen sollen, dass alle gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden. Er ist ein moralischer Kompass, nicht nur für das eigene Unternehmen mit den eigenen Mitarbeitenden – auch für die zahlreichen Geschäftspartner und Lieferanten. Auch sie sollen sich an diesen Werten orientieren und messen lassen. „Der Code of Conduct ist eine Zusatzvereinbarung, die unsere Verträge ergänzt und gewährleistet, dass sich alle Geschäftspartner dazu verpflichten, die darin enthaltenen Regeln einzuhalten“, erklärt Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. Vom Verbot von Kinderarbeit und Diskriminierung über Themen wie Arbeitssicherheit und Klimaschutz bis hin zu Bestechung und Korruption deckt der „Code of Conduct“ in insgesamt 18 Richtlinien und Regeln zahlreiche Bereiche ab.

Hier geht's zum
Code of Conduct:



IM GESPRÄCH BLEIBEN - EINE STRATEGIE ENTWICKELN

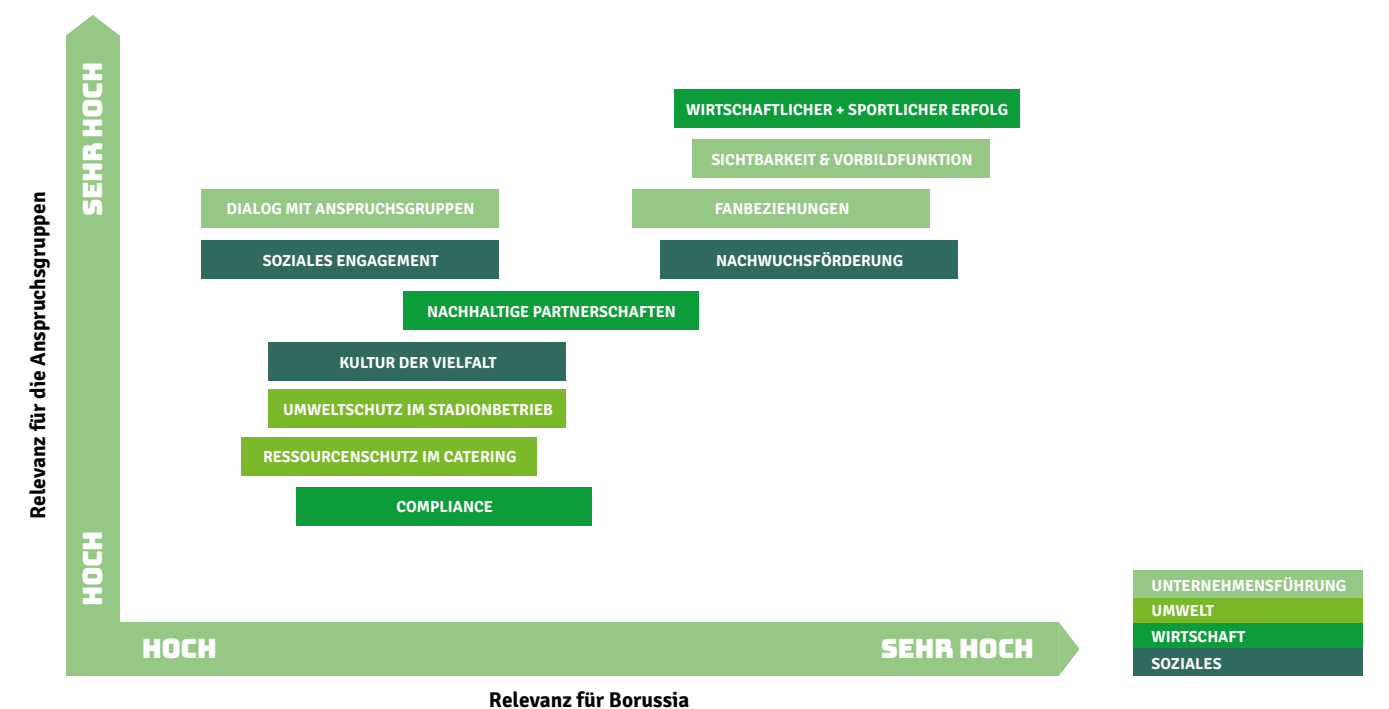
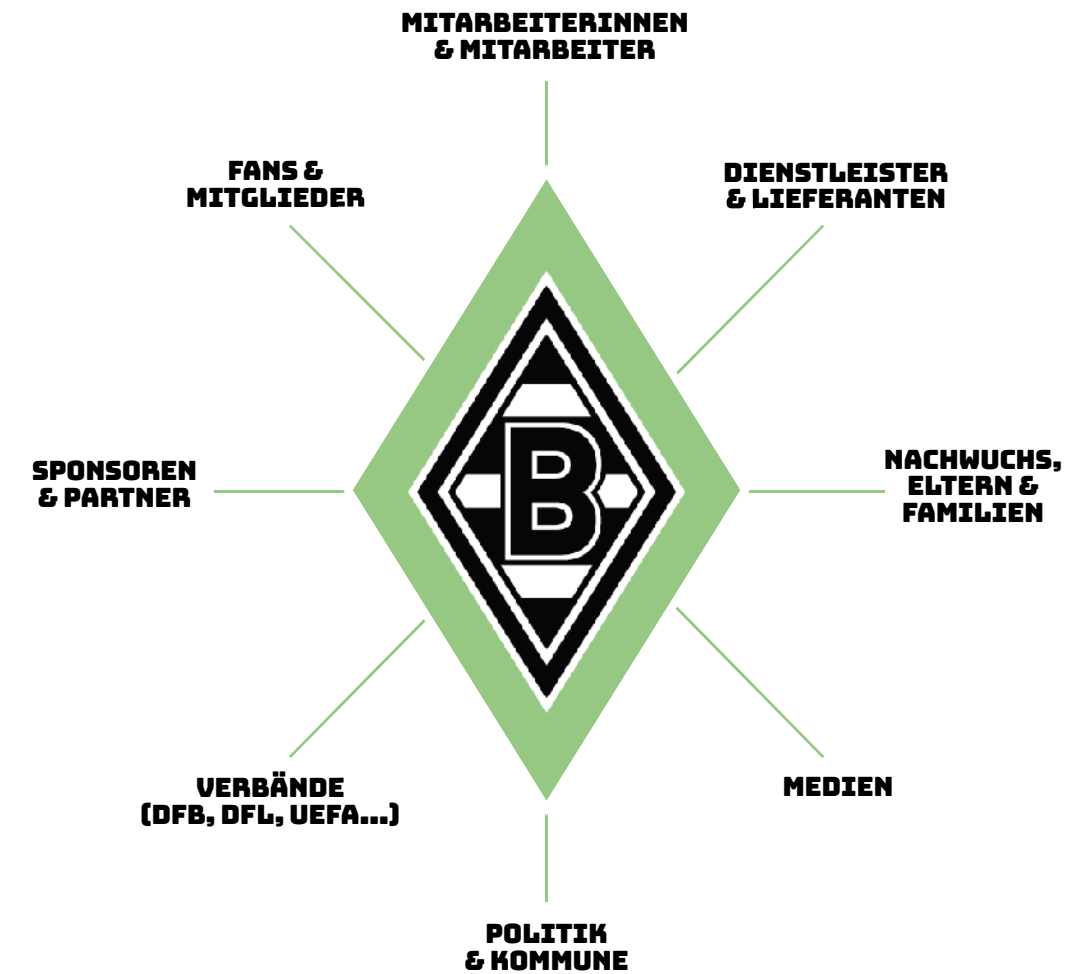
Borussia ist mit all ihren Partnern und Interessensgruppen im ständigen Austausch. Eine detaillierte Anspruchsgruppenanalyse war Wegbereiter für die Nachhaltigkeitsstrategie des Vereins

Kommunikation ist nicht nur auf dem Rasen ein wichtiger Bestandteil eines Fußballvereins. Auch als Wirtschaftsunternehmen ist Borussia ein Teamplayer. So befindet sich der VfL ständig im Dialog mit seinen Anspruchsgruppen, wie den Fans und Mitgliedern, Sponsoren und Partnern, der Politik, den Verbänden oder auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Jede dieser Anspruchsgruppen hat andere Erwartungen und Wünsche an Borussia. In einer umfangreichen Anspruchsgruppenanalyse, die in Workshops mit den diversen Fachbereichen des Vereins durchgeführt wurde, hat der VfL diese Anforderungen herausgearbeitet. Aus den Erkenntnissen ist eine Wesentlichkeitsmatrix entstanden, die aufzeigt, welche Handlungsfelder für die nachhaltige Unternehmensentwicklung besonders relevant sind.

Zudem hat Borussia aus diesem Prozess Statements für ihre Mission und ihre Vision entwickelt. So lautet die Mission: „In Anerkennung unserer Verantwortung, zur Zukunftssicherung der künftigen Generationen beitragen zu müssen und angelehnt an die 17 Ziele für Nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen, nehmen wir eine aktive Rolle in der Transformation zu einer ganzheitlich nachhaltigen Gesellschaft ein.“ Darüber hinaus heißt es in Borussias Vision-Statement: „Wir wollen ein leidenschaftliches Vorbild in der Gestaltung einer vielfältigen und solidarischen Gemeinschaft sein, in der alle Menschen dieselben Chancen für ein selbstbestimmtes und gesundes Leben haben.“

BORUSSIAS ANSPRUCHSGRUPPEN



STABSSTELLE CSR & NACHHALTIGKEIT

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

Der Stellenwert der Themenkomplexe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) lässt sich bei Borussia auch an der Firmenstruktur des Vereins ablesen. Zum einen hat der VfL im Jahr 2022 eine eigene Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit eingeführt. Zum anderen ist diese unmittelbar an die Geschäftsführung angeschlossen (siehe Organigramm). Als einer der drei Geschäftsführer Borussias konzentriert sich Markus Aretz dabei besonders auf die Bereiche CSR, Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung. Die Stabsstelle leitet Markus Friebe und wird von den Nachhaltigkeitsmanagerinnen Christina Krügerke und Anna Froneberg komplettiert. Durch ihre besondere Position im Unternehmensorganigramm wird deutlich, dass Nachhaltigkeitsthemen keinen abgesonderten Bereich umfassen. Vielmehr sind sie in allen Bereichen des Vereins präsent und gleichermaßen wichtig. ◆



KONTAKT

Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit

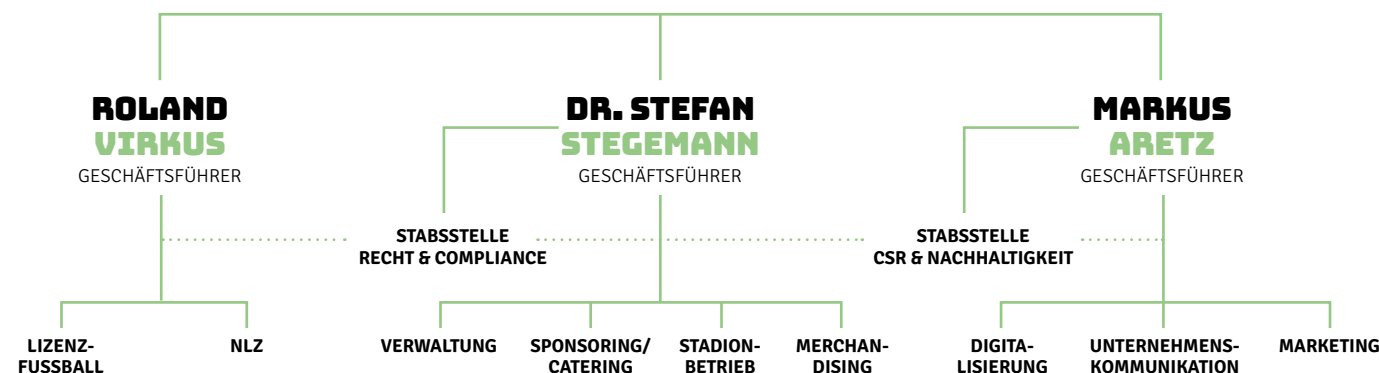
MARKUS FRIEBE
Stabsstellenleiter

ANNA FRONEBERG
Nachhaltigkeitsmanagerin

CHRISTINA KRÜGERKE
Nachhaltigkeitsmanagerin

Kontakt: nachhaltigkeits@borussia.de

CSR & NACHHALTIGKEIT IN DER GESAMTSTRUKTUR



E-LEARNING: DIGITAL UND FLEXIBEL

In Kooperation mit der Firma „mybreev“ bietet Borussia allen Angestellten ein Portal für digitale Schulungen

Die Sicherheit am Arbeitsplatz spielt in Unternehmen eine essenzielle Rolle. Fortbildungen und Unterweisungen helfen dabei, den Arbeitsalltag im Büro nachhaltig sicher zu gestalten. Die Zeit, in welcher alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Borussia Mönchengladbach zu einem bestimmten Termin für Unterweisungen zusammengerufen werden, ist allerdings vorbei. In Zeiten der Digitalisierung gibt es längst neue Wege, um Angestellte beispielsweise zum Thema Brandschutz zu unterweisen oder sie auf Gefahren im Bereich der psychischen Gesundheit zu sensibilisieren.

Borussia setzt dabei seit 2021 auf ein E-Learning-Portal. Der digitalisierte Weg bringe dabei für alle Beteiligten

des Unternehmens ausschließlich Vorteile. Das Portal entstand in Kooperation mit der „mybreev“-Academy. Die Firma mit Sitz im nahen Viersen hat bereits das Beschulungstool zur „Qualifizierung von Sicherheitsmitarbeitern im Stadion (QuaSOD) für den Deutschen Fußball-Bund (DFB) entwickelt.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich frei einteilen, wann sie die Fortbildungen und Unterweisungen absolvieren wollen. Des Weiteren ist der Lernvorgang individualisierter als zuvor und das Lerntempo kann selbstbestimmt werden. Darüber hinaus können die online verfügbaren Lerninhalte von Borussia jederzeit aktualisiert werden. Sie sind somit niemals überholt oder veraltet. ◆

UND SO FUNKTIONIERT ES

Die Angestellten bei Borussia können sich im E-Learning-Portal einloggen und zu den verschiedenen Online-Modulen navigieren. Zu den Themen gehören neben Brandschutz, Cyber-Security und CSR auch Fortbildungen zum Thema psychische Belastung am Arbeitsplatz. Beim Erledigen der verschiedenen Einheiten wird unterschieden zwischen Pflicht- und Info-Modulen. Nach Beendigung eines Lerninhaltes erhält der Mitarbeiter ein Zertifikat, welches das Bestehen nachweist. Dieses Zertifikat muss danach beim Arbeitgeber hinterlegt werden. Die Unterweisung und/oder Fortbildung ist abgeschlossen.

ANSPRECH-PARTNER BEI PROBLEMEN

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

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

Dabei ist es nicht entscheidend, ob der Gesprächsbedarf beim Mitarbeiter unmittelbar mit der Arbeit bei Borussia zu tun hat oder ob es sich um ein Thema aus dem Privatleben handelt. Müller und Wilting sind der Überzeugung, dass sie in allen Fällen als Gesprächspartner herangezogen werden sollten, denn schlussendlich nehme man auch pri-

vate Probleme und Sorgen mit an den Arbeitsplatz, wo sie den Alltag beeinflussen können. Der Zyklus und die Dauer der Begleitung variieren von Fall zu Fall. „Unsere Begleitung ist abhängig vom Anliegen und dementsprechend sehr individuell. Einige nehmen aus dem Erstkontakt bereits viele Impulse für sich mit, manche wünschen sich eine längerfristige Unterstützung“, sagt Wilting.

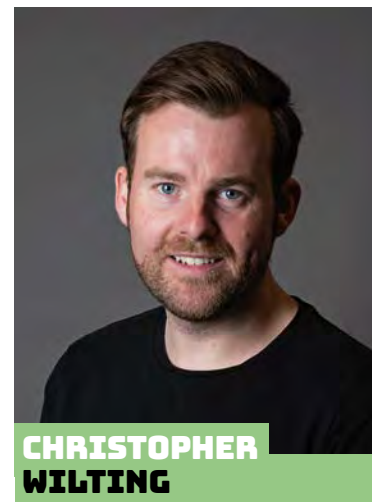
Wichtig sei den beiden Ansprechpartnern nur, dass jeder Mitarbeiter die Möglichkeit nutzt, die Arbeit der Vertrauenspersonen kennenzulernen und für sich selbst zu entscheiden, ob man die Hilfe in Anspruch nehmen möchte oder nicht. „Es geht darum, Vertrauen zu finden und in geschützter Atmosphäre unkompliziert zusammenzufinden“, betont Müller. „Daher sind die Türen für die Kolleginnen und Kollegen immer offen.“

Sollte sich dennoch jemand eine passende Psychotherapie außerhalb der Arbeitsstelle wünschen, können Müller und Wilting auch bei der Suche unterstützen. ◆

VERTRAUENS-PERSONEN



ELKE MÜLLER
HR-Managerin
T +49 02161 9293-1533
E elke.mueller@borussia.de



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

WHISTLE-BLOWING

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

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

„WIR WOLLEN GUT SEIN UND BESSER WERDEN“

Elke Müller ist Borussia's HR-Managerin. Im Gespräch erklärt sie, welche Maßnahmen der Verein aktuell und in Zukunft umsetzt, um die Mitarbeiterbindung und -weiterbildung voranzutreiben

Borussia ist als großer Fußballverein auch als Arbeitgeber attraktiv. Was wird beim VfL unternommen, um abseits des prominenten Namens interessant für neue Mitarbeiter zu sein?

Als beliebter Bundesligist wecken wir Emotionen - sind authentisch und nahbar. Das reicht aber nicht für die langfristige Mitarbeiterbindung. Auch wir sind gefordert, unsere Stärken als Arbeitgeber zu festigen, ein wertschätzendes Miteinander zu leben und moderne Arbeitsbedingungen zu bieten. Grundsätzlich gilt es, allen Mitarbeitenden Raum zu geben und ihnen gut zuzuhören. Dieser Raum bietet eine wertvolle Basis, ein entsprechendes Arbeitsumfeld anpassen zu können, das langfristige Bindung bewirkt.

Anfang des Jahres 2024 lagen die Ergebnisse der ersten groß angelegten Mitarbeiterumfrage bei Borussia vor.

Wo hat man trotz der insgesamt gut ausgefallenen Umfrage Handlungsbedarf gesehen?

Handlungsbedarf ist auf jeden Fall gegeben, denn es gilt immer „Gut sein, besser werden“. Folgende Maßnahmen wurden bisher ergriffen: Die auslaufende Energiepauschale wurde überdacht und wird aufgrund weiterhin erhöhter Verbraucherpreise in einer Kompromisslösung bei einem Gehalt bis 4.000 Euro als Brutobetrag weitergezahlt. Wir haben einen Gesundheitstag eingeführt, um auf die Wichtigkeit der mentalen und physischen Gesundheit am Arbeitsplatz hinzuweisen. In Abstimmung befinden sich gerade die detaillierte Abfrage zum Weiterbildungsbedarf sowie ein möglicher Gemeinschaftsraum. Zudem wird 2025 ein Führungskräfte-Programm umgesetzt und ein Angebot zur Ersthelferzertifizierung im Bereich Psychische Belastungen folgen.

Stichpunkt: Weiterbildung. Welche Angebote gibt es hier und wie werden diese angenommen?

Die regelmäßigen Mitarbeitergespräche bieten den Raum, zielführende Weiterbildungsoptionen abzustimmen. Im Jahr

2024 ergab sich daraus die Teilnahme an diversen Fortbildungen. Über HRM wurden Mitarbeitende in Kleingruppen oder einzeln bei knapp 20 Weiterbildungen angemeldet. Diese sind abgeschlossen. Auch Sprachunterricht wurde vereinzelt genutzt, wobei diese Option ab 2025 über eine nun erfolgreich etablierte Kooperation noch besser eingesetzt werden kann. Zudem arbeiten einige Abteilungen mit Digital-Lizenzen, es wurden Konferenzen und Messen besucht und Führungskräften wurde intern eine Personaldiagnostik angeboten, die individuelle Führungs-Skills und persönliche Kompetenzen transparent darstellt. 16 Personen haben diese bisher in Anspruch genommen. Seit Juni bieten wir allen Mitarbeitenden die digitale Lernplattform Masterplan mit über 700 digitalen Schulungen/Kursen zu breit aufgestellten Themen. Hier wurden 648 Lektionen zur Verfügung gestellt, wovon bereits 560 abgeschlossen sind.

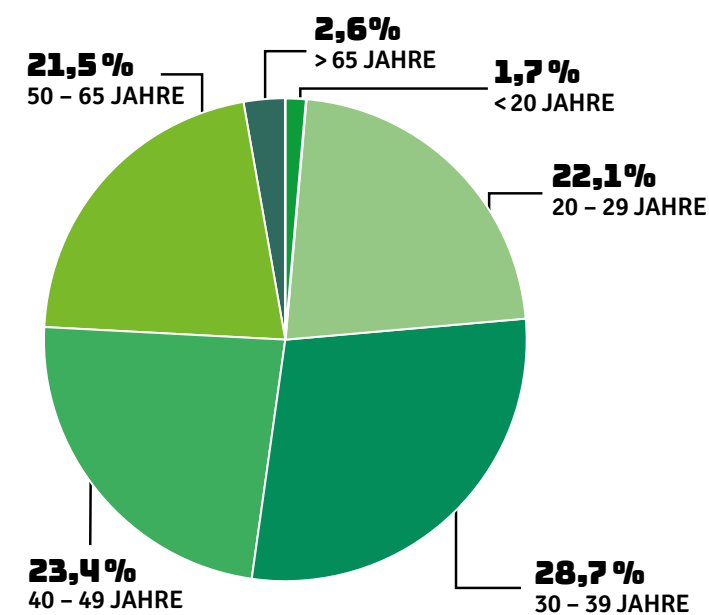
Die umfangreiche Mitarbeiterumfrage wurde auch 2024 fortgeführt und die Ergebnisse stehen inzwischen fest. Welche Schlüsse zieht man aus diesen?

Eine Mitarbeiterumfrage ist ein sensibles, personalwirtschaftliches Instrument, dem sich umfangreiche Folgeprozesse anschließen. Veränderungen brauchen Zeit und Disziplin und sind nicht immer ad hoc sichtbar. Wir sind am Anfang eines Prozesses, der nicht geradlinig ist und dennoch großes Potential bietet. Hier passt das Motto: Wenn man einen Berg besteigt, muss man verschiedene Etappen zurücklegen. Noch nicht erkennbare Maßnahmen seit der ersten Umfrage sowie die internen Veränderungen 2024 sind mögliche Gründe, warum in manchen Bereichen die Ergebnisse noch nicht unseren eigenen Anforderungen entsprechen.

Gibt es da erste Ansätze, wie man gegensteuern will und kann?

Wir schaffen Transparenz und teilen Informationen, welche Projekte mit Blick auf die Ergebnisse entstehen, welche Herausforderungen diskutiert werden, was zur Umsetzung kommt, wo es hakt und wo wir stehen. Eine ehrliche Kommunikation und gemeinsame Diskussionen sind hier der Schlüssel zum Erfolg. ♦

ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER



PERSONALKENNZAHLEN VERWALTUNG

Mitarbeiterstruktur	Gesamt	Führungskräfte (ab Abteilungsleiter)
Mitarbeiteranzahl gesamt	303	26
Mitarbeiter in Vollzeit	261	26
Mitarbeiter in Teilzeit	42	0
Frauenanteil	96 (31,68%)	1 (3,85%)

Stichtag: 31. Dezember 2024



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

BORUSSIAS FANARBEIT: EIN ZWEI-SÄULEN-PRINZIP

Etwa 38.000 VfL-Fans sind in den 1.260 offiziellen Borussia-Fanclubs aktiv. Um ihre Belange kümmern sich Borussias Fanbeauftragte

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



„Daran muss sich jeder halten. Wer das nicht macht, kann nach Hause gehen“, stellt Thomas „Tower“ Weinmann klar. Weinmann ist seit 1994 als Geschäftsführer beim FPMG Supporters Club e.V. aktiv und seit 2003 Fanbeauftragter des VfL. „Jeder Fanclub mit Raute auf der Brust identifiziert sich mit den Werten von Borussia. Und jeder Fan ist auch gleichzeitig eine Visitenkarte des Vereins. Das muss jedem klar sein.“

Jeder der etwa 1.260 offiziellen Borussia-Fanclubs – ob in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein oder Bayern oder international von

Algerien bis Zypern – hat zudem schon bei der offiziellen Anerkennung vonseiten des Vereins eine Gewaltverzichts-erklärung unterzeichnet. In Mönchengladbach wird seit den Achtzigerjahren bei der Fanarbeit Borussias von einem „Zwei-Säulen“-Prinzip, das heißt einer internen und einer externen Fanarbeit, gesprochen. Dabei war und ist das damalige „Fanprojekt MG e.V.“, der heutige „FPMG-Supporters Club e.V.“, die Keimzelle der gesamten Fanarbeit Borussias. Historisch gewachsen arbeiten hier mittlerweile sechs Festangestellte, circa 30 Teilzeitkräfte und viele Ehrenamtler. Beide „Parteien“ laufen dabei nicht parallel, sondern sind eng miteinander verzahnt und bilden im Sinne der Fans eine Einheit. Was aber damals noch fehlte, war die sozialpädagogische Arbeit mit Fußballfans der im Nationalen Konzept für Sport und Sicherheit beschriebenen Fanprojekte. Im Jahre 2014 wurde daher zusätzlich zum „Fanprojekt MG e.V.“ ein zweiter Verein gegründet: „De Kull e.V.“

Borussia hat beim Thema Fanarbeit eine Vorreiterrolle inne: Der VfL war der erste Verein, der einen hauptamtlichen Fanbeauftragten eingestellt hat – weit bevor

dies ein Lizenzierungskriterium der DFL und des DFB wurde. Das unabhängige Fanprojekt Mönchengladbach e.V. wurde 1988 ins Leben gerufen. Damit war die Basis gelegt für das bis heute funktionierende stabile System des Zwei-Säulen-Prinzips: Fanarbeit direkt bei Borussia und Fanarbeit extern, beim FPMG Supporters Club e.V. und dem Fanprojekt im De Kull e.V. Darüber hinaus hat Borussia auch die Bedürfnisse ihrer Fans mit Beeinträchtigung stets im Blick. Patrick Wolf ist als Inklusionsbeauftragter der entsprechende Ansprechpartner. Andrea Hanisch kümmert sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und Rollstuhlfahrer (siehe Seite 83). ♦

KONTAKT

Fanbeauftragte:
fans@borussia.de

Inklusionsbeauftragter Patrick Wolf:
barrierefrei@borussia.de

Andrea Hanisch:
andrea.hanisch@borussia.de

DE • KULL

TRÄGER DER
FREIEN
JUGENDHILFE

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



Bei der Bolzplatzliga nahmen im Jahr 2024 fast 400 Jugendliche teil.

Foto: Janik Zimdahl

Angefangen hat alles vor über 15 Jahren mit einem ersten Jugendnachmittag im Fanhaus. Inzwischen beschäftigt der Jugendhilfeträger De Kull knapp 150 Mitarbeiter – ins Leben gerufen wurde er mit lediglich dreien. Interdisziplinäre Teams beleben die Tätigkeiten in den Arbeitsbereichen „Soziale Arbeit“, „Bildung“ und „Sport“. Der Bedarf an den Angeboten wachse stetig, berichtet Philip Hülsen, Gründer und Geschäftsführer von De Kull. „Wir erreichen zwar schon viele Menschen, aber vor allem der Bedarf bei sozial schwächeren oder ärmeren Kindern und Jugendlichen muss mehr gedeckt werden.“

In den verschiedensten Arbeitsfeldern arbeiten der Jugendhilfeträger De Kull und Borussia Hand in Hand. Diese Zusammenarbeit wird beispielsweise im Jugendzentrum oder der Bolzplatzliga erlebbar. Im Bereich der Fan-Sozialarbeit schafft De Kull für Jugendliche verschiedene Randzeitangebote. Das Jugendzentrum auf der Hehner Straße bildet dabei ein wichtiges Standbein. Dort besuchen die Jugendlichen die Räumlichkeiten des Trägers aus eigener Motivation. Durch diese Struktur entsteht ein regelmäßiger Kontakt und Austausch. Niedrigschwellige Problematiken wie beispielsweise schulische, familiäre, fantechnische oder private Lebenslagen können im Rahmen einer Einzelfallhilfe besprochen werden.

Neben den wöchentlichen Angeboten bietet De Kull auch am Wochenende Kontaktmöglichkeiten an. Beim Projekt „Junge Kurve“ haben Jugendliche die Möglichkeit, in einem geschützten Rahmen Bundesligaspiele von Borussia zu erleben. Dafür stellt der Träger durch die Unterstützung Borsussias Karten für die Nordkurve bereit und nutzt dieses Projekt einmal mehr dazu, um Jugendliche für den Fußball und die Fankultur zu sensibilisieren und Werte zu vermitteln.

Die Bolzplatzliga ist ein weiteres Angebot mit einer Schnittstelle zu Borussia. Diese wird jährlich von der Borussia-Stif-

tung gefördert. Dabei handelt es sich um eine Straßenfußballliga für Jugendliche im Alter von 12 bis 17 Jahren an wechselnden Standorten in Mönchengladbach. Im Jahr 2024 fand die Bolzplatzliga erstmalig in zwei Altersklassen statt, in denen insgesamt 715 Teilnahmen von fast 400 Jugendlichen aus der Stadt verzeichnet werden konnten, was nochmal eine deutliche Steigerung zum Vorjahr darstellt. „Bolzplätze sind enorm wichtig für die Sozialisierung von jungen Menschen – sie sind die Sozialräume der Jugendlichen, die wir aufsuchen, um mit Ihnen in Kontakt zu kommen.“, erzählt Leon Glitt, Leiter der Bolzplatzliga bei De Kull.

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

Dabei unterstützt De Kull Borussia unter anderem bei der Lizenzierung des Nachwuchsleistungszentrums (NLZ). Dafür richtet der BPMG mit den Jugendmannschaften des Vereins regelmäßig Workshops aus. Ausführliche Infos über die Arbeit des Bildungspark finden sich auf Seite 74 dieses Nachhaltigkeitsberichtes.

Recht neu im Portfolio von De Kull ist das Quartiersprojekt im Mönchengladbacher Stadtteil Hardterbroich/Pesch. An zwei Tagen in der Woche findet an der alten Radrennbahn im Volksgarten ein offener Treff für Kinder, Jugendliche und deren Eltern statt. Hier steht ein abwechslungsreiches Programm, von Spielenachmittagen hin zu angeleiteten Aktivitäten, auf dem Plan. Mit dem Angebot will man Ansprechpartner für

alle Menschen des Stadtteils sein und Ideen und Projekte gemeinsam vorantreiben. ♦



Im Sommer 2024 veranstaltete De Kull im Volksgarten ein großes Stadtteilstfest mit knapp 2.000 Besuchern.

KONTAKT

Kontakt

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

KURZPASS

ELTERNCOACHING MAL ANDERS

Einmal pro Halbjahr ist es an der Tagesordnung bei Borussia, die Eltern von der U9 bis zur U14 einzuladen, um ihnen wichtige Informationen zu den Themen Ernährung, Pädagogik und Psychologie an die Hand zu geben. 2024 fand dies zum ersten Mal als Podiumsdiskussion statt.

STADT- RADELN



2024 haben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des VfL erneut am „Stadtradeln“ teilgenommen. In den 21 Tagen der Aktion hat das „Team Borussia“ insgesamt 15.115 Kilometer auf dem Rad zurückgelegt und damit die viertmeisten Kilometer aller Teams der Stadt Mönchengladbach gesammelt.

DER FAN IM MITTELPUNKT

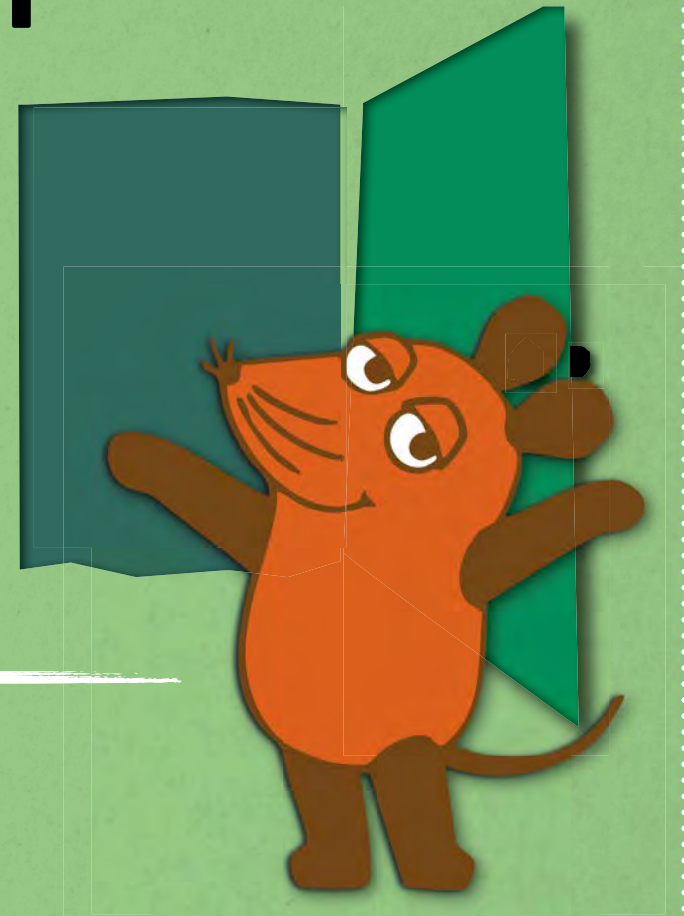
Mit regelmäßigen Umfragen unter dem Motto „Deine Stimme zählt!“ will Borussia die Meinung von Fans, Mitgliedern und Dauerkarten-Inhabern hören und somit neue Ideen und Verbesserungsvorschläge gemeinsam angehen. Durch die Umfragen sind schon einige neue Angebote geschaffen worden, so beispielsweise das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

TEAM- PULS

Anfang des Jahres 2024 sind die Ergebnisse der ersten großen Mitarbeiter-Umfrage beim VfL der Belegschaft vorgestellt worden. Die „Teampuls“-Befragungen werden nun jährlich fortgesetzt. Aus den Resultaten werden dann die entsprechenden Schlüsse gezogen und Maßnahmen eingeleitet.

„TÜREN AUF MIT DER MAUS“

Jedes Jahr am 3. Oktober öffnen sich für die bekannte WDR-Maus deutschlandweit allerhand Türen, die sonst für die Allgemeinheit verschlossen bleiben. Auch bei den Fohlen gab es besondere Räume zu sehen. Unter dem Motto „ZusammenTun“ erkundeten rund 90 Kinder den BORUSSIA-PARK, der dafür extra seine Türen geöffnet hatte.



MASTER- PLAN

Seit 2024 stehen allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Borussias die digitalen Schulungen von Masterplan zur Verfügung. In kurzen Videos kann man sich auf einfache Art und Weise fortbilden. Masterplan ist eine der führenden Lernplattformen für betriebliche Fortbildung in Deutschland und bietet über 700 digitale Kurse zu breit aufgestellten Themen.

UMWELT

Klima	Borussias Fußabdruck -----	26
Energie	Solarflächen, Wärmepumpen und LED-Flutlichter -----	28
Abfall	Verpackungsmüll und Foodwaste reduzieren -----	30
Tierwohl	Neue vegetarische und vegane Alternativen -----	31
Wasser	Mikroplastik filtern -----	32
Infografik	So grün ist der BORUSSIA-PARK -----	34
Mobilität	Schnellladetankstelle und Reiseverhalten -----	36
Kurzpasp	Weitere Meldungen 2024 -----	38

BORUSSIAS FUSSABDRUCK

Auch für die vergangene Saison 2023/24 hat Borussia wieder gemeinsam mit der Fjol GmbH und basierend auf dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol ihren CO₂-Fußabdruck errechnet

Eine wichtige Erkenntnis bei der Erstellung des inzwischen dritten CO₂-Fußabdrucks des VfL fasst Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit, wie folgt zusammen: „Wir befinden uns immer noch im Learning, was die detaillierte Datenerhebung angeht. Gerade durch die rückwirkende Überprüfung von Daten können wir das tatsächliche Abbild aber wieder ein Stück realistischer erfassen.“

So konnten manche Werte des vorherigen Fußabdrucks nun angepasst und sogar nach unten korrigiert werden. „Gleichzeitig haben wir damit natürlich in Kauf genommen, dass wir dadurch in diesem Jahr eine Erhöhung unserer Emissionen haben werden“, so Friebe. „Doch uns ist es wichtig, ein realistisches Abbild unserer Unternehmenstätigkeiten zu erhalten.“

So ist bei der Erfassung der Saison 2023/24, die Borussia erneut in Zusammenarbeit mit der Fjol GmbH durchgeführt hat und die auf dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol basiert, ein etwas höherer

Wert als im Vorjahr herausgekommen (siehe Grafik). Dies ist vor allen Dingen auf folgende Punkte zurückzuführen:

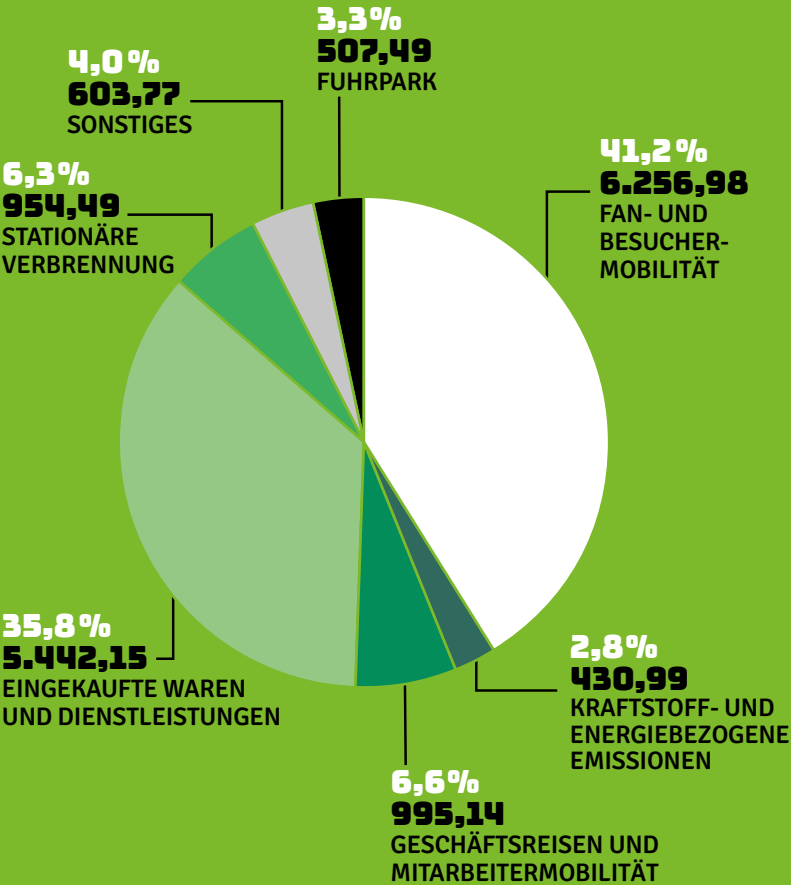
Zum einen hat Borussia in der Saison 2023/24 zwei Heimspiele mehr bestritten als in der Vorsaison (und damit auch deutlich mehr Fans im BORUSSIA-PARK gehabt) und eine gestiegene Anzahl von Mitarbeitern. Zudem hat im berechneten Zeitraum das Konzert von Rock-Star Pink im BORUSSIA-PARK stattgefunden. Ein weiteres Event mit Anreise, Verpflegung und allem, was dazugehört. Nach dem Konzert wurde zudem der Rasen im Stadion ausgetauscht. Allein diese Maßnahme fügte der Klimabilanz 979 Tonnen CO₂e- Emissionen hinzu.

Doch auf der anderen Seite haben die zahlreichen Maßnahmen – insbesondere in den Bereichen Merchandising und Catering – positive Auswirkungen auf die Bilanz. „Überall dort, wo wir mit gezielten Maßnahmen Einfluss nehmen können, zum Beispiel durch die Reduzierung von Verpackungsmaterial, sieht man im neuen Fußabdruck eine positive Entwicklung“, erklärt Friebe. „Grund-

sätzlich ist unser Bestreben, uns stetig weiterzuentwickeln, Potenziale aufzudecken und neue Prozesse anzustoßen.“

Insgesamt ist das ursprüngliche Ziel, die Emissionen im Vergleich zur Ausgangssaison 2019/2020 in den Bereichen Scope 1 und 2 bis zum Ende der Saison 2029/30 um 42 Prozent sowie in Scope 3 um 25 Prozent zu reduzieren auf jeden Fall in Reichweite. Die Scope-1- und Scope-2-Emissionen konnten durch die Umstellung auf Ökostrom von 2.983,43 Tonnen in der Saison 2019/20 auf 1.467,59 Tonnen in der Saison 2023/24 halbiert werden. Ein ähnliches Bild zeichnen die Scope-3-Emissionen, die von ca. 32.000 Tonnen auf 13.723,42 Tonnen gesunken sind. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass es sich 2019/20 um eine Europapokalaison handelte, die hinsichtlich Fanverhalten und Umsätzen eine besondere Größenordnung darstellt. Die Emissionen in Scope 3 können demnach bis zum Ende des Jahrzehnts durchaus erheblichen Schwankungen unterliegen. ♦

SCHADSTOFFEMISSIONEN BEI BORUSSIA 15.191,01 TONNEN CO₂ (BILANZIERUNGSZEITRAUM: SAISON 2023/24)



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

SCOPE 1:
Emissionen aus Quellen, die direkt im Unternehmensbesitz oder Geltungsbereich sind (z.B. der eigene Fuhrpark oder Heizkessel). Im Diagramm: Stationäre Verbrennung, Fuhrpark

SCOPE 2:
Emissionen aus der Nutzung von Energie, die eingekauft wird (z.B. Strom). Im Diagramm: Sonstiges

SCOPE 3:
Emissionen, die aus Aktivitäten resultieren, die nicht direkt zum Unternehmen gehören, aber aufgrund der Tätigkeit der Firma entstehen (z.B. Fan-Anreisen). Im Diagramm: Eingekaufte Waren & Dienstleistungen, Fan- und Besuchermobilität, Kraftstoff- und energiebezogene Emissionen, Geschäftsausreisen und Mitarbeitermobilität, Sonstiges

VERGLEICH ZUM VORJAHR (in Tonnen CO₂e)

	2023/24	2022/23
Stationäre Verbrennung	954,49	872,63
Fuhrpark	507,49	501,58
Gesamt SCOPE 1	1461,98	1.374,21
Strom	5,61	0,62
Gesamt SCOPE 2	5,61	0,62
Gekaufte Waren und Dienstleistungen	5.442,15	4.150,68
Anlagegüter	230,17	551,41
Kraftstoff- und energiebezogene Emissionen	430,99	424,54
Vorgelagerte Transporte	92,55	63,86
Abfallaufkommen im Betrieb	274,54	150,25
Geschäftsausreisen	311,74	320,75
Mitarbeitermobilität	683,4	645,35
Fan- und Besuchermobilität	6.256,98	5.811,41
Entsorgung verkaufter Produkte	0,9	0,01
Gesamt SCOPE 3	13.723,42	12.118,26
TOTAL	15.191,01	13.493,09

PHASE 2

ERFOLGREICH ABGESCHLOSSEN

Im Jahr 2024 hat der VfL weitere Photovoltaik-Anlagen auf den Dächern des BORUSSIA-PARK installiert. Zudem wurde die alte Kälteanlage gegen zwei moderne Wärmepumpen ausgetauscht

In Phase 2 sind 492 neue PV-Module hinzugekommen. Zum Beispiel wie hier auf dem Dach des Borussia-8-Grad.

Borussia hat den Ausbau der Photovoltaik-Anlagen auf den Dächern des BORUSSIA-PARK weiter vorangetrieben. Waren in Phase 1 im Jahr 2023 bereits 301 Module auf 600 Quadratmetern Fläche angebracht worden, so sind im vergangenen Jahr 2024 im Rahmen der Phase 2 des Projekts weitere 492 Module hinzugekommen. Diese wurden auf einer Fläche von 961 Quadratmetern auf fünf Dächern installiert.

Insgesamt verfügt der VfL damit inzwischen über 793 Module auf etwa 1.500

Quadratmetern Dachfläche. Seit Inbetriebnahme der Anlagen haben diese bereits 130.000 kWh Energie erzeugt. Bei optimalen Bedingungen wären für das Jahr 2025 insgesamt sogar 333.000 kWh möglich.

Die beiden geplanten Phasen des PV-Ausbaus sind damit erst einmal abgeschlossen. Doch es werden aktuell bereits weitere mögliche Flächen geprüft. Beispielsweise hat der VfL das Stadionsdach in einem Gutachten prüfen lassen, das Ergebnis: Statisch und von den Wind-

lasten her könnten moderne, leichte PV-Anlagen auch hier möglich sein. „Das Stadionsdach hätte enormes Potenzial“, sagt Tobias Hackethal, der bei Borussia für Neubau & Instandhaltung zuständig ist. „Wie viel der insgesamt 25.000 Quadratmeter Dachfläche am Ende wirklich genutzt werden könnte, hängt dann aber von vielen Faktoren, wie Wind, Verschattung oder Abstandsregelungen ab“, erklärt er.

Dort, wo auf den Dächern im BORUSSIA-PARK keine PV-Anlagen möglich

ENERGIEVERBRAUCH 2023/24

4.984.667 kWh

Strom (aus erneuerbaren Quellen)

4.273.414 kWh

Erdgas/Flüssiggas

1.912.427 kWh

Heizöl, Benzin, Diesel

11.170.508 kWh

Gesamtenergiemenge

1.898,58

CO₂e-Emissionen in Tonnen

130.000 kWh

Die moderne Wärmepumpe wird angeliefert.



Seit Inbetriebnahme der Photovoltaik-Anlagen haben diese bereits 130.000 kWh Energie geliefert.

sind, könnten schon bald Pflanzen die Dächer begrünen. Mit Partner Plantile hat der VfL ein Pilotprojekt zur Dachbegrünung gestartet (siehe Seite 50). Im Frühjahr soll besprochen werden, wie es hier weitergehen könnte.

Ebenfalls auf einem Dach im BORUSSIA-PARK stehen seit 2024 zwei moderne Wärmepumpen. Sie sind gegen die alten Kälteanlagen ausgetauscht worden. „Der große Vorteil ist, dass wir mit den Wärmepumpen sowohl im Winter Wärme, als auch im Sommer Kälte erzeugen können. Zudem haben sie einen deutlich besseren Wirkungsgrad als die alte Anlage“, erklärt Benjamin Muckel, Abteilungsleiter Betriebs- und Veranstaltungstechnik beim VfL. Im besten Fall laufe die Wärmepumpe im Sommer durch die Energiegewinnung über die Photovoltaik-Anlagen sogar komplett autark.

Eine weitere Umstellung bei Borussia: Das Stadionflutlicht wird nun in der Sommerpause 2025 auf LED umgerüstet, um den gestiegenen Anforderungen der Medien gerecht zu werden. Gleichzeitig bedeutet die Umstellung eine enorme Energieeinsparung: bis zu 800 Watt bei jedem einzelnen der insgesamt 192 Strahler.

Und die nächsten Themen für 2025 stehen schon in den Startlöchern: So soll beispielsweise die Umstellung auf smarte Ventile in der Lüftungsanlage erfolgen und auch über eine mögliche Nutzung von Windenergie im BORUSSIA-PARK gesprochen werden. Die Zukunft hält also weitere spannende Projekte bereit. ♦

45.000 EINWEGBECHER EINGESPART

Sowohl beim Catering als auch beim Merchandising ist es Borussia gelungen, den anfallenden Verpackungsmüll weiter zu reduzieren

Wo gehobelt wird, fallen Späne, und wo verkauft wird, fallen Verpackungen an. Diesen Müll zu reduzieren und Verpackungen ökonomischer zu gestalten, darin hat Borussia im vergangenen Jahr weitere Erfolge erzielen können. „Bei unseren Verpackungen fällt beispielsweise inzwischen die Kunststoff-Folie vor dem Sichtfenster komplett weg. Das Sichtfenster ist nun ein bloßer Ausschnitt im Karton“, sagt Andreas Schumacher, Head of Merchandising. „Das bedeutet gleichzeitig, dass 90 Prozent der Verpackungen jetzt frei von Kunststoffen sind.“ Lediglich die Umverpackung bereits in der Vergangenheit verpackter Ware weise jetzt noch einen Kunststoff-Anteil auf, so Schumacher.

„Um ressourcenschonend zu arbeiten, vermeiden wir es natürlich, bereits existente Verpackungen zu vernichten und in der Folge neu zu produzieren.“ Diese Altlasten werden aber im Laufe des Jahres 2025 sukzessive abgebaut, sodass beim Merchandising gegen Ende des Jahres der Prozentsatz kunststofffreier Verpackungen gegen 100 gehen wird.

Unter „ressourcenschonend“ fallen auch die Bemühungen, in Versandkartons buchstäblich weniger Luft zu versenden. „Um in Zukunft für jede Bestellung die optimale Kartongröße parat zu haben, arbeiten wir eng mit unserem Logistiker zusammen und erfassen die entsprechenden Daten“, erklärt Schumacher. Gesteigert werden konnte zudem die Quote der Produkte mit nachhaltigem Ansatz bzw. mit Nachhaltigkeitssiegel. Waren es 2023 noch 70 Prozent, so lag der Anteil im vergangenen Jahr bereits bei 75 Prozent.

Auch im Catering-Bereich liegt Borussia bei der Abfallvermeidung auf Kurs, hat man doch mit Beginn der Saison 2024/25 das umgesetzt, was man sich zu Jahresbeginn als Ziel gesetzt hatte. Durch die Abkehr von Einwegbechern zugunsten von Mehrwegbechern im VIP-Bereich werden nun pro Saison bis zu 45.000 Becher eingespart – und damit eine enorme Menge an Müll vermieden. In Kooperation mit den Getränke-Sponsoren (Bitburger, Bolten, Coca-Cola, Gerolsteiner und [g]niessen) wurden die Mehrwegbecher angeschafft. Die Folgekosten (für Logistik, Spülen etc.)

trägt Borussia. Zudem erinnert Norbert Wolfers, Abteilungsleiter Catering & Events, noch einmal an Borussia Pionierleistung, setzt man im Kioskbereich doch bereits seit lange zurückliegenden Bökelberg-Zeiten auf Mehrwegbecher.

„Was Food Waste betrifft, haben wir im Kioskbereich seit Vertragsbeginn mit unserem Catering-Dienstleister Aramark einen Maximal-Schwundwert für vorproduzierte Speisen vertraglich verankert“, sagt Wolfers. Produziere man mehr als diesen Prozentwert an Schwund, müsse sich der Partner an den Warenkosten beteiligen. Zu Jahresbeginn haben wir das Ziel gesetzt, den Schwundwert dauerhaft um ein Prozent zu reduzieren. „In der ersten Hälfte der Saison 2024/25 wurde dieser Wert bereits deutlich unterschritten“, freut sich Wolfers. ◆



VEGETARISCHE PIZZA UND FALAFEL-WRAP

Borussia erweitert Schritt für Schritt das Angebot fleischloser Speisen

Borussia bemüht sich schon seit Längerem um die sukzessive Erweiterung des Angebots fleischloser Speisen, die einen wichtigen Beitrag zur Förderung des Tierwohls leisten kann. So stehen im VIP-Bereich des BORUSSIA-PARK beispielsweise vegetarische und vegane Speisen schon lange auf der Buffet-Speisekarte. „Zusammen mit unserem Vertragspartner Broich Cate-

ring haben wir den Anteil an vegetarischen und veganen Artikeln am Standardbuffet stetig erweitert, sodass wir heute zum Beispiel auch vegane Desserts anbieten können“, sagt Norbert Wolfers Abteilungsleiter Catering & Events bei Borussia.

Im Kiosk-Bereich ist das Angebot mit den etablierten veganen Artikeln Pom-

mes Frites und Brezeln bereits im Dezember 2022 um die Veggie-Nuggets erweitert worden. Die Einführung einer vegetarischen Grillgemüse-Pizza Anfang 2024 sowie eines veganen Falafel-Wraps im Sommer desselben Jahres haben das bisherige vegetarische bzw. vegane Kiosk-Angebot nun noch einmal deutlich attraktiver gestaltet.

Und mit dieser Neuerung soll noch lange nicht das Ende der Fahnenstange erreicht sein: „Wir haben die Suche nach einem Anbieter, der seine Speisen möglichst ausschließlich vegetarisch und

vegan zubereitet und uns entsprechend alles aus einer Hand liefern bzw. potenziell an drei Verkaufsständen im Stadionrund anbieten könnte, noch einmal forciert“, erzählt Wolfers.

Abseits des Spieltagsbetriebs hat auch die FohlenSportsbar ihr veganes Angebot erweitert. Auf der Speisekarte finden sich seit dem Jahreswechsel nun unter anderem auch ein Thai Curry und Falafel als Option für das Curry oder den Sportlersalat. Ein weiterer Schritt, das vegane Speisenangebot im BORUSSIA-PARK zu vergrößern. ◆

Im Jahr 2024 sind mit der Grillgemüsepizza und der Falafel-Wrap zwei vegetarische Alternativen hinzugekommen.



Max Heinemann, Teamleiter Grün- und Außenanlagen, wirft einen Blick in die Filteranlage an Platz 4.



NACHHALTIG GEFILTERT

Kunstrasenplätze belasten das Abwasser mit Mikroplastik. Zum Schutz der Umwelt hat Borussia mit überschaubarem Aufwand ein effektives System installiert

Kunstrasen hat viele Vorteile. Er ist pflegeleicht, muss nicht gemäht werden und steht bei nahezu jedem Wetter zuverlässig zur Verfügung. Vor allem im Nachwuchsbereich wird das künstliche Geläuf gerne für den Trainings- und Spielbetrieb genutzt. Auf dem Gelände rund um den Santander FohlenCampus steht eine Fläche von mehr als 15.000 Quadratmetern Kunstrasen zur Verfügung – in Form eines Spielfelds, zwei Kleinfeldplätzen und einer Athletikfläche.

Der Nachteil: Plätze aus Kunststoff belasten die Natur. Von einem Kunstrasenplatz können Studien zufolge pro Jahr zwischen 500 und 1.000 Kilogramm Plastik in der Umwelt gelangen. Der Belag besteht unter anderem aus Plastik-Grashalmen und Plastik-Granulat. Durch Abrieb an den Schuhen sowie durch Wind und Regen lösen sich winzige Partikel des Materials ab. Werden die Teile nicht zurückgehalten, können sie über die Kanalisation in die Umwelt gelangen. Auch durch das Wässern der Spielflächen – dies ist nötig, um optimale Balleigenschaften zu erzeugen – wird das lose Granulat in die Abläufe gespült.

Um diesen negativen Effekt auf die Umwelt abzuwenden, hat Borussia eigeninitiativ Verantwortung übernommen und spezielle Filter in den Abläufen rund um das Trainingsgelände installiert. Das System ist so einfach wie effektiv, leicht zu warten und kostengünstig. Simple, feine Siebe verhindern die Abgabe von Mikroplastik ins Abwasser. Mit wenigen Handgriffen werden diese in die Gullys eingesetzt – und schon kann kein Plastik mehr durchdringen.

„ALLE MÖGLICHKEITEN AUSSCHÖPFEN“

Borussia orientiert sich hier an der eigenen Nachhaltigkeitsphilosophie, denn „es gibt keine gesetzlichen Vorgaben, dennoch ist es für uns selbstverständlich, einen Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten“, sagt Max Heinemann, Teamleiter Grün- und Außenanlagen, als er einen der Filter aus dem Ablauf hebt. Im Schlamm deutlich

sichtbar: die grünen Granulat-Partikel, die ohne das Rückhaltesystem in die Kanalisation gelangt wären.

Nach dem Training ist es zudem wichtig, die Schuhe abzubürsten und Sauberlaufzonen zu benutzen, um die Partikel nicht zu verschleppen. Auch die jungen Fußballerinnen und Fußballer der Borussia tragen hier verantwortungsvoll ihren Teil zur Mikroplastik-Vermeidung bei.

Ein Kunstrasenplatz kann durchaus zu einer „Mikroplastik-Schleuder“ werden. Abwasser und Flüsse tragen die Partikel bis in die Ozeane. Der nicht abgebaute Kunststoff und die Schadstoffe können sich im Gewebe der Meerestiere ansammeln, Teil der Nahrungskette werden und sich in Form von Nanoplastik möglicherweise auch schädlich auf den Menschen auswirken. Hierzu gibt es noch keine verlässlichen Daten.

Auch in diesem Fall will die Fohlen-Familie als Vorbild vorangehen und versucht, „alle Möglichkeiten auszuschöpfen, denn das Thema Vermeidung von Mikroplastik ist uns sehr wichtig“, so Heinemann, der seit 2019 für Borussia tätig ist. „Mit einfachen Mitteln können wir hier einen großen Beitrag leisten“, sagt der 38-Jährige und zeigt auf

Die Filter verhindern, dass Mikroplastik ins Grundwasser gelangt.



das Areal, auf dem sich rund um die Trainingsplätze 4, 5 und 6 sowie an der Athletikfläche zwischen dem Fohlen-Platz und Trainingsplatz 3 insgesamt 20 Abläufe mit Filtern befinden. „Wir reden in unserem Fall von etwa 200 Kilogramm Granulat, das wir im Schnitt pro Jahr auftragen“, so Heinemann.

Regelmäßig werden die Filter vom Greenkeeping-Team kontrolliert und geleert. Je mehr es regnet, desto mehr Granulat fließt ab. Als Faustregel gilt: einmal im Monat prüfen und bei Bedarf entleeren. Die Rückstände werden dann der normalen Abfallwirtschaft zugeführt. Den Aufwand, das Granulat zu filtern und wieder aufzubringen – was grundsätzlich möglich wäre – wäre angesichts der geringen Menge zu hoch. Der Wasserverbrauch zum Ausspülen würde den positiven Effekt aufheben.

Übrigens: Ab 2031 wird Mikroplastik auf Fußballplätzen verboten sein. Forschungen an möglichen, umweltfreundlichen Ersatzstoffen laufen. Borussia wird diese Entwicklung genau beobachten, um seiner Nachhaltigkeitsphilosophie treu zu bleiben. Bis dahin wird am FohlenCampus zum Schutz der Umwelt weiter gefiltert. ♦

SO GRÜN IST DER

BORUSSIA-PARK

Ökostrom, LED-Leuchtmittel und ein eigener Tiefbrunnen – der BORUSSIA-PARK ist nachhaltig aufgestellt



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



1.871 FAHRRAD-STÄNDER

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

GO GREEN

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

FILTER

an den Kunstrasenflächen verhindern, dass Mikroplastik ins Grundwasser gelangt.

22 E-LADEPUNKTE
für Elektroautos gibt es im BORUSSIA-PARK.

100.000 LITER

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



1.500 €

PV-Anlagen haben seit Inbetriebnahme einen Ertrag von 130 MWh (130.000 kWh) erzeugt.

ÖKOSTROM

Seit dem 1. Januar 2021 hat Borussia mit ihrem Partner NEW den gesamten BORUSSIA-PARK auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt. Dadurch werden bei einem Verbrauch von 4.900.000kWh (Saison 2023/24) im Jahr etwa 1.056 t an CO₂-Emissionen eingespart.



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

UNSER PAPIER

Borussia benutzt FSC-zertifiziertes Papier.



MEHRWEG BECHER
IN DER STADION-GASTRONOMIE

35.000.000 LITER WASSER

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

REGENERATIVE ANLAGEN

Dank moderner Technik in zwei Blockheizkraftwerken, zwei Brennkesseln und vier gasbetriebenen Luft-Wärmepumpen gewinnt und verbraucht Borussia Energie mit größtmöglicher Effizienz. Die alten Kaltwassersätze wurden gegen moderne Wärmepumpen ausgetauscht.

SCHNELL-LADEPARK ERÖFFNET



In unmittelbarer Nähe des BORUSSIA-PARK, auf dem Parkplatz P8, ist der erste reine Ladepark von Aral pulse in Betrieb gegangen. Borussia ist Teil des zukunftsweisenden Projekts für nachhaltige Elektromobilität

Ein bedeutender Schritt in Richtung Elektromobilität: Auf dem aktuellen Parkplatz P8, in unmittelbarer Nähe zum BORUSSIA-PARK, ist der erste reine Ladepark von Aral pulse in Betrieb genommen worden. Das Projekt entstand in Partnerschaft mit der PPG Nordpark, einer gemeinsamen Gesellschaft der Stadt Mönchengladbach, der Entwicklungsgesellschaft der Stadt und Borussia. „Borussia ist stolz darauf, Teil dieser wegweisenden Initiative zu sein, die den Nordpark und den BORUSSIA-PARK als Standort für nachhaltige und moderne Infrastruktur weiter stärkt“, sagt Bernhard Nießen, Borussia-Direktor Stadionbetrieb.

Mit 28 Ladepunkten an 14 Ultraschnell-Ladesäulen, die Ladeleistungen von bis zu 400 Kilowatt ermöglichen, setzt die Anlage neue Maßstäbe. Elektroautos können hier in nur zehn Minuten bis zu 300 Kilometer Reich-

weite laden – je nach Fahrzeugtechnik, insbesondere im Hinblick auf Typ, Alter und Zustand der Batterie. Eine auf dem Dach installierte Photovoltaik-Anlage trägt zur nachhaltigen Stromversorgung bei und deckt dabei anteilig den Bedarf an Ökostrom.

Felix Heinrichs, Oberbürgermeister der Stadt, betonte: „Mit der Inbetriebnahme dieses Ladeparks erreichen wir einen neuen Meilenstein auf dem Weg zur emissionsarmen Mobilität in Mönchengladbach. Ich bin sehr froh, dass wir mit Aral pulse und unserer PPG Nordpark – einer gemeinsamen GmbH von Stadt, EWMG und Borussia – starke Partner haben, um so ein wegweisendes Projekt umzusetzen.“ Alexander Junge, Aral-Vorstand für Elektromobilität, hob die Bedeutung des Projekts als Teil des Ausbaus des Schnellladenetzes hervor. „Die Eröffnung des Ladeparks ist ein Meilenstein für die Entwicklung von Aral

pulse in Deutschland und eine wichtige Innovation im 100. Jubiläumsjahr von Aral.“

Zusätzlich bietet der Ladepark einen innovativen, unbemannten REWE To Go Smart Store mit 24/7-Service, Sitzgelegenheiten und kostenlosem WLAN – ein weiterer Schritt, Mobilität und Komfort zu vereinen. In dem unbemannten Shop können Ladepark-Nutzerinnen und -Nutzer, Anwohner und weitere Kunden rund um die Uhr einkaufen. Dabei scannen Kunden zunächst ein bargeldloses Zahlungsmittel, beispielsweise eine Kreditkarte. Anschließend können sie die gewünschten Produkte aus Kühlschränken entnehmen. Dank künstlicher Intelligenz, unterstützt durch Kameras und Gewichtssensoren, wird automatisch erfasst, welche Artikel ausgewählt wurden – und der Rechnungsbetrag vom zuvor gescannten Zahlungsmittel abgebucht. ♦

DIE FOHLEN UNTERWEGS

Gut 15.000 Kilometer haben Borussia Profis in der Saison 2023/24 zurückgelegt



MANNSCHAFTSREISEN

Wettbewerb	Gegner	Reisedistanz (Hin- und Rückfahrt)	Verkehrsmittel
DFB Pokal	Bersenbrück	470 km	Mannschaftsbus
DFB Pokal	Saarbrücken	600 km	Flugzeug
DFB Pokal	Saarbrücken	600 km	Flugzeug
Bundesliga	FC Augsburg	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	Darmstadt 98	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfL Bochum	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1. FC Köln	132 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	SC Freiburg	1.000 km	Flugzeug
Bundesliga	Borussia Dortmund	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Union Berlin	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	Eintracht Frankfurt	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Bayer Leverkusen	130 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Bayern München	1.260 km	Flugzeug
Bundesliga	RB Leipzig	1.400 km	Flugzeug
Bundesliga	Mainz 05	470 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1 FC Heidenheim	1.040 km	Flugzeug
Bundesliga	VfL Wolfsburg	800 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1899 Hoffenheim	700 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Werder Bremen	660 km	Flugzeug
Bundesliga	VfB Stuttgart	820 km	Flugzeug
TL Sommer	Rottach-Egern	1.260 km	Flugzeug

Gesamtkilometer 15.182 km
CO₂e-Emissionen in Tonnen 153,09

KURZPASS

DEUTSCHLAND-TICKET

Borussia unterstützt ihre Angestellten mit einem Zuschuss zum Deutschlandticket. 36 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben das Jobticket im Jahr 2024 in Anspruch genommen.

EINE TANNE FÜR WEIHNACHTEN

Damit zu Weihnachten weder ein Plastikbaum aufgestellt, noch ein echter Baum unnötig gefällt werden muss, hat Borussia schon 2022 eine Colorado-Tanne am Bitburger Biergarten gepflanzt, die seither wächst und gedeiht und jedes Jahr zur Weihnachtszeit festlich geschmückt wird.

LEASE A BIKE

Inzwischen haben 85 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit genutzt, über Borussia und „Lease a Bike“ eines oder mehrere Fahrräder zu leasen. 124 Fahrräder wurden so bereits finanziert. Im Jahr 2024 sind 38 Fahrräder von 25 Mitarbeitern hinzugekommen – eine Verdopplung zum Vorjahr.

„RUN & FUN“-FIRMENLAUF

Die Teilnahme am „Run&Fun“-Firmenlauf ist bei Borussia inzwischen Tradition. So machten sich auch 2024 wieder 37 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fohlen auf die rund fünf Kilometer lange Strecke. Insgesamt waren knapp 5.800 Teilnehmer Mönchengladbacher Unternehmen am Start.

DIGITALE TICKETS

Seit der Saison 2024/25 hat Borussia die digitale Dauerkarte als Standard festgelegt. Wer seine Saisonkarte weiterhin haptisch erhalten will, muss sich nun aktiv melden. So nutzen bereits 40 Prozent die digitale Dauerkarte. Bei den Tageskarten ist die Entwicklung noch spürbarer: Dort greifen inzwischen 78 Prozent auf die digitalen Eintrittskarten zurück.



NACHHALTIGE FAN-MOBILITÄT

Borussia unterstützt das neue Mitfahrportal der Deutschen Fußball Liga (DFL), das Fans die Möglichkeit bietet, Fahrgemeinschaften zu Heim- und Auswärtsspielen zu organisieren. Ziel ist es, die CO₂-Emissionen zu reduzieren und gleichzeitig Reisekosten zu sparen. Unter bundesliga-mitfahrportal.de können Fans ihre Fahrten organisieren und Mitfahrer finden. Die Nutzung des Portals ist kostenlos.

WIRTSCHAFT

Regionales Engagement	Stärkung der Region	42
Merchandising	Neuer Online-Shop	44
Stiftung	Tätigkeitsbericht der Borussia-Stiftung	46
Fairer Wettbewerb	Compliance	49
Sponsoring	Dachbegrünung durch Partner	50
Digitalisierung	Das FohlenEcho jetzt digital	52
Kurzpass	Weitere Meldungen 2024	54



DIE REGION STÄRKEN

2024 fand im BORUSSIA-PARK die dritte Auflage des FohlenMasters statt. Das Turnier ist Teil des Projekts „Stärkung der Region“

Für Borussia-Fans und Nachwuchsspieler ist es gleichermaßen ein Gänsehaut-Moment, wenn nach einem eigenen Torerfolg die Tor-Musik Borussias ertönt. Umso größer war der Jubel auf Seiten des VfR Würselen, der im U8-Finale des FohlenMasters innerhalb von zwei Minuten die Treffer zum Sieg gegen Eintracht Warden zu „Maria I Like It Loud“ feiern durfte. Nach Abpfiff gab es für Spieler und Trainer kein Halten mehr, hatte man doch schon vor dem Finalspiel insgesamt acht Duelle ungeschlagen hinter sich gebracht.

Am Ende durften sich jedoch alle Teams über die Teilnahme am Turnier freuen, denn ein jedes hat sich im Vorfeld bei den insgesamt fünf Vorturnieren für

die Endrunde qualifiziert. „Das Niveau des Finalturniers war dementsprechend sehr hoch“, sagt Nils Brüninghaus, U14-Trainer bei den Fohlen und Koordinator des Projekts „Stärkung der Region“. „Jedes Team hat sich den Tag mehr als verdient.“

Im Anschluss startete das Turnier der U11-Mannschaften. Im Finale zwischen SW Essen I und Union Nettetal behielt Essen im Elfmeterschießen die Oberhand und siegte mit 3:2. Insgesamt 48 Amateurvereine aus der Region in und um Mönchengladbach nahmen an beiden Wettbewerben teil, die jeweiligen Dritt- und Zweitplatzierten durften sich bei der Siegerehrung über einen Gutschein für eine Trainingseinheit mit

einem Trainer des Nachwuchsleistungszentrums Borussias, sowie eine Stadionführung freuen. Die Siegermannschaften erhielten einen Gutschein für den Besuch eines Heimspiels der FohlenElf.

Leer ging aber niemand aus, denn allen Teilnehmern überreichte Borussia-Maskottchen Jünte unter tosendem Applaus Medaillen. Neben den Spielen auf dem Fohlenplatz, die jeweils acht Minuten lang waren, gab es auf dem Gelände des FohlenCampus Stände und Mitmach-Aktionen, wie eine Hüpfburg, eine Torwand und eine Malstation. Für das leibliche Wohl war mit Getränken, Pommes- und Crêpes-Stand gesorgt. „Es war ein voller Erfolg. Die Mannschaften konnten hier bei besten Bedingungen

Fußball spielen. Wir haben spannende Duelle gesehen und hatten eine super Stimmung auf der Tribüne, was will man mehr“, freute sich Brüninghaus.

Das FohlenMasters ist Teil des Projekts „Stärkung der Region“, mit dem sich Borussia seit einigen Jahren mit verschiedenen Initiativen stark in den Breitensport der Region einbringt. Dazu gehören beispielsweise kostenlose Online-Fortbildungen für Trainerinnen und Trainer sowie das Setzen von Impulsen im Bereich der Talentförderung sowie der Trainerausbildung.

Dafür hat Borussia ihr Portfolio aus Partnern in der Region zuletzt vergrößert und im SV Eilendorf und dem TSV Meerbusch weitere Kooperationspartner gefunden. Beide Seiten sollen von der langfristig angelegten Zusammenarbeit profitieren. Neben Testspielen, Leistungsvergleichen und verschiedenen Events zielt die Partnerschaft vor allem auch darauf ab, durch regelmäßige Trainerfortbildungen in Form von Demotrainings und Schulungen, aber auch gezielten Hospitationsmöglichkeiten, das Know-how und die Trainingsphilosophie in den Partnerverein zu tragen. Und so die Jugendausbildung nachhaltig zu fördern.

„Unsere Partner und wir sind auf Augenhöhe“, betont Borussias Direktor Nachwuchsleistungszentrum Mirko Sandmöller. „Das Ziel ist es, gemeinsam Talente für den Fußball auszubilden.“ Auf Grundlage dieser Haltung hat Borussia das Partnerschaftsmodell hervorgebracht. Inzwischen zählen acht Klubs zu Borussias Partnern. U14-Trainer Nils Brüninghaus ist zusätzlich als Koordinator „Stärkung der Region“ tätig. Zusammen mit den Fohlen möchte er Borussia im Umland für alle erlebbar machen und das Know-how des Vereins weitergeben. ♦

NILS BRÜNINGHAUS

Koordinator Stärkung der Region
E nils.brueeninghaus@borussia.de

KONTAKT



BORUSSIAS PARTNERVEREINE

INFO



SC Union Nettetal



SuS Dinslaken



SC Kapellen-Erft



VfR Fischeln



FC Wegberg-Beeck



SC Düsseldorf-West

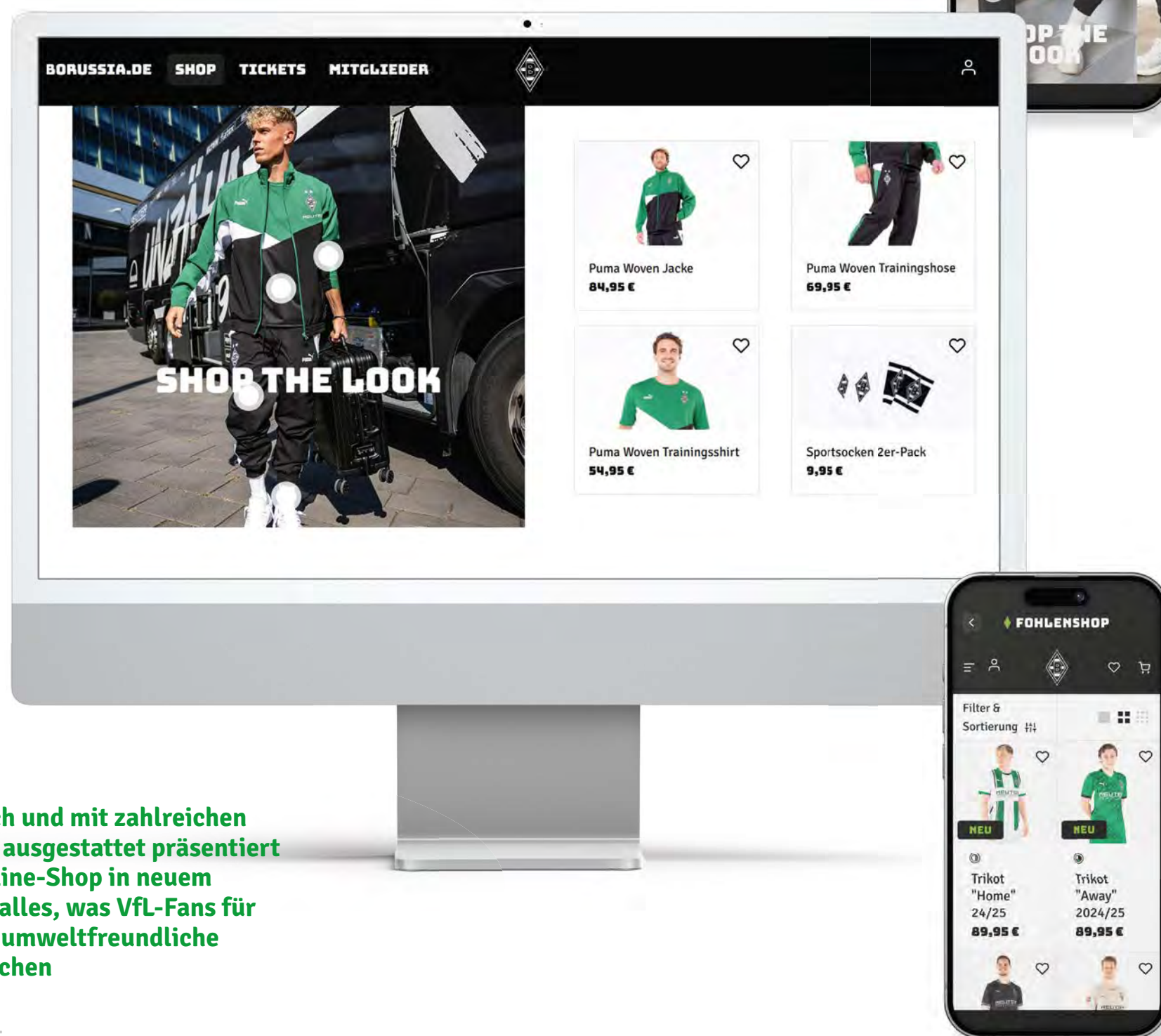


TSV Meerbusch



SV Eilendorf

NACHHALTIGES SHOPPING-ERLEBNIS



Benutzerfreundlich und mit zahlreichen neuen Funktionen ausgestattet präsentiert sich Borussias Online-Shop in neuem Design und bietet alles, was VfL-Fans für eine moderne und umweltfreundliche Einkaufstour brauchen

Vom Trikot bis zum Kochbuch, vom Schlüsselanhänger bis zum Blumentopf, vom Mousepad bis zum Hundehalsband. Borussia hat praktisch alles im Angebot, was das Fan-Herz begehrt. Die umfangreiche und bunte Palette aus rund 750 Artikeln erstrahlt seit Mitte Oktober 2024 in neuem Look. Mit allem ausgestattet, was ein zeitgemäßer Web-Shop braucht.

der Shop-Seite die Produktionsketten nachverfolgbar werden und durch Verlinkung auf eine separate Unterseite umfangreichere Informationen über die Zertifizierung der Hersteller verfügbar sein.

MODERNE VERSANDLÖSUNGEN

„Die Anforderungen der Kunden haben sich stark verändert. 80 Prozent der Zugriffe erfolgen heutzutage von mobilen Geräten. Entsprechend haben wir die Nutzung nach dem Motto `Mobile First` optimiert“, erklärt Vertriebsleiter Merchandising Guido Arntzen, der mit den Teams Digitale Transformation und Marketing sowie Projektleiterin Eva Mackes für Entwicklung und Umsetzung des neuen Shops verantwortlich ist.

Die mobile Version ist optisch an die gängigen Social-Media-Apps angelehnt. „Der Großteil der Nutzer ist damit vertraut. Die Handhabung ist einfach. Viele Bilder, swipen, wenig Text. Natürlich funktioniert das Ganze aber auch klassisch in der Desktop-Version“, so Arntzen.

KLARE ZIELE UND MASSNAHMEN

Die neue Plattform besticht – in der mobilen wie klassischen Variante – vor allem durch Übersichtlichkeit und Bedienerfreundlichkeit. Zahlreiche Filterfunktionen erleichtern die Suche. Die Sortierung lässt sich auch nach Artikeln, die mit Nachhaltigkeitsansatz produziert wurden, einstellen. Ganz im Sinne von Borussias Ausrichtung werden über 70 Prozent des Textilsortiments nachhaltiger produziert als früher, zertifiziert mit verschiedenen Siegeln, die neben den Artikeln angezeigt und erklärt werden.

In puncto Nachhaltigkeit hat Borussia klare Ziele und Maßnahmen definiert. So sollen in einer künftigen Ausbaustufe

Ebenso soll der Versandweg sukzessive nachhaltiger werden. Hierbei könnten wiederverwertbare Verpackungen zum Einsatz kommen, wenn Kunden beim Abschluss des Kaufs die Option „Mehrwegversand“ wählen.

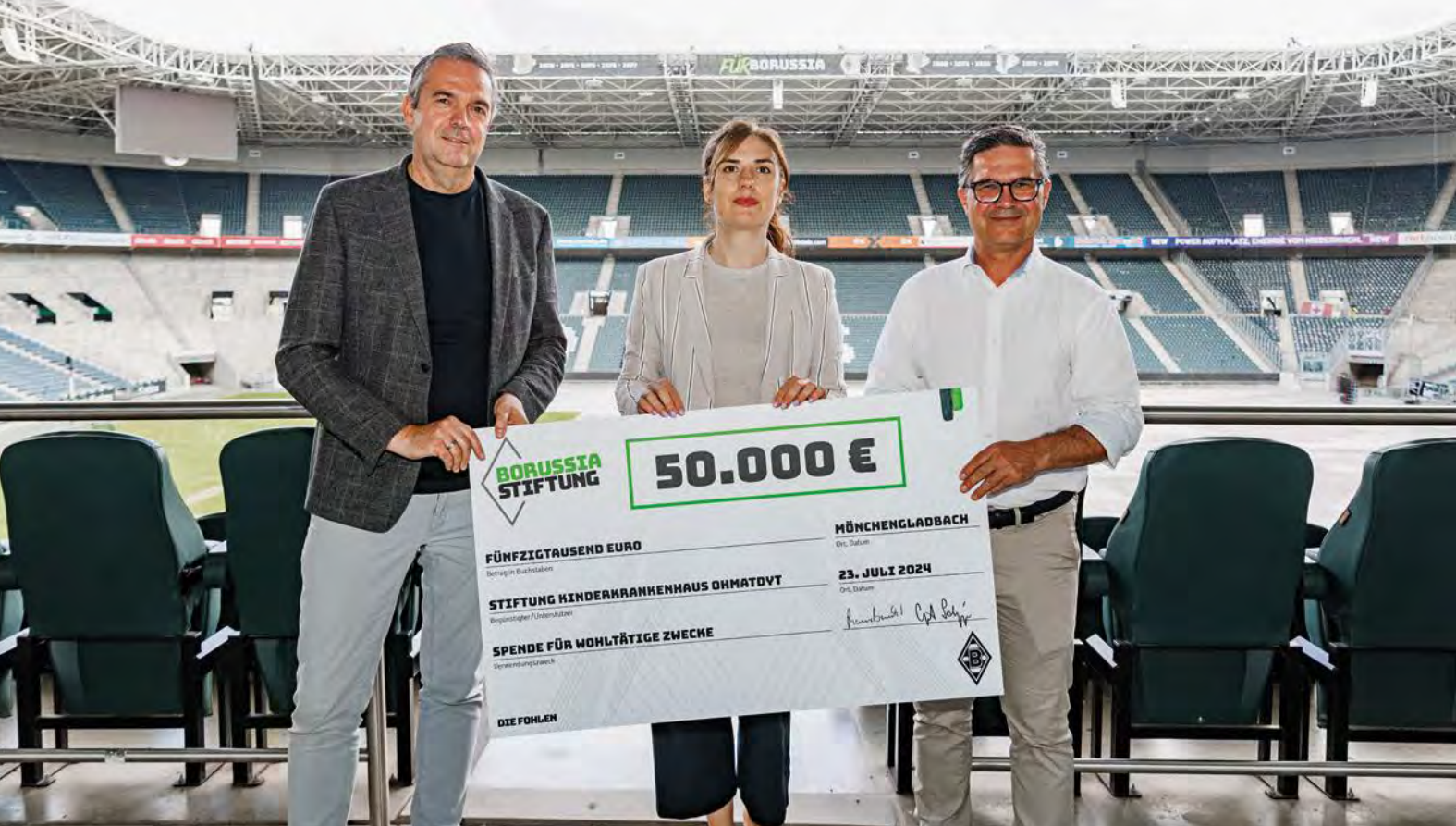
Im Jahr 2024 hat Borussia 117.718 Packstücke mit einem Gesamtgewicht von 18.243 Kilogramm verschickt, was einem Durchschnittsgewicht von 2,93 Kilogramm pro Stück entspricht. Für den Versand hat Borussia bereits die Größen der verschiedenen Kartonagen erweitert, um möglichst wenig „Luft“ zu verschicken.

Weitere Entwicklungsschritte sind die vollständige Umstellung auf Blisterverpackungen ohne Kunststoff-Sichtfenster, die schrittweise Umstellung der Produktverpackungen und Hangtags auf Bio-Pappe mit einfarbigem Druck sowie die Nutzung von kompostierbaren Polybags, die ein Einsparpotenzial von 24.500 klassischen Polybeuteln bietet (hierzu laufen noch Tests).

Darüber hinaus wurde eine Datenbank implementiert, in der alle Informationen zur Zertifizierung der Hersteller hinterlegt sind. Ebenso wurde ein Scoresystem erstellt, um Nachhaltigkeit unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit zu einem festen Kriterium für die Auftragsvergabe zu machen. In Lieferantenverträgen werden zudem neben den gesetzlichen Vorgaben auch Produktionsrichtlinien und Nachhaltigkeitsvorgaben detailliert dokumentiert

MIT DER BORUSSIA-STIFTUNG IN DIE ZUKUNFT

Borussias Geschäftsführer Markus Aretz, die ukrainische Generalkonsulin aus Düsseldorf, Iryna Shum, und Borussias Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit bei Borussia, Markus Friebe, bei der Scheckübergabe.



Seit 2010 existiert die Borussia-Stiftung. Bis heute hat sie rund 230 Organisationen und soziale Einrichtungen mit mehr als eineinhalb Millionen Euro unterstützt

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

Seither haben bis heute knapp 230 gemeinnützige Organisationen und soziale Einrichtungen aller Art vom Sportverein über Kirchengemeinden bis zum Kindergarten von Geld- und Sachspenden der Borussia-Stiftung profitiert. Allein im vergangenen Jahr 2024 konnte die Stiftung mit knapp 60.000 Euro 17 regionale Organisationen unterstützen. Eine dieser Organisationen war das Arbeitslosenzentrum Mönchengladbach e.V., welche die Stiftung unterstützte, um für Bedürftige einen Mittagstisch zu garantieren. Eine andere war der Zornröschen e.V., dessen Ziel es ist, Kinder und Jugendliche, die von sexuellem Missbrauch betroffen sind, zu unterstützen. Dafür spendete die Stiftung 2.700 Euro.

Eines der langfristigen Projekte, welches die Stiftung in der Region unterstützt ist der Bildungspark Mönchengladbach (BPMG). In Zusammenarbeit mit dem sozialpädagogischen Fanprojekt „De Kull“ rückt dabei das Schwerpunktthema Bildung in den Vordergrund. In der besonderen Atmosphäre des BORUSSIA-PARK können pro Schuljahr etwa 1.500 Schülerinnen und Schüler an Workshops zu gesellschaftlich und politisch relevanten Themen wie



Rassismus und Integration teilnehmen. Die Stiftung unterstützt den Bildungspark jährlich mit einer Spende, die sich auch im vergangenen Jahr wieder auf 22.000 Euro belief.

„Borussia war und ist sich ihrer besonderen gesellschaftlichen Rolle bewusst, die sie als Aushängeschild der Stadt Mönchengladbach und am gesamten Niederrhein spielt“, betont Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. Die Borussia-Stiftung habe sich seit ihrer Gründung im Jahr 2010 als ideales Instrument erwiesen, um dieser Verantwortung nachzukommen.

Neben dem regionalen Engagement gibt es Situationen und Gegebenheiten, bei denen sich die Borussia-Stiftung in der Pflicht sieht, über den Tellerrand hinauszublicken und überregional zu helfen – auch über die Landesgrenze hinaus. Solch eine Situation war beispielsweise der Ausbruch des Krieges in der Ukraine. Erst im Sommer 2024 wurde Borussia aufgrund der Situation dort erneut tätig.

Friebe und Borussias Geschäftsführer Markus Aretz überreichten der ukrainischen Generalkonsulin aus Düsseldorf, Iryna Shum, einen Scheck über 50.000 Euro für die Stiftung „Ohmatdyt – is Healthy Childhood“. Die Stiftung setzt

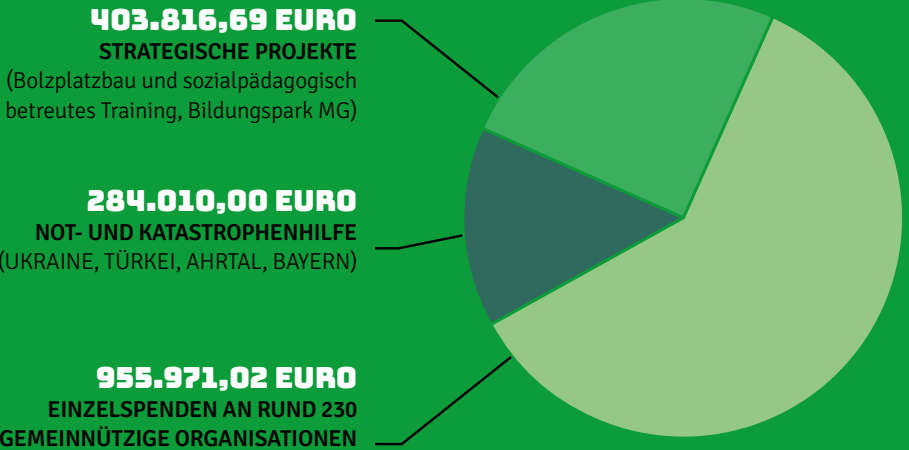
sich seit Beginn des russischen Angriffs-kriegs für die medizinische Versorgung vor Ort ein. So wurde das Kinderkrankenhaus „Ohmatdyt“, bevor es am 8. Juli 2024 bei einem Luftangriff zerstört wurde, zu einem Behandlungszentrum für Kinder und Erwachsene umfunktio-niert, um sowohl krebserkrankte Kinder als auch kriegsverletzte Menschen zu behandeln. Aretz betont: „Was dort passiert ist, ist unvorstellbar schrecklich, denn es hat wieder einmal unschuldige Menschen, in diesem Fall Kinder, getroffen. Daher war es für uns selbstverständlich, dass wir beim Wiederaufbau der medizinischen Versorgung vor Ort helfen werden.“

Im abgelaufenen Kalenderjahr 2024 schüttete die Borussia-Stiftung insgesamt 131.500 Euro aus. Bis heute haben rund 230 Organisationen, soziale Einrichtungen aller Art vom Sportverein über Kirchengemeinden bis zum Kindergarten in 14 Jahren von Geld- und Sachspenden im Wert von knapp 1.650.000 Euro profitiert. ♦

GESAMTAUSSCHÜTTUNG DER BORUSSIA-STIFTUNG SEIT 2010 1.643.797,71 EURO

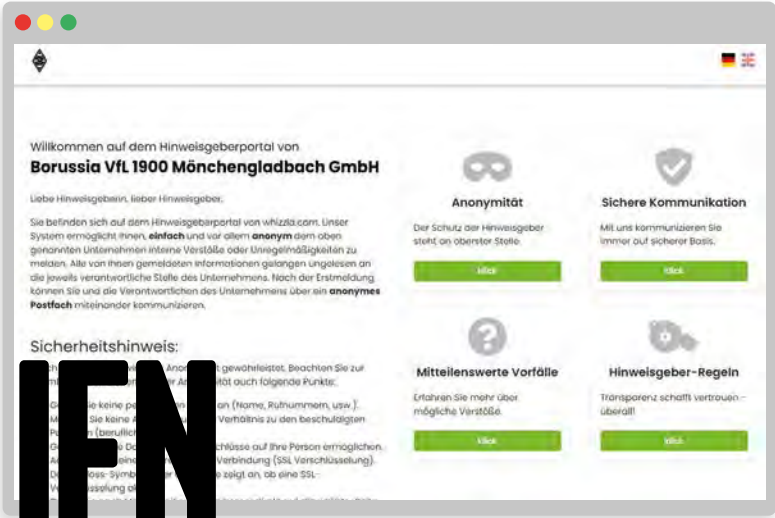
Stand: 31. Dezember 2024

DIE BORUSSIA-STIFTUNG HAT IM JAHR 2024 FOLGENDE VEREINE UND PROJEKTE MIT INSGESAMT 131.500,00 EURO UNTERSTÜTZT:



VEREIN	PROJEKT	SPENDEN-SUMME
Förderverein Gemeinschaftsgrundschule Mülfort-Dohr e.V.	Fußballtore für den Schulhof	900,00 Euro
BFV-Sozialstiftung	Hochwasserhilfe Bayerische Fußballvereine	15.000,00 Euro
Zornröschen e.V.	Prävention sexuelle Gewalt gegen Kinder	2.700,00 Euro
Förderverein Insel Tobi e.V.	Unterstützung Kinderhospiz	2.700,00 Euro
Tierschutz Mönchengladbach e.V.	Unterstützung Tierschutz	2.700,00 Euro
Gemeinschaft St. Egidio e.V.	Unterstützung Regenbogenschule	2.500,00 Euro
Don-Bosco-Heim gGmbH Viersen	Unterstützung der Heimkinder	2.500,00 Euro
Förderverein Förderzentrum Mönchengladbach Süd e.V.	Gewaltpräventionstraining	3.000,00 Euro
Förderverein KiTa Kinderinsel Neuwerk e.V.	Anschaffung Bewegungslandschaft	3.000,00 Euro
Förderverein KiTa Güdderather Mühlenweg e.V.	Anschaffung Bewegungslandschaft	3.000,00 Euro
Gut Feismann gGmbH	Unterstützung tiergestütztes Kinderhospiz	5.000,00 Euro
Förderverein GHS Erkelenz e.V.	Bildungsfahrt nach Auschwitz	1.000,00 Euro
Förderverein Kita Hephialino e.V.	Schwimmkurse	1.000,00 Euro
Förderverein BÜZ Römerbrunnen e.V.	Projekt „Lesen-Texte verstehen 2024“	2.000,00 Euro
Förderverein BÜZ Römerbrunnen e.V.	Projekt „Fit für Kids 2024“	2.500,00 Euro
Arbeitslosenzentrum Mönchengladbach e.V.	Mittagstisch für Bedürftige	3.600,00 Euro
De Kull e.V.	Bildungspark MG	22.000,00 Euro
Foundation Ohmatdyt is healthy childhood	Unterstützung Kinderkrankenhaus in Kiew	50.000,00 Euro
Verein zur Förderung einer palliativen Einheit e.V.	Unterstützung Hospiz St. Christophorus	1.900,00 Euro
Stadtfeuerwehrverband Mönchengladbach e.V.	Anschaffung Rettungslöwe SAM	1.000,00 Euro
Behinderten Sportgemeinschaft Mönchengladbach eV.	Projekt „Herzsport“	3.500,00 Euro

VERTRAUEN IST GUT, KONTROLLE IST BESSER



Nachhaltigkeit sowie Umwelt- und Mitarbeiterschutz sind für Borussia Mönchengladbach eine Selbstverständlichkeit. Nicht weniger erwartet der Verein auch von seinen Geschäftspartnern

Compliance – das sollte mehr sein als „nur“ die Einhaltung der durch den Gesetzgeber verantworteten Vorgaben. So wird von Geschäftspartnern, etwa beim Bezug von Rohstoffen, Waren oder Dienstleistungen, erwartet, dass diese das Selbstverständnis des Vereins in Bezug auf Umweltschutz, Nachhaltigkeit und den fairen Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern teilen. Im Klartext setzt das voraus, dass sich nationale wie internationale Partner nicht nur an die in ihren jeweiligen Ländern geltenden Gesetze halten, sondern darüber hinaus den Inhalten Rechnung tragen, die in Borussias „Verhaltenskodex für Geschäftspartner“ hinterlegt sind.

Dieser Code of Conduct fußt auf Prinzipien, die weitgehend internationaler Konsens sind und sich zum Beispiel in der „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI), in der International Labour Organisation (ILO) sowie in den zehn

Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen wiederfinden. Borussia behält sich bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex vor, die jeweilige Partnerschaft einseitig aufzukündigen.

Bereits Ende 2022 hat der Verein in diesem Zusammenhang ein Hinweisgeber-Portal implementiert, das es Borussias Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ermöglicht, etwaige Verstöße oder Missstände, ob nun bei Geschäftspartnern oder auch im eigenen Hause, anonym zu melden. Der Hinweisgeber kann über dieses im internen Sprachgebrauch auch „Whistleblowing-Tool“ genannte System mit der Compliance-Beauftragten des Vereins via E-Mail in direkten, nichtsdestotrotz anonymisierten Kontakt treten. Seit Februar 2023 steht dieses Portal auch Borussias Jugendmannschaften sowie den Fans offen. ♦

MIT „PFLANZEN-TETRIS“ ZUR DACHBEGRÜNUNG

Borussia hat in Zusammenarbeit mit Partner Plantile ein Pilotprojekt zur Dachbegrünung der Flächen im BORUSSIA-PARK gestartet

Nicht nur in der Küche der Fohlen-Sportsbar wird heute gearbeitet, auch auf dem Dach des Gebäudes ist reger Betrieb. Zwei Arbeiter führt ihr Weg in luftiger Höhe immer wieder zu einer Palette mit Pflanzen. Sie schnappen sich die jeweils etwa 60 x 40 Zentimeter großen Stücke, die dort bereitliegen und verlegen sie auf dem Dach. Modul um Modul, Bahn um Bahn wird es stetig und in regem Tempo grüner. Nach gerade einmal zwei Stunden sind sie fertig, und das Dach der Sportsbar-Küche ist komplett ergrünt.

„Pflanzen-Tetris“, nennt das Herbert Siemes von der Firma Plantile, die dieses modulare und moderne System zur Begrünung von Flachdächern entwickelt hat. Plantile wurde vor etwa fünf Jahren von der Gärtnerei Viehweg, ein

traditionsreiches Familienunternehmen in fünfter Generation, gegründet, um ihre smarte Methode zur Begrünung auf die Dächer zu bringen.

Müssen beim herkömmlichen Weg zunächst mehrere Komponenten (u.a. Schutzschicht, Drainage, Erdschicht) auf dem Dach aufgetragen und anschließend mit Pflanzensamen bestückt werden, so ist dies bei den Modulen von Plantile längst alles passiert. Denn in den vorbegrünten Kassetten steckt bereits alles, was zu einer professionellen Dachbegrünung gehört: Drainage, Wasserreservoir, Substrat und natürlich die Pflanzen, die bereits in der Gärtnerei vorgezogen wurden. Somit entfällt die Anwachszeit, das Dach ist von Verlegung an grün. Insgesamt sind es 16 verschiedene Pflanzensorten. Das Modul

selbst besteht zudem aus recyceltem Material.

Und auch die Pflege im Anschluss ist denkbar einfach. So muss beispielsweise nicht mal gegossen werden. „Jedes Modul hat ein Wasserreservoir, was pro Quadratmeter 26 Liter Wasser speichert – und dieses den Pflanzen zur Verfügung stellt“, erklärt Herbert Siemes. „Selbst wenn es eine lange Trockenphase geben sollte, muss daher niemand mit dem Schlauch aufs Dach steigen und gießen.“

Die Dachbegrünung auf dem Küchendach der Sportsbar soll erst der Anfang sein. „Es ist unser Pilotprojekt, um das System auf einer kleinen Fläche erst einmal kennenzulernen und Erfahrungen zu sammeln“, erzählt Tobias Hackethal,

verantwortlicher Projektleiter im Team Neubau & Instandhaltung bei Borussia. „Ziel ist es, zukünftig noch viele weitere Dachflächen im BORUSSIA-PARK zu begrünen. Vor allem die Flächen, welche nicht mit PV-Anlagen belegt werden konnten.“

Insgesamt über 2.000 Quadratmeter stehen dafür zur Verfügung. Und die Vorteile von begrünten Dachflächen sind vielfältig. Sie sorgen nicht nur für eine höhere Biodiversität, sondern auch für eine deutlich bessere Energieeffizienz im Gebäude. Während die Temperatur unter einem kiesgedeckten Dach im Sommer mühelos auf über 50 Grad Celsius steigt, sind es unter einem Gründach nur etwa 20 bis 25. Bei Frost sinken die Temperaturen unter einem normalen Flachdach bis auf minus 20 Grad. Bei

einem Gründach aufgrund der isolierenden Wirkung nur auf knapp unter 0 Grad. Das spart jede Menge Energie – und damit auch Kosten. Zudem verzögert sich die Einleitung von Niederschlagswasser in die Kanalisation.

Und: Eine Begrünung macht ein Dach sogar haltbarer, da sie Alterungseinflüsse wie direkte Sonneneinstrahlung abschirmt. So wird die Lebensdauer eines begrüntes Dachs um das Dreifache verlängert.

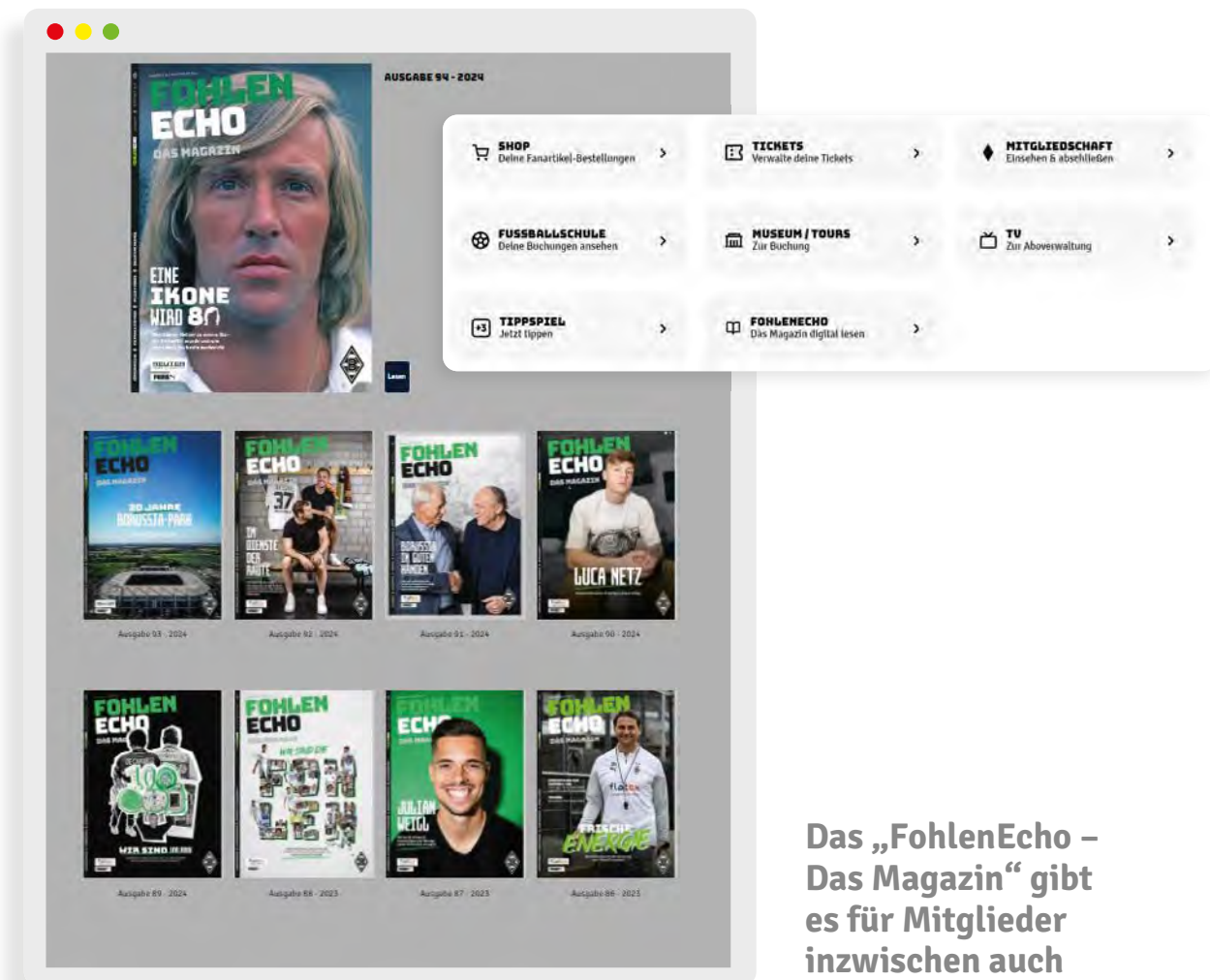
Neben diesen Vorteilen, die auf Dachbegrünung im Allgemeinen zutreffen, bringt das modulare System von Plantile einen weiteren, nicht zu unterschätzenden, Pluspunkt mit sich: Denn es ist nicht nur schnell und einfach aufs Dach gebracht. Es bleibt auch nach sei-

ner Anbringung modular. „Sollte sich auf dem Dach mal etwas ändern, etwas Neues angebracht werden müssen oder gibt es mal einen Schaden, dann kann man die einzelnen Module einfach zur Seite räumen oder umplanen“, erklärt Siemes. „Bei herkömmlicher Dachbegrünung müsste man die entsprechenden Stellen freischaufeln und damit zerstören.“

Wenn die ersten Erfahrungen des Pilotprojekts gesammelt sind, soll in einem gemeinsamen Termin des VfL mit Plantile die dauerhafte Pflege der Dachbegrünung mit Borussias Greenkeepern abgestimmt werden. Und dann könnten schon bald nach und nach immer mehr Dachflächen im BORUSSIA-PARK ergrünen. ♦



DAS FOHLENECHO IMMER DABEI



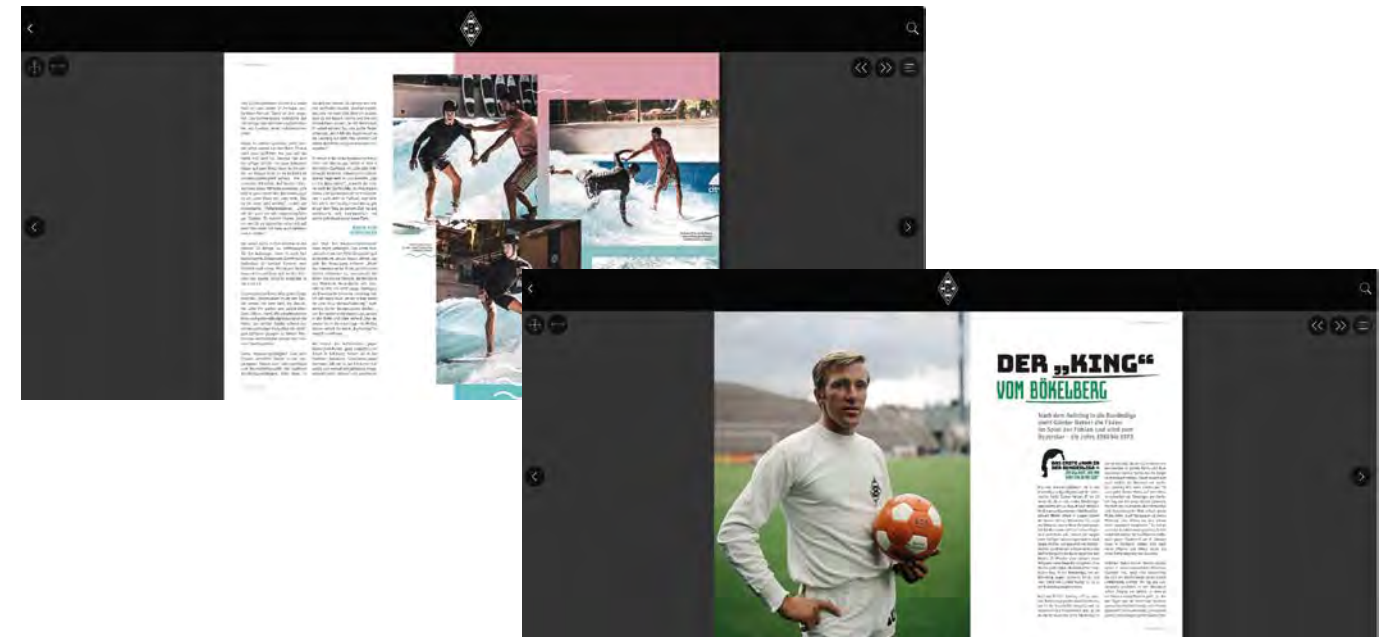
Das „FohlenEcho – Das Magazin“ gibt es für Mitglieder inzwischen auch digital

Seit November 2024 können Borussia-Mitglieder das Vereinsmagazin „FohlenEcho“ nun auch digital über ihren Borussia-Account auf der Homepage und in der FohlenApp des VfL lesen. Aktuell sind alle Ausgaben der Saisons 2023/24 sowie 2024/25 verfügbar. Nach und nach werden nun immer mehr Magazine eingepflegt. So haben Borussia-Mitglieder demnächst Zugriff auf die alten Jahrgänge des Archivs.

Borussia hatte vor einiger Zeit über die regelmäßige Mitgliederumfrage „Deine Stimme zählt!“ die Meinung zu verschiedenen Themen im Bereich Digitalisierung eingeholt. Knapp 19.000 Mitglieder haben geantwortet. Demnach waren 65 Prozent der Umfrageteilnehmer generell dazu bereit, das FohlenEcho digital zu erhalten. Auch auf anderen Wegen hat den Verein schon häufiger die Nachfrage erreicht, warum es noch keine

digitale Version des Mitgliedermagazins gäbe. Dieses Feedback hat Borussia zum Anlass genommen, parallel zur Print-Version eine digitale Version zur Verfügung zu stellen.

Über eine Volltextsuche kann man dort gezielt nach Themen, Spielernamen oder Stichworten über alle Ausgaben hinweg suchen. Durch einen Klick auf einen Artikel gelangt man in den Lese-



modus, in dem es am PC-Bildschirm, Smartphone oder Tablet angenehmer zu lesen ist. Über ein ausklappbares Inhaltsverzeichnis kann man jederzeit zu bestimmten Seiten springen.

Nach dem Testen des neuen digitalen FohlenEchos sind bereits einige VfL-Mitglieder zu der Entscheidung gelangt, dass ihnen diese Form des Mitglie-

dermagazins reicht und die gedruckte Variante nicht mehr benötigt wird. So werden bereits wenige Wochen nach Einführung dieser Option zahlreiche gedruckte Seiten eingespart. Wer seine Variante ebenfalls umstellen will, kann sich jederzeit unter Angabe der Mitgliedsnummer per Mail an mitglieder@borussia.de richten. Oder man kommt am Spieltag am Mitgliedercenter an der

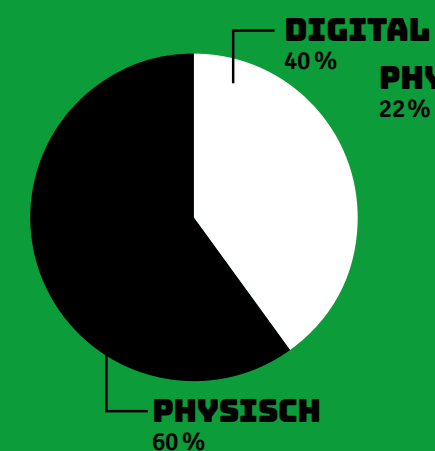
Nordseite des Borussia-8-Grad, direkt neben dem FohlenShop, vorbei. Wenn am Ende weniger Magazine auf klassischem Wege gedruckt und verschickt werden, so ist das auch ein erheblicher Beitrag zur Nachhaltigkeit. ♦

INFOS

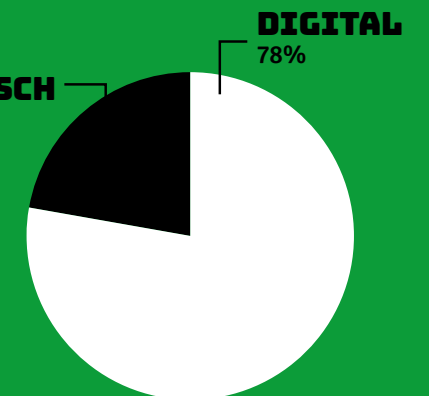
DIGITALE TICKETS

Seitdem Borussia die vielen Vorteile digitaler Tickets bewirbt, haben immer mehr Fans ihr Nutzungsverhalten umgestellt. 40 Prozent der Dauerkarteninhaber nutzen inzwischen die digitale Version der Saisonkarte. Bei den Tageskarten ist die Entwicklung sogar noch deutlich sichtbarer: Dort nutzen bereits 78 Prozent digitale Eintrittskarten. Lediglich 22 Prozent haben noch physische Versionen der Tageskarten.

DAUERKARTEN



TAGESKARTEN



KURZPASS



EXZELLENT BONITÄT

Zum zehnten Mal hat Borussia von der Creditreform das Bonitätszertifikat „CrefoZert“ erhalten. Das Zertifikat steht für eine exzellente Bonität, welche sich Borussia Mönchengladbach in den letzten Jahrzehnten durch eine konstant gesunde Wirtschaftssituation aufgebaut hat. Borussia ist damit nicht nur eines von wenigen Unternehmen, das konstant eine hervorragende Bonität vorweisen kann, sondern auch der einzige Profi-Fußballverein mit einem gültigen „CrefoZert“.

FOHLEN- RENTE

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

GÄSTE AUS LA LIGA

Eine hochkarätige Delegation von rund 60 Vertretern der spanischen La Liga war zu einem strategischen Austausch im BORUSSIA-PARK zu Gast. Themenschwerpunkte waren die Vereinsstrategie, Hospitality Sales, die Aktivierung des BORUSSIA-PARK an Nicht-Spieltagen sowie die Organisation und Durchführung von Events.

NEUES MRT-ZENTRUM

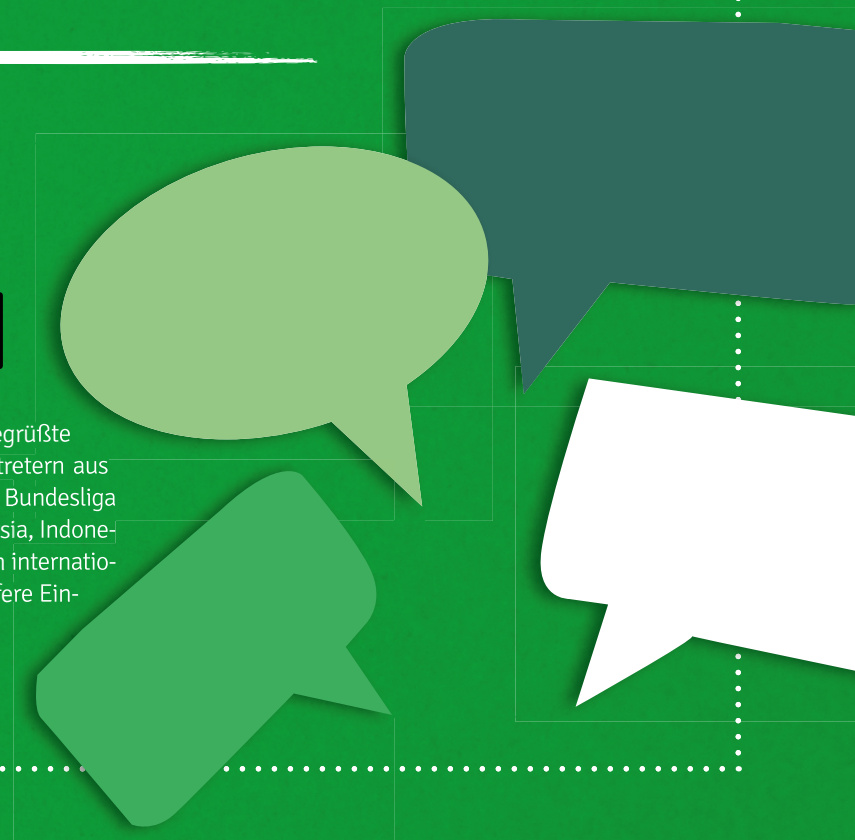
Im BORUSSIA-PARK ist 2024 das neue privatärztliche MRT-Zentrum eröffnet worden. Auf rund 300 Quadratmetern entstand ein hochmodernes Gebäude, das neben Empfang und Back-Office zwei Arzträume beherbergt. Das Highlight: ein 3-Tesla-MRT-Gerät der neuesten Generation, wie es sonst nur in Unikliniken oder großen medizinischen Zentren zu finden ist. Das MRT-Zentrum steht nicht nur den Spielern der Borussia zur Verfügung, sondern auch Privatpatienten, Selbstzahlern und BG-Unfall-Patienten.

NACHWUCHSTALENTE FÖRDERN

Borussia hat eine exklusive Partnerschaft mit der International Soccer Academy geschlossen, um Nachwuchstalente aus den USA gezielt zu fördern. Im Rahmen einer längerfristigen Zusammenarbeit werden ab Sommer 2025 jährlich 20 U18-Spieler in Mönchengladbach leben, trainieren und sich unter professionellen Bedingungen weiterentwickeln.

DIALOG MIT ASIEN

Anlässlich des Topspiels gegen den FC Bayern München begrüßte der VfL eine Delegation von Journalisten und Medienvertretern aus Asien im BORUSSIA-PARK. In Zusammenarbeit mit der Bundesliga International GmbH nahmen Vertreter aus Vietnam, Malaysia, Indonesien, Thailand und Indien teil. Ziel des Besuchs war es, den internationalen Austausch zu fördern und den Medienvertretern tiefere Einblicke zu ermöglichen.



FohlenElf	Besuch in sozialen Einrichtungen -----	58
Gesundheit	Blut spenden & Markt der Gesundheit -----	62
Demografie	Bündnis Berufliche Orientierung -----	63
Menschenrechte	Eine Fahrt nach Bergen-Belsen -----	64
Kultur der Vielfalt	Der Lebenshilfe-Cup -----	68
Politische Bildung	Europa im Park -----	70
FohlenStall	Müllsammelaktion -----	72
Bildungspark MG	Unvergessen11-Rundgang -----	74
Frauen & Mädchen	Girls Day & Fußball-AG -----	78
Kinderrechte	Aktionsspieltag -----	80
Kinderschutz	Borussias Konzept für Kinderschutz -----	82
Barrierefreiheit	Borussias Inklusionsbeauftragte -----	83
Kurzpass	Weitere Meldungen 2024 -----	84



FOHLENELF BESUCHT SOZIALE EINRICHTUNGEN



Die FohlenElf hat im Mai 2024 verschiedene Mönchengladbacher Einrichtungen besucht und Einblicke in deren Arbeit erhalten





Von Grundschulen bis Hephata-Werkstätten, vom Elisabeth-Krankenhaus bis zum Café Pflaster – an sechs Orten in ganz Mönchengladbach verteilt waren Borussias Spieler unterwegs, um besondere Einblicke in soziale Einrichtungen zu erhalten und Erfahrungen zu sammeln.

So besuchten beispielsweise Tobias Sippel, Lukas Ullrich, Simon Walde, Alasane Plea, Nathan Ngoumou und Shio Fukuda die Hephata-Werkstätten und bauten gemeinsam mit den Bewohnern Kinderfahrräder zusammen oder löteten Headsets. „Wir wurden sehr freundlich empfangen“, erzählt Sippel. „Es hat mir sehr imponiert, wie schnell und effektiv in der großen Werkstatt gearbeitet wird, wie hier jedes Rädchen ineinandergreift. Ich ziehe den Hut vor diesem Engagement hier und bin mir sicher, dass die Jungs und Mädels ihren Weg auf den allgemeinen Arbeitsmarkt gehen werden.“

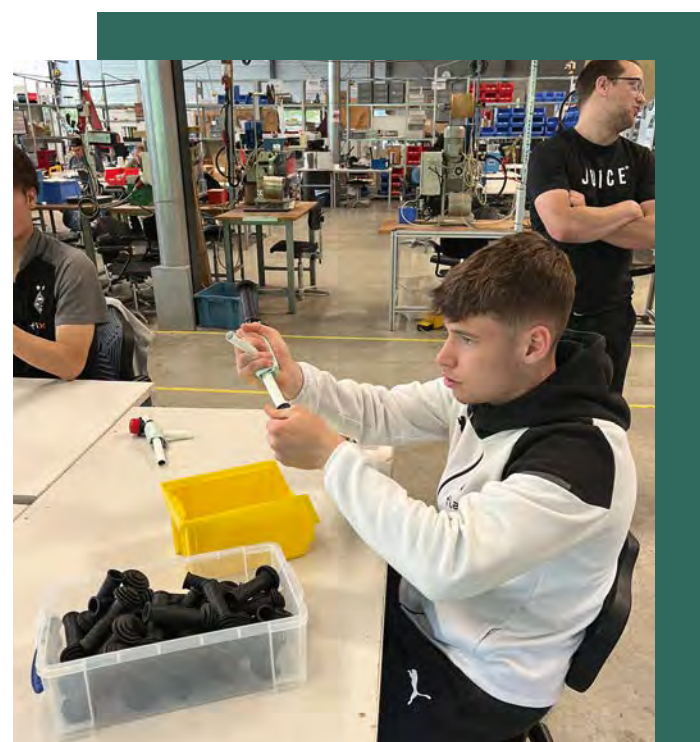
Julian Weigl, Fabio Chiarodia und Franck Honorat schauten sich das Café Pflaster an, das sich an Menschen mit besonderen sozialen Schwierigkeiten richtet. Dies können beispielsweise akute bzw.



drohende Obdachlosigkeit, Suchterkrankungen, psychische Auffälligkeiten, finanzielle, aber auch soziale Armut sein. Wie überall nahmen sich die Borussen auch hier viel Zeit, um Autogramm- und Fotowünsche zu erfüllen.

Rocco Reitz, Grant-Leon Ranos, Jonas Omlin und Moritz Nicolas waren zu Gast im Elisabeth-Krankenhaus. Omlin und Nicolas begeisterten die Kleinsten in der Kinderklinik, Reitz und Ranos unterstützten die Pflegekräfte bei der Verteilung der Mittagessen in der Geriatrie. Mindestens genauso wichtig aber an allen Standorten an diesem Tag: der persönliche Kontakt mit den Menschen vor Ort. So erzählte beispielsweise ein 99-jähriger Patient den Fohlen von heute Geschichten aus der alten Borussia-Zeit.

Florian Neuhaus zeigte sich sehr engagiert im Training der Bolzplatzliga. Die Straßenfußballliga ist ein Projekt des De Kull e.V. für Jugendliche zwischen 12 und 17 Jahren. An monatlich stattfindenden Spieltagen haben die Mannschaften



die Möglichkeit, ihr Können auf den Bolzplätzen Mönchengladbachs unter Beweis zu stellen und Punkte für ihr Team zu sammeln. Am Ende kickte Neuhaus dann auch selbst in einem Team mit.

Robin Hack und Luca Netz gaben an der GGS Mülfort-Dohr eine Autogrammstunde. Christoph Kramer und Marvin Friedrich waren ebenfalls zu Gast an einer Schule. In der Grundschule Holt, mit der Borussia auch gemeinsam das Programm „Fußball trifft Kultur“ etabliert hat, standen sie bei einem Fußballturnier der ersten und zweiten Klassen auf dem Platz.

„Mit all diesen sozialen Einrichtungen arbeiten wir teilweise schon über viele Jahre hinweg sehr gut zusammen“, sagt Markus Friebe, Leiter der Stabsstelle Nachhaltigkeit & CSR bei Borussia. „Unser Besuch dort soll auch als Anerkennung und Wertschätzung der großartigen Arbeit dienen, die dort geleistet wird.“ ◆





Insgesamt 112 Menschen spendeten Blut im BORUSSIA-PARK.

BLUTSPENDE-AKTION & GESUNDHEITSTAG

Bei einer Blutspende-Aktion in Kooperation mit der AOK Rheinland/Hamburg und dem Deutschen Roten Kreuz im BORUSSIA-PARK nahmen insgesamt 112 Spender teil

Borussia führte im Sommer 2024 zusammen mit ihrem Gesundheitspartner AOK Rheinland/Hamburg und dem Deutschen Roten Kreuz (DRK) eine große Blutspende-Aktion im VIP-Club Bökelberg im BORUSSIA-PARK durch. Nachdem die Blutspender sich online einen Termin buchen konnten, wurden sie in sechs Stationen durch die Blutspende geleitet. Im Anschluss bekam jeder Spender zur Stärkung einen Proviantbeutel. Insgesamt nahmen 112 Menschen an der Aktion teil, davon waren 21 Erstspender.

Das DRK freute sich über die Aktion, die schon einmal vor vier Jahren in ähnlicher Form im BORUSSIA-PARK stattfand. Gabriele Hoch, Gebietsreferentin Spendenorganisation beim DRK,

betonte: „Die Menschen, die Blut brauchen, benötigen es sofort und in regelmäßigen Abständen. Somit hilft jeder Mensch, der Blut spendet.“ Weiter hebt sie die Gemeinsamkeit zwischen Blutspendern und Borussen hervor: „Blutspender sind so wie Borussia eine große Familie, die zusammenhält. Spender und Fans sind Personen, die einander immer helfen und füreinander da sind. Getreu nach dem Motto ‚Einer für alle, alle für einen‘.“ Eine Blutspende kann bis zu drei Leben retten und ist ein essenzieller Beitrag zur Gemeinschaft.

MARKT DER GESUNDHEIT

Ebenfalls im Sommer 2024 hat Borussia einen Gesundheitstag für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter organisiert.



Gesunde Snacks und Ernährungstipps gab es beim „Markt der Gesundheit“.

Der Thementag unter dem Motto „Markt der Gesundheit“ sollte das Bewusstsein für Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz fördern. Die AOK Rheinland/Hamburg bot allen Anwesenden mit einem Icaros VR Training, einem Neck-Check sowie einem Schlafradar professionelle und interaktive Angebote. Eine Brainfoodbar sowie eine vielfältige Auswahl aus Snack-Obst, Dip-Gemüse und Smoothies luden zum Probieren und Informieren zum Thema gesunde Ernährung ein. Ein Informationsstand zur „Ersthelferzertifizierung Psychische Belastungen“ sowie ein Vortrag von Michael Methner, der die Relevanz von Achtsamkeit behandelte, rundeten das Angebot ab. ◆

GEMEINSAM GEGEN DEN FACHKRÄFTEMANGEL



Unter dem Namen „Spielplan Zukunft – dein Weg in den Beruf“ hat Borussia gemeinsam mit weiteren Fußballklubs ein Bündnis mit der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen geschlossen

Borussia hat gemeinsam mit zehn weiteren Erst- und Zweitligavereinen aus Nordrhein-Westfalen ein Abkommen mit der NRW-Landesregierung geschlossen. Das Bündnis „Spielplan Zukunft – dein Weg in den Beruf“ soll Aktivitäten im Bereich der beruflichen Orientierung bündeln und gemeinsame Lösungen für die Fachkräftegewinnung entwickeln.

„Wir wollen in diesem Bündnis die Strahlkraft von Fußballvereinen nutzen, um auf die Themen Ausbildung und berufliche Orientierung aufmerksam zu machen“, erklärt Michael Plum, Borussia's Direktor Verwaltung, der die Vereinbarung im Namen des VfL unterzeichnet hat.

Angesichts der demografischen Entwicklung sowie veränderter Qualifikationsanforderungen ist die Sicherung der Fachkräfte eine der großen Heraus-

forderungen der kommenden Jahre und Jahrzehnte – und diese betrifft selbstverständlich auch die Klubs der Bundesliga. „Auch ein Fußballverein wie Borussia ist längst ein mittelständisches Unternehmen, das auf Fachkräfte angewiesen ist“, so Plum.

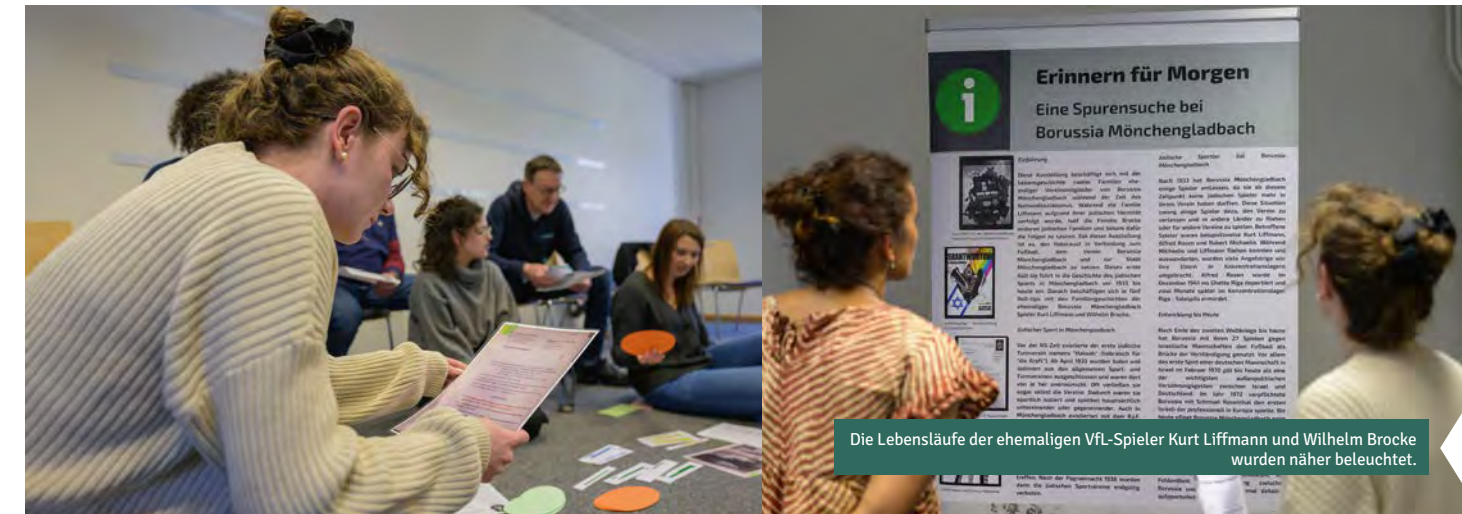
Das Bündnis ist die erste Vereinbarung zwischen der Landesregierung und den Bundesligisten zum Thema Fachkräftegewinnung. Es ist Teil der Fachkräfteoffensive der Landesregierung und soll einen wichtigen Beitrag zur Fachkräftegewinnung in Nordrhein-Westfalen leisten. Bei regelmäßigen Treffen sollen Fortschritte besprochen und gemeinsame Aktionen geplant werden. An den Bundesliga-Standorten sollen die berufliche Orientierung und die duale Berufsausbildung für junge Menschen durch entsprechende Projekte und Maßnahmen attraktiver gestaltet werden.

„Manchen jungen Erwachsenen fehlt die Motivation, eine Ausbildung anzufangen und zu Ende zu bringen. Umso wichtiger ist es, sie frühzeitig für diesen Berufsweg zu begeistern“, sagt NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst. „In Nordrhein-Westfalen hat der Fußball dank der vielen Vereine und einer starken Fankultur einen großen Einfluss auf junge Menschen. Bei der Nachwuchsförderung gegen den Fachkräftemangel arbeiten wir deshalb sehr gerne mit unseren Fußballvereinen zusammen. Gemeinsam können wir mehr für Ausbildung tun!“ ◆

Foto: Andrea Bowinkelmann



GEGEN DAS VERGESSEN



Die Lebensläufe der ehemaligen VfL-Spieler Kurt Liffmann und Wilhelm Brocke wurden näher beleuchtet.

In Kooperation mit dem Bildungspark MG hat Borussia eine Workshop-Reise zur Gedenkstätte Bergen-Belsen organisiert

Zum ersten Mal hat Borussia Mönchengladbach in Zusammenarbeit mit dem Bildungspartner De Kull und dem dort angehörigen Bildungspark Mönchengladbach eine Workshop-Reise zur Gedenkstätte Bergen-Belsen angeboten. Am Ort der heutigen Gedenkstätte hatten die Nationalsozialisten seit 1941 ein Kriegsgefangenenlager betrieben, das in der Zeit von 1943 bis 1945 auch als Konzentrationslager genutzt wurde. Rund 25 Personen hatten sich Ende März 2024 für die Fahrt nach Bergen-Belsen angemeldet. Borussias Mannschaft hatte im Jahr zuvor gemeinsam unter anderem mit dem heutigen Präsidenten Rainer Bonhof ebenfalls an einem Besuch und einer rund zweistündigen Führung in der Gedenkstätte im Kreis Celle teilgenommen.

„Es ist das erste Mal, dass wir Fans von Borussia Mönchengladbach in solch einer Workshop-Phase bei uns zu Gast haben“, sagt Raimund Lazar, Bildungsreferent der Gedenkstätte Bergen-Belsen zu Beginn der Veranstaltung im Hotel-Konferenzraum „Berlin“ und ergänzt: „Es ist auf jeden Fall etwas Besonderes für uns.“ Das Thema des zweitägigen Besuchs ist die geschichtliche Verbindung zwischen Sport und dem Nationalsozialismus. Ein spezielles Augenmerk liegt aber auf dem Fußball. Das wird schon in den ersten Minuten des Workshops mehr als deutlich.

Anhand der biografischen Erzählungen von Martin Schmitz und Kazimierz Orłowski werden die schlimmen Ereignisse in den Konzentrationslagern mit einem besonderen Blick auf den Fußball thematisiert. „Fußball als Überlebenschance“, aber auch „Fußball: Folterpraxis im KZ?“ lautete für manche jüdisch-stämmige Häftlinge die bittere Wahrheit in den deutschen Konzentrationslagern – auch in Bergen-Belsen. „Wir haben auch mit den Deutschen gespielt, aber: Gewinnen sollte man nicht. Das war zu gefährlich für uns“, berichtet der 1921 in Polen geborene Kazimierz Orłowski, der ebenso wie Martin Schmitz im KZ Bergen-Belsen durch britische Truppen befreit werden konnte.

Bis zur Befreiung durch britische Truppen am 15. April 1945 starben im KZ Bergen-Belsen mehr als 50.000 Menschen. Für Tausende war es eine Durchgangsstation zur Ermordung in Vernichtungslagern. Beim Besuch der Gladbacher Verantwortlichen vor einem Jahr erinnerte der heutige Präsident Rainer Bonhof an die „tiefe und andauernde Freundschaft zwischen Borussia und Israel“. „1970 sind wir mit Borussia als erste deutsche Fußballmannschaft nach Israel gereist, um dort ein Spiel zu bestreiten. Der daraus erwachsenden Verantwortung sind wir uns bewusst und versuchen, dieser stets gerecht zu werden“, sagte Bonhof damals bei seiner begrüßenden Ansprache vor der Mannschaft. Ein Aspekt, der



bis heute auch bei den Verantwortlichen in Bergen-Belsen eine wichtige Rolle spielt. „Dieses Spiel damals wird man immer in Erinnerung behalten“, sagt Raimund Lazar, der unter anderem mit der Gedenkstätte Bergen-Belsen an der Ausarbeitung der „Handlungsempfehlungen zum Vorgehen gegen Antisemitismus im Fußball“ beteiligt war.

Ebenso wie die Verantwortlichen und Spieler Borussias vor einem Jahr nahm auch die 25-köpfige Fangruppe am zweiten Tag an einer Führung durch die Gedenkstätte und das Museum von Bergen-Belsen teil. Im Rahmen des Besuchstages hatten die Anhänger der Fohlen auch immer wieder die Möglichkeit, durch die zahlreichen Ausstellungstücke und medialen Museumsführer der Begegnungsstätte einen Einblick in das Leben im Konzentrationslager Bergen-Belsen zu erhalten.

Im Mittelpunkt des zweiten Tages stand jedoch zunächst erneut Biografie-Arbeit. „Biografische Arbeit ist so wichtig, weil Menschen die Schicksale von anderen Menschen besser nachvollziehen können, wenn man eine genaue Geschichte und Beispiele hat. Und auch bei der Beschäftigung mit der Zeit des Nationalsozialismus ist es enorm wichtig, den Fokus darauf zu legen, dass Einzelschicksale passiert sind“, erklärt Anna Besler, die als Bildungsreferentin im Bildungspark MG arbeitet und die biografische Arbeit am zweiten Tag in Bergen-Belsen leitet. Der Bildungspark MG, ein gemeinsames Angebot der De Kull Jugendhilfe e.V. und Borussia Mönchengladbach, hat im Rahmen der Sonderausstellung der FohlenWelt „Verantwortung in Fußballschuhen“ einen eigenen Workshop zur Thematik erstellt. Das Thema Erinnerungsarbeit spielt in der politischen Bildungsarbeit eine große Rolle. „Dieser Verantwortung als Fußballverein gerecht zu werden und jungen Menschen zu zeigen, dass dieses dunkelste Kapitel unserer Geschichte sich nicht wiederholen darf, und wie man sich heutzutage gegen Antisemitismus stellt, ist das Ziel des Angebotes“, sagt Marius Künzel, der die pädagogische Leitung des Bildungspark MG innehat und in Bergen-Belsen gleichzeitig als Mitglied der Fangruppe an den Workshop-Tagen teilnimmt.



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Bildungsreise.

Anders als am Vortag haben die Lebensläufe der historischen Personen dieses Mal direkten Bezug zu Borussia Mönchengladbach. Es handelt sich um Kurt Liffmann und Wilhelm Brocke, zwei ehemalige Spieler der Fohlen. Während der Zeit des Nationalsozialismus wurde die Familie Liffmann aufgrund ihrer jüdischen Identität verfolgt, während die Familie Brocke mit den schwerwiegenden Folgen leben musste, die die Unterstützung einer jüdischen Familie bei ihrer Flucht, mit sich brachte. „Hinter jedem dieser Menschen steht eine Geschichte, die es leichter macht, den historischen Kontext der gesamten Ereignisse zu verstehen“, so Anna Besler. Die Frage, wie insgesamt in Deutschland ab 1933 und im speziellen auch bei Borussia Mönchengladbach in Zeiten des Nationalsozialismus mit jüdischen Vereinsmitgliedern umgegangen worden ist, treibt die Fangruppe in Bergen-Belsen um.

Unter den Eindrücken der Einzelschicksale werden die Fans danach in zwei Gruppen unterteilt auf das Gelände in Bergen-Belsen geführt. Von den ehemaligen Baracken und Außenanlagen ist nur noch wenig zu erkennen. „Die Gebäude wurden aufgrund von Seuchengefahr schon kurz nach der Befrei-

ung niedergebrannt“, weiß Raimund Lazar. Die Dimensionen des Lagers und auch die Zustände, die hier zwischen 1941 und 1945 geherrscht haben müssen, werden dennoch mehr als deutlich. „Es läuft einem ein wahrer Schauer über den Rücken, wenn man das Gelände betritt und anhand der Bilder und Berichte erfährt, was hier passiert ist“, berichtet Fan Matthias Wienen. Bedächtig, still und doch neugierig werden die beiden Kleingruppen über das Gelände geführt und kommen dabei auch am Gedenkstein der in Bergen-Belsen zu Tode gekommenen Anne Frank und ihrer Schwester Margot vorbei.

Die Führung findet wenig später ihren Abschluss am Mahnmal der Opfer des Nationalsozialismus, wo die Teilnehmer eine weiße Rose auf den dortigen Gedenkstein legen. Im Museum der Gedenkstätte gibt es genug Zeit, anhand der multimedialen Ausstellung Einblick in die drei Phasen des Lagers in Bergen-Belsen zu erhalten. Neben dem Arbeits- und Kriegsgefangenenlager und dem 1943 unter SS-Aufsicht stehenden Konzentrationslager, wurde Bergen-Belsen auch nach Übernahme der britischen Soldaten durch die Nutzung von nahegelegenen Kasernen zum Camp für polnische und jüdische Men-

schen. „Bis 1950 lebten hier im größten jüdischen Displaced-Persons-Camp Deutschlands zeitweilig bis zu 12.000 Überlebende der Shoah“, berichtet Raimund Lazar. Der Abschluss des Workshops findet dann in einer gemeinsamen Veranstaltung statt. Die Empfindungen und Bilder der vergangenen Stunden sind mehr als eindrücklich.

„Ich finde es sehr wichtig, dass der Bildungspark MG in Zusammenarbeit mit Borussia solche Weiterbildungsreisen anbietet“, sagt VfL-Fan Wienen. „Damit einfach nicht in Vergessenheit gerät, was an Orten wie in Bergen-Belsen passiert ist und gleichzeitig die Leute abgeholt werden, die sich auf der einen Seite für Sport interessieren und auf der anderen Seite auch für die Geschichte Deutschlands.“ ◆

Fotos: Martin Bein

GELEBTE INKLUSION

Im Frühjahr 2024 stieg zum zweiten Mal im BORUSSIA-PARK der „Coca-Cola Charity Cup“. Im Vordergrund dieses inklusiven Fußballturniers standen das gemeinsame Miteinander und die Vielfalt in der Gesellschaft im Sport

Der „Coca-Cola Charity Cup“ ist ein inklusives Fußballturnier in Kooperation von Borussia und Coca-Cola Europacific Partners. Insgesamt nahmen bei der zweiten Auflage 2024 zwölf Teams daran teil, bestehend aus 150 Spielern und Spielerinnen aus Einrichtungen für Menschen mit Handicap sowie Sportvereinen mit Inklusionsmannschaften. Gespielt wurde im Sieben-gegen-Sieben auf den Trainingsplätzen im BORUSSIA-PARK.

„Das Turnier ist gelebte Inklusion und Kooperation“, sagte Klaus Rübsteck, ehemaliger Lehrer der Paul Moor-Schule sowie Betreuer der Paul-Moor-Borussen – ein Fanclub einer Förderschule des

Caritasverbandes im Mönchengladbacher Hardter Wald, die Kinder mit geistiger Behinderung fördert. „Einige Eltern und ich als Pensionär haben sich nochmal zur Verfügung gestellt, um mit den ehemaligen Schülern in dieser herrlichen Umgebung Fußball spielen zu können. Es freut uns, dass wir alle – egal wie wir sind – so etwas miteinander unternehmen konnten.“

Auf dem Platz ließ sich dieses Miteinander erkennen. Die Mannschaften zeigten neben großem Einsatz viel Herzblut und Freude auf dem Platz. „Das Turnier bedeutet uns sehr viel. Alle waren sehr aufgeregt, motiviert und stolz, im BORUSSIA-PARK einen tollen Tag zu

erleben“, beschrieb Nico Giesen, Gruppenleiter Werkstätten der Lebenshilfe Heinsberg, die Emotionen seiner Schützlinge.

Für das leibliche Wohl der Zuschauer und Teilnehmer sorgte Borussias Stadion- und Premium-Partner Coca-Cola. „Lebensfreude und Vielfalt sind uns sehr wichtig. Deswegen war es selbstverständlich, dass wir das Turnier auch im zweiten Jahr unterstützen“, so Lisa Igelbrink, Nachhaltigkeitsmanagerin von Coca-Cola Europacific Partners. Nicole Adler, Verkaufsleiterin des Getränkeherstellers, ergänzte: „Wir haben hier im vergangenen Jahr so viel Lebensfreude

gespürt und Dankbarkeit zurückbekommen. So etwas geht im Alltag oft unter. Deshalb sind wir stolz, dass wir auch im zweiten Jahr wieder dabei sind.“

Das Turnier soll in erster Linie den Teilnehmern helfen, ihre Hindernisse im Leben zu bewältigen und einen Tag mit der schönsten Nebensache der Welt zu verbringen. „Die Menschen, die hier Fußball spielen, müssen in ihrem Leben Einschränkungen überwinden, die wir gar nicht kennen. Deshalb ist es wichtig, dass Borussia hilft, sie auf diesem Weg zu unterstützen. Darum öffnen wir gerne die Türe und ermöglichen es allen, einen tollen Fußballtag zu erleben“, erzählte

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

Das Fußballfest wurde bei der Siegerehrung durch den Besuch der VfL-Profis Manu Koné und Jordan abgerundet, bei denen sich die Teilnehmer Autogramme und Erinnerungsbilder sichern konnten. Unter den Augen der beiden Borussen war der Jubel der Sieger, dem Team der „Inklus“ SW Elmpt, riesig. Die „Inklus“ setzten sich im Finale gegen das Team Hephata 2 durch. Allerdings war das Ergebnis zweitrangig, denn am Ende des Tages waren alle Beteiligten Gewinner. ◆





EUROPA UNTER DER NORDKURVE

Bei einem Festival für Bildung und Kultur im BORUSSIA-PARK haben sich Jugendliche mit der Bedeutung der Europäischen Union auseinandergesetzt

„Zivilcourage ist kein Fremdwort für mich!“ Am Stand des Jugendrotkreuz Mönchengladbach liegen Aufkleber mit Leitsätzen auf dem Tisch verteilt. Sie sollen die Jugendlichen vor Ort motivieren, sich über das richtige Verhalten in unterschiedlichen Situationen Gedanken zu machen. Ein paar Meter weiter stehen Mitarbeiter des Teller ohne Rand e.V., die Geschichten unterschiedlicher Gastarbeiter in Deutschland mitgebracht haben. An anderer Stelle können sich alle Anwesenden einen Döner kaufen und erfahren zeitgleich die Zusammenhänge, warum dieser noch vor wenigen Jahren deutlich günstiger war. Etwa 550 Schüler haben sich am 17. Mai 2024 unter der Nordkurve im BORUSSIA-PARK zusammengefunden, um an 22 Ständen etwas zu lernen, Aufgaben zu lösen und Spaß zu haben. Immer im Mittel-

punkt: politische Bildung zu den Themen Europa, Jugend und Sport.

Der Bildungspark MG hat in Zusammenarbeit mit Borussia die Europawahl 2024 zum Anlass genommen, Jugendliche in und um Mönchengladbach zu „Europa im Park“ einzuladen, einem Festival für Bildung und Kultur. Mit der Absenkung des Wahlalters für die Europawahl durften erstmals über eine Millionen Jugendliche ab 16 Jahren in Deutschland wählen. So konnte die Veranstaltung im Vorfeld noch einmal die Bedeutung einer demokratischen Wahl für Neu-Wähler verdeutlichen. Möglich gemacht hat dies eine Förderung seitens der Stiftung „Fußball & Kultur EURO 2024“. Schüler aus 24 verschiedenen Schulen – von der Förderschule bis zum Gymnasium – sind dieser Einladung gefolgt, um gemein-

sam europäische Werte zu zelebrieren. Darunter tummelten sich auch niederländischsprachige Teenager und französische Austauschschüler. „Wir haben etwa mit der Hälfte an Gästen gerechnet“, sagt Marius Künzel, Geschäftsleiter Bildungspark MG. „Etwa neun Monate dauerten die Vorbereitungen, da war es schön zu sehen, welch großes Interesse da war.“

Denn nicht nur die Besucherzahl war eine positive Überraschung, auch die Kreativität, mit der die Kooperationspartner ihre Stände gestalteten, machte diese Veranstaltung zu einem gelungenen Event. Mal mussten die Schülerinnen und Schüler zusammentragen, welche demokratischen Werte ihnen wichtig sind, mal gab es Challenges in Gruppen gemeinschaftlich zu bewältigen oder es gab Duelle gegeneinander an der Torwand, beim Fußballdarts oder in gepolsterten Sumo-Ringer-Anzügen. Egal, ob sportlich oder inhaltlich, Ziel war immer der neutrale Transport von



Die Podiumsdiskussion, an der auch Hannelore Kraft teilnahm, war einer der Abschlusspunkte des Tages.

wichtigen politischen Informationen. Durch das abwechslungsreiche Angebot entwickelte sich eine etwa drei Stunden lange Rallye, an deren Ende eine Verlosung stand, bei der es unter anderem Konzertkarten zu gewinnen gab.

Gleich zu Beginn stellten die Poetry-Slammer Jana Schick und Max Rathes ihre selbstverfassten Texte über Meinung, Europa und Fußball vor, denn nicht nur der BORUSSIA-PARK selbst führte dazu, dass die Veranstaltung einen sportlichen Touch erhielt. „Fußball ist ein Anziehungspunkt und öffnet Türen für andere Themen“, erklärte Markus Aretz, der im Anschluss an die Poetry Slams wie auch Mönchengladbachs Oberbürgermeister Felix Heinrichs Worte an das Publikum richtete. „Sorgt selbst für eure Freiheit und für Demokratie in Zukunft“, so Borussias Geschäftsführer, „interessiert euch und findet Verständnis für andere Menschen und Län-

der. Je mehr ihr das macht, davon bin ich überzeugt, desto mehr tun wir für unsere gemeinsame friedliche Zukunft“.

Doch nicht nur Aretz war von Borussia-Seite beim „Europa im Park“-Festival anwesend. An einer halbstündigen Podiumsdiskussion, die den Abschluss des Tages einleitete, nahm Hannelore Kraft teil. Zusammen mit Oberbürgermeister Heinrichs, Felix Peters, Mitglied der Bezirksschülervertretung Mönchengladbachs und Moderatorin Lisa Tellers sprach die VfL-Vizepräsidentin über die Wahl und ein vereintes Europa. Ziel des gesamten Tages war es vor allem, die jungen Menschen vor der Bühne in den Mittelpunkt zu rücken und mit ihnen in den Austausch zu kommen. Nach insgesamt fünf Stunden unter der Nordkurve haben dadurch viele von ihnen gut vorbereitet ihre erste Wahl angetreten. ◆



Bei den Stationen musste man auch Geschick und Teamfähigkeit unter Beweis stellen.

Fotos: Bildungspark MG, Borussia

GEMEINSAM „HAND IN HAND“

Borussia hat zusammen mit der Porsche Jugendförderung das strategische Nachhaltigkeitskonzept „Talente Hand in Hand“ erstellt – und füllt es mit verschiedenen Aktionen immer mehr mit Leben

Zigarettenstummel, Plastikflaschen eine Holzpalette und sogar ein Autoreifen. Was Borussia's Spieler der U12- und U13-Mannschaften rund um das Trainingsgelände am BORUSSIA-PARK alles finden, ist erstaunlich bis teilweise überraschend – und macht auch nachdenklich. In einer großen Müllsammelaktion haben Borussia's Jugendspieler am Ende zahlreiche blaue Säcke mit Abfall gefüllt, den sie nur an diesem einen Tag gefunden haben. „Als wir aus der Aktion eine Challenge gemacht haben, wer am meisten Müll findet, war die Motivation der Jugendlichen besonders geweckt“,

lacht Nathan Nzuzi, Pädagoge im Nachwuchsleistungszentrum.

Die Aktion war der Startschuss des strategischen Konzeptes „Talente Hand in Hand“, das Borussia gemeinsam mit der Porsche Jugendförderung „Turbo für Talente“ entwickelt hat. In einem praktischen Bildungspfad der Jugendmannschaften werden jährlich soziale, gesellschaftliche und ökologische Projekte mit sozialen Einrichtungen und regionalen Kooperationspartnern umgesetzt. „Als Verein betreiben wir Werte- und Präventionsarbeit in unterschiedlichen

Themenschwerpunkten, beispielsweise Antidiskriminierung oder Antidoping“, erklärt Norman Wittekopf, Abteilungsleiter des Nachwuchsleistungszentrums. „Das neue, weitergeführte Konzept soll über die kommenden Jahre fester Bestandteil unserer Werte-Arbeit sein.“

In Zusammenarbeit mit Porsche und dem Bildungspark MG ist dabei ein Konzept entstanden, das sich über die Jahrgänge von der U12 bis zur U17 erstreckt. „Wir haben versucht, viele verschiedene Teilbereiche abzudecken und geschaut, für welche Altersklasse welche Aktion am sinnvollsten ist“, erklärt Nzuzi.

Allen Aktionen gemein ist, dass sie mit einem Workshop des Bildungspark MG starten, frei nach dem Motto: erst die Theorie, dann die Praxis. Aktionen rund um die Themen Inklusion, Gesundheit, Umwelt, Antidiskriminierung und vieles mehr stehen auf dem „Stundenplan“ der FohlenTeams. Das kann beispielsweise ein Besuch im Altenheim sein oder auch eine Partie Blindenfußball.

Auch die Müllsammel-Aktion begann mit einem Workshop. Hier lernten die Jugendlichen zunächst, was sie tun können, um die Umwelt zu schützen und Müll zu vermeiden. Anschließend ging es in Kooperation mit dem Volksverein Mönchengladbach sowie ausgerüstet mit Müllsäcken und Zangen in die Praxis. „Wer so eine Zange zum ersten Mal in der Hand hat, scheitert oftmals zu Beginn an den kleinen Zigarettenstummeln“, weiß Matthias Merbecks, Geschäftsführer des Volksvereins. Der Volksverein Mönchengladbach beschäftigt und qualifiziert Langzeitarbeitslose und Menschen, die Sozialleistungen beziehen.

„Wenn man Nachhaltigkeitsthemen so praxisnah umsetzen kann wie hier bei dieser Aktion, dann trägt das natürlich dazu bei, dass man viel schneller und besser in die Köpfe der Menschen kommt“, sagt Geschäftsführer Markus Aretz, der um die Wirksamkeit und Wichtigkeit praxisorientierter Aktionen wie dieser weiß. ♦



Foto: Porsche

VEREINSGESCHICHTE NEU ERLEBEN

Mit dem Projekt „Unvergessen 11“ haben der Bildungspark MG und Borussia einen digitalen Rundgang um den BORUSSIA-PARK geschaffen. Auf dem Rundweg werden elf besondere Persönlichkeiten aus der Geschichte des VfL porträtiert

Die Schülerinnen und Schüler der achten Klasse der Geschwister Scholl Realschule in Mönchengladbach klatschen sich warm. Während der Regen am BORUSSIA-PARK auf die Schirme und Jacken prasselt, stehen die Jugendlichen in einem Kreis zusammen. Plötzlich ändert sich der Klatsch-Rhythmus der Klasse. „Du warst es!“, glaubt ein Junge in der Mitte des Kreises und zeigt auf einen seiner Mitschüler. Es gibt Gelächter. „Falsch“, stellt Lena Kullmann vom Bildungspark Mönchengladbach (BPMG) fest, und die Klasse klatscht weiter. Einen Versuch hat der Schüler noch, um den Taktgeber, den „Manolo“, der Gruppe ausfindig zu machen.

„Manolo“ war ein deutschlandweit bekannter Fußballfan und in Mönchengladbach als „Trommler vom Bökelberg“ bekannt. Er war eine der vielen Persönlichkeiten, die fest zur Historie von Borussia Mönchengladbach gehören. Im neuen Unvergessen-Rundgang des BPMG sind elf dieser Menschen genauer porträtiert, so dass beispielsweise Manolo auch für Schüler der achten Klasse, die sein Handeln und Wirken nicht mehr kennenlernen konnten, unvergessen bleibt.

Wer sich ab und zu rund um den BORUSSIA-PARK aufhält, dem dürften möglicherweise einige kleine Schilder mit der grünen Aufschrift „Unvergessen 11“ aufgefallen sein. Diese sind unter anderem am Bitburger Biergarten, am FohlenCampus oder vor der Fohlen-Welt zu finden und Teil eines Projektes des BPMG. Die „Unvergessen 11“ ist ein rund drei Kilometer langer Rundweg um den BORUSSIA-PARK, der aus elf Stationen besteht. Durch das Scannen der QR-Codes auf den Schildern lernt man die Personen, die sich dahinter verbergen, auf unterschiedliche Weise besser kennen und erfährt mehr zu den vielseitigen Biographien und deren Verbindung zum Verein. Die Route kann jederzeit unabhängig voneinander abgelaufen werden. „Wir wollten eine öffentliche Interaktion kreieren, an der alle teilnehmen können, da mittlerweile fast jeder ein Handy besitzt“, sagt der Pädagogische Leiter des BPMG, Marius Künzel.

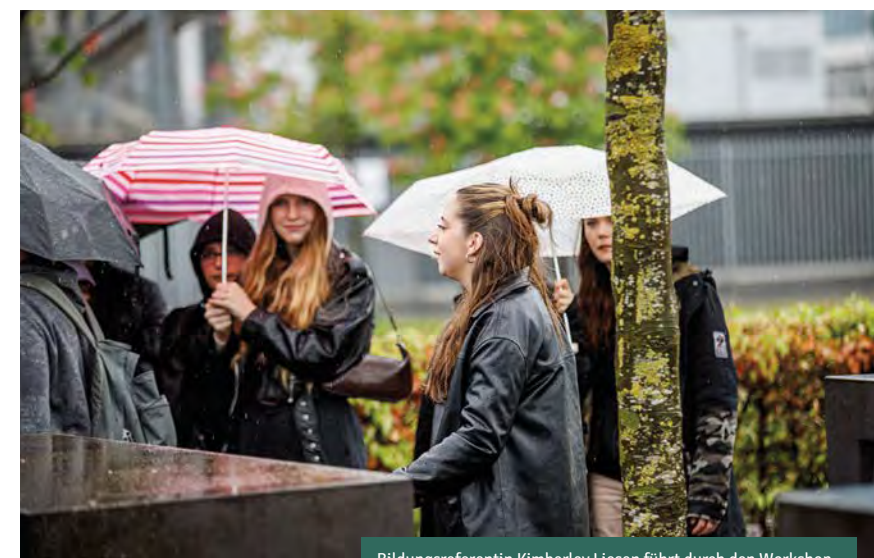
Für Schulklassen bietet der Bildungspark einen begleitenden Workshop zum neuen Projekt an, durch den der Rundgang möglichst altersgerecht und interaktiv werden soll. „Der Workshop wurde ins Leben gerufen, um Kindern und

Jugendlichen zu zeigen, dass Borussia viel mehr ist als nur Fußball“, sagt Künzel. Die Initiatoren des Projektes versuchen, die vielfältige Vereinsgeschichte des VfL mit den Geschichten von Personen zu verbinden. Das bleibe bei den Jugendlichen besser hängen. „Zusätzlich hilft es den Schülern, wenn sie sich beim Lernen bewegen können und nicht, wie in der Schule meist üblich, in einem Zimmer bleiben“, ergänzt der Pädagogische Leiter.

Dieses Konzept scheint beim Rundgang der Achtklässler der Geschwister Scholl Realschule aufzugehen. Das „Manolo-Spiel“ erzielt die gewünschte

Die Schülerinnen und Schüler der achten Klasse der Geschwister Scholl Realschule auf dem „Unvergessen 11“-Rundgang.

Wirkung, denn die Schüler zeigen trotz des anhaltenden Regens am BORUSSIA-PARK großes Interesse und haben sichtlich Spaß am Spiel. Darin muss ein einzelner Schüler einen Taktgeber ausfindig machen, den die Gruppe vorher geheim auswählt. Zu Beginn startet die Gruppe, im Takt zu klatschen. Der Taktgeber soll dann den Rhythmus für alle mittendrin ändern. Die Aufgabe des Einzelnen ist es, den Taktgeber ausfindig zu machen. Schafft er dies, ist das Spiel vorbei und er hat gewonnen. Schafft er es nicht, ist die Gruppe der Sieger. Statt wie vorgesehen zwei, wird das Spiel an diesem Tag auf Wunsch der Klasse auf fünf Runden verlängert.

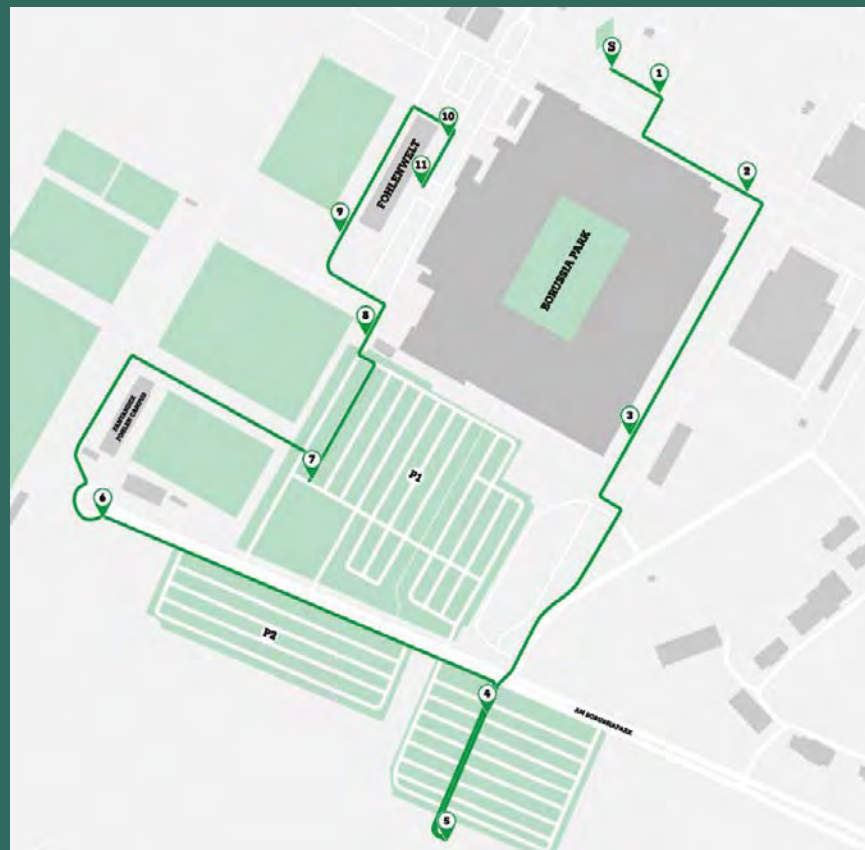


Bildungsreferentin Kimberley Liesen führt durch den Workshop.



Durch das Scannen von QR-Codes erfahren die Teilnehmer Genaueres über die Personen, die sich hinter den Stationen verbergen.

Die elf Stationen des Rundgangs im Überblick



Doch nicht nur an der Manolo-Station schaffen es Bildungsreferentin Kimberley Liesen und Lena Kullmann vom BPMG, die durch den Workshop führen, die Aufmerksamkeit der Schüler zu wecken. Neben der Suche nach dem Taktgeber müssen die Jugendlichen unter anderem Fakten über Hennes Weisweiler durch das Aufzeigen von roten oder grünen Karten mit richtig oder falsch beantworten. Christian Wagner, Lehrer der Klasse, zeigt sich begeistert vom neuen Projekt des BPMG: „Viele Jugendliche setzen sich häufig nur mit den Stars von heute auseinander. Jetzt haben sie die Möglichkeit, auf eine ganz andere Weise einen Blick in die Geschichte des größten Vereins in dieser Region zu bekommen.“

In den knapp 125 Jahren Vereinsgeschichte Borussias sei es natürlich schwierig, lediglich elf Personen auszuwählen und zu porträtieren. „Wir haben versucht, einen Querschnitt aus Menschen zu finden, die möglichst alle Dimensionen der politischen Bildung abdecken“, erklärt Künzel und ergänzt:

„Von besonderen Fans über ehemalige und aktuelle Profis bis hin zu Ehrenmitgliedern ist alles dabei.“ Beim Rundgang sollten zwar elf bekannte Personen ausgewählt werden, mit denen sich möglichst viele Teilnehmer identifizieren können, jedoch ist die „Unvergessen 11“ auch darauf ausgelegt, neue Geschichten zu erzählen, die noch nicht weitreichend bekannt sind. „Dass Manolo als türkischer Gastarbeiter nach Mönchengladbach kam, wissen beispielsweise nicht viele“, sagt Künzel.

Präsentiert werden diese Persönlichkeiten und ihre Bedeutung für den Verein auf ganz unterschiedliche Weise. Die Darstellungsformen reichen von Infotexten über Bilder bis hin zu Audio Spuren und Videos. „Unser Ziel war es, den Rundgang von Anfang an vielfältig zu gestalten. Zudem hat sich bei der Recherche zu den Personen gezeigt, dass sich verschiedene Darstellungsformen eignen, um so ihre Geschichten am besten präsentieren zu können“, erklärt Künzel. Unter den Infos zu den elf Personen befindet sich zudem die Navigation

zur jeweils nächsten Station, was den Rundgang einfach und für jeden zugänglich macht.

Neben der FohlenWelt, Borussias interaktivem Vereinsmuseum, gibt es nun also einen weiteren Ort, an dem Interessierte Borussias Vereinsgeschichte neu erleben und bereits bekannte Personen auf andere Weise kennenlernen können. Das neue Projekt des BPMG sei laut Lehrer Christian Wagner nicht nur aus pädagogischer Sicht empfehlenswert: „Viele alte Geschichten werden neu erzählt. Als Borusse macht das natürlich noch mal mehr Spaß.“ ◆

BILDUNGSPARK

M Ö N C H E N G L A D B A C H

Der Bildungspark MG (BPMG) existiert seit dem Sommer 2017 und ist eine Bildungseinrichtung für Kinder und Jugendliche in Mönchengladbach und Umgebung. Der BPMG ist Teil des Lernort Stadion e.V.. Dieser hat sich zur Aufgabe gemacht, politische Bildung in die Stadien in Deutschland zu bringen. An 20 verschiedenen Standorten bietet Lernort Stadion außerschulische Bildungsmöglichkeiten an. Das Ziel ist es dabei, die Attraktivität des Standort BORUSSIA-PARK und die Anziehungskraft des Vereins Borussia Mönchengladbach zu nutzen, um politische Bildung außerhalb des Schulkontextes durchzuführen.

KONTAKT

MARIUS KÜNZEL

Geschäftsleitung Bildungspark MG

E maris.kuenzel@dekull.de
T 02161 9850 400

DIE WORKSHOPS DES BILDUNGSPARK MG

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

»»» 6.214

Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Workshops und weiteren Aktionen des Bildungspark im Jahr 2024 (Wert 2023: 5.000)

214

Workshops und 27 weitere Angebote hat der Bildungspark MG im Jahr 2024 angeboten (Wert 2023: 204)

DIE DFL-STIFTUNG

Das Projekt „Unvergessen 11“ wurde von der DFL-Stiftung gefördert. Die Einrichtung fördert, initiiert und begleitet bundesweite Programme gemeinsam mit ihren Partnern. Dabei will die Stiftung das lokale Engagement der Klubs der Bundesliga und 2. Bundesliga vernetzen und ergänzen. Auch Initiativen Dritter werden gefördert. Mit der Unterstützung von Projekten wie dem „Unvergessen 11“-Rundgang, versuchen die Initiatoren der DFL-Stiftung den Einfluss des Profifußballs und seiner Vorbilder gezielt zu nutzen, um auf gesellschaftlich relevante Themen aufmerksam zu machen.



GEMEINSAMES MALEN

Borussias 1. Frauen-Mannschaft hat dem Seniorenheim Ludwig-Weber-Haus in Mönchengladbach einen Besuch abgestattet und mit den Bewohnern gemalt

Borussias 1. Frauenteam hat das Seniorenheim Ludwig-Weber-Haus besucht und gemeinsam mit den Bewohnern beim sogenannten „Paintfest“ Bilder gemalt. Die Aktion wurde in Kooperation mit der „Foundation for Hospital Art“ durchgeführt.

Das Ludwig-Weber Haus, in unmittelbarer Nähe zum Haus Lütz, dem Trainingszentrum von Borussias Frauen gelegen, eignete sich hierbei als idealer Anlauf-

punkt um sich sozial in Mönchengladbach zu engagieren. In Kleingruppen mit jeweils sechs Senioren und drei bis vier Spielerinnen wurden nach dem Prinzip „Malen nach Zahlen“ Bildmotive aus der „Van Gogh Collection“ in bunten Farben gestaltet.

Die knapp zweistündige Aktion sorgte bei allen Beteiligten für positive Reaktionen. „Alles hat super geklappt. Sowohl die Spielerinnen als auch die Bewoh-

ner haben sich gegenseitig geholfen und positives Feedback gegeben“, resümierte Tanja Baumann, Koordinatorin Frauen & Mädchen bei Borussia. Die fertigen Werke werden nun im Seniorenheim aufgehängt. Darüber hinaus lud die Mannschaft die Bewohner zu einem ihrer nächsten Heimspiele ins Grenzlandstadion ein. ♦



INFO

BORUSSIA GIRLS' DAY

Bei der ersten Auflage des Borussia Girls' Day Ende Mai 2024 bot sich allen Besucherinnen und Besuchern ein buntes Rahmenprogramm rund um die Trainingsplätze im BORUSSIA-PARK. So konnte man an vier verschiedenen Stationen seine Fußballfähigkeiten unter Beweis stellen. Dazu zählten das Zielschießen, das Jonglieren mit dem Ball, die Torschuss- und die Laufgeschwindigkeit. Organisiert und betreut wurden die Stationen von Borussias U16- und U17-Mädchenmannschaften.

Auch Borussias Sponsoren und Partner gestalteten den Tag mit. Die AOK organisierte ein Gewinnspiel, Kyocera ein Torwandschießen und bei Sonepar konnten sich alle Besucher in der Bolzbox, einer Art Sitzfußball, gegeneinander messen. Borussias Jugend-Hauptsponsor Santander war mit einer Fotobox und die Jugendhilfe De Kull mit einem Infostand vor Ort. Die kleinsten Besucher hatten die Möglichkeit, sich an einer Schmink- sowie einer Malstation auszuprobieren und konnten sich neben den fußballerischen Aktivitäten auf einer Hüpfburg austoben.

„Der Tag war sehr gelungen. Wir hatten einige begeisterte Jungen und Mädchen zu Gast, die bei den zahlreichen Aktionen sichtlich Spaß hatten“, sagte Baumann. In die gleiche Kerbe schlug der Trainer von Borussias erster Frauenmannschaft, Jonas Spengler: „Das Event war sehr gut organisiert und es war sehr viel los rund um den BORUSSIA-PARK. Insgesamt war der Girls' Day eine super Veranstaltung.“

INFO

MÄDCHENFUSSBALL-AG

Borussia bietet in Kooperation mit den Mönchengladbacher Schulen „Stiftisches Humanistisches Gymnasium“ und „Gymnasium am Geroweier“ eine Fußball-AG für Mädchen an und leistet damit einen Beitrag zur Förderung des Sports im Schulalltag.

„Unser Bestreben ist es, den Mädchenfußball in der Stadt zu fördern und junge Mädchen in Bewegung zu bringen“, sagt Tanja Baumann, Koordinatorin Frauen- und Mädchenfußball bei Borussia. VfL-Spielerin Yaren Aydogdu wird als Trainerin für die Teilnehmerinnen fungieren und dabei ihre Erfahrung und Leidenschaft für den Sport weitergeben. Aber allen voran will die 17-Jährige auch zentrale Werte wie Respekt und Fairness vermitteln. „Es geht uns in erster Linie darum, den Spaß am gemeinsamen Spiel zu fördern“, so Aydogdu.

Das Angebot richtet sich an alle fußballinteressierten Mädchen. Vorerfahrungen im Fußball braucht es nicht. „Damit setzt die Fußball-AG nicht nur ein Zeichen für mehr Gleichberechtigung im Sport, sondern schafft auch eine Plattform, auf der junge Mädchen in einem positiven Umfeld wachsen und sich entwickeln können“, so die Dezernentin für Bildung, Kultur und Sport Christinane Schüßler. Die ersten 18 Plätze der AG waren bereits nach einem Tag ausgebucht.

BUNDESLIGA-BÜHNE FÜR KINDERRECHTE



Im Rahmen des Internationalen Tages für Kinderrechte hat Borussia gemeinsam mit Hauptsponsor Reuter rund um ihr Heimspiel gegen den FC St. Pauli einen Aktionsspieltag organisiert



Bei der Kinder-PK durften Mitglieder des JüngerClubs Robin Hack und Julian Weigl ausfragen.



Das Motto „Unzähmbar für Kinderrechte“ war am Spieltag omnipräsent.



Die Borussia-Stiftung sowie Hauptsponsor Reuter spendeten jeweils 10.000 Euro an das Kinder- und Jugenddorf Bethanien sowie an den Deutschen Kinderschutzbund.

Das Motto war nicht zu übersehen. Der Schriftzug „Unzähmbar für Kinderrechte“ war am Heimspieltag gegen den FC St. Pauli am 24. November 2024 fast genauso oft zu erkennen, wie die Raute an sich. Das eigens geschaffene Logo präsentierte Borussia auf ihren Sondertrikots, den Stadionwänden, den digitalen Kanälen oder aber auch in einer eigenen, kleinen Choreo im AOK-Familienblock.

Im Rahmen des Internationalen Tages für Kinderrechte am 20. November – der Tag, an dem vor 35 Jahren die UN-Kinderrechtskonvention verabschiedet wurde, führte Borussia zahlreiche Aktionen durch, um auf dieses Thema aufmerksam zu machen. Weltweit treten Kinder und Jugendliche an diesem Tag zusammen mit UNICEF für die Rechte und Anliegen ihrer Generation ein. Auch Borussia unterstützt diese Anliegen voller Überzeugung und setzt sich aktiv für die Einhaltung und Stärkung der Rechte der Kinder ein.

„Dass Kinder unsere Zukunft sind, darf nicht nur eine wohlgemeinte Floskel sein“, stellt Borussias Geschäftsführer Markus Aretz klar. „Wir alle haben die Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass Kinder und Jugendliche ernstgenommen und gehört werden, dass ihre Rechte gestärkt werden und dass sie an Entscheidungen teilhaben, die ihre Zukunft betreffen. Damit schaffen wir nicht zuletzt auch einen wertvollen Bei-

trag zur Stärkung unserer demokratischen Gesellschaft. Borussia ist sich als größter Verein der Region ihrer Verantwortung bewusst und wollte mit dem Aktionsspieltag auf diese Thematik aufmerksam machen.“

So ziert neuerdings ein dauerhaft sichtbares Zeichen den BORUSSIA-PARK. An der Südkurve am Mundloch vor den Eingängen zu den Blöcken 1 und 2 prangt der Schriftzug „Unzähmbar für Kinderrechte“. Dieser ist von vielen kleinen Handabdrücken in Gelb, Pink, Blau und natürlich Grün überzogen. Den Schriftzug durften die 22 Schülerinnen und Schüler der katholischen Grundschule Holt genauso gestalten, wie den daneben liegenden Pfeiler, der von der Klasse frisch bemalt wurde. Überdies brachte die Klasse eine Info-Tafel mit einem Link zu einem Erklärvideo zu Kinderrechten an.

Im Rahmen einer weiteren Aktion rund um den Internationalen Tag für Kinderrechte konnten die anwesenden JüngerClub-Mitglieder bei einer Kinder-PK die FohlenElf-Akteure Robin Hack und Julian Weigl ausfragen. Dabei plauderten die Borussia-Profis aus dem Nähkästchen und erzählten unter anderem über ihre Anfänge als Fußballer, ihre Hobbys aus der Kindheit oder was ihre Lieblings-Weihnachtskekse sind.

Am Spieltag selbst durfte Kinder-Stadionsprecher Mats gemeinsam mit

Torsten „Knippi“ Knippertz durch das Programm im BORUSSIA-PARK führen. Zudem lief die FohlenElf in einem Sondertrikot auf. Borussias Hauptsponsor Reuter, der den gesamten Aktionsspieltag unterstützte, hatte dafür die Einbindung des Logos „Unzähmbar für Kinderrechte“ auf der Brust ermöglicht. Außerdem konnten sich alle Interessierten an einem Infostand des Kinderschutzbundes vor den AOK-Familienblöcken 1A und 2A zum Thema erkundigen.

Kurz vor Anpfiff überreichten die Borussia-Stiftung und Hauptsponsor Reuter zudem Spenden an das Kinder- und Jugenddorf Bethanien in Schwalmtal sowie an den Deutschen Kinderschutzbund Ortsverband Mönchengladbach e.V.. „Als Borussia mit der Idee des Aktionsspieltags auf uns zugekommen ist, war uns sofort klar: Da sind wir dabei“, sagt Bernd Reuter, Geschäftsführer von Borussias Hauptsponsor Reuter. „Wir unterstützen sehr gerne bei diesem wichtigen Thema und erhoffen uns eine erhöhte öffentliche Aufmerksamkeit für die Rechte von Kindern und Jugendlichen.“ Auch MatchWornShirt, Borussias offizieller digitaler Auktionspartner, hat den Aktionsspieltag unterstützt. Die Erlöse, die durch die Auktionen der Trikots aus der Partie gegen den FC St. Pauli erzielt werden konnten, kamen zunächst der Borussia-Stiftung zugute und werden anschließend als Spende an eine Organisation weitergeleitet, die Kinder unterstützt. ♦

FÜR EINE SICHERE ATMOSPHÄRE

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

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

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

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

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

Zusammenarbeit mit dem Bildungspark MG für alle Jugendmannschaften der U9 bis U16 der Workshop „Kinderschutz“ durchgeführt.

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

INFO

MIT IHREM KINDERSCHUTZKONZEPT VERFOLGT BORUSSIA FOLGENDE ZIELE:

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



2024 hat zum zweiten Mal der Coca-Cola Charity Cup im BORUSSIA-PARK stattgefunden. Das inklusive Fußballturnier wird 2025 fortgeführt.

BORUSSIA FÜR ALLE

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

Patrick Wolf ist seit 2012 Inklusionsbeauftragter bei Borussia. Er kümmert sich unter anderem um die faire Ticketvergabe für Fans mit Einschränkungen. Das Inklusionsteam beim VfL wird darüber hinaus verstärkt von Andrea Hanisch, die sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer kümmert, von den drei Reportern der FohlenHeimspielreportage (Thomas Hörkens, Sidney Rahmel und Stefan Birkenstock) sowie einem Betreuer für die Gehörlosenplätze im BORUSSIA-PARK (Michael Eicker).

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

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

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

Zudem bietet der VfL seinen Fans mit dem Merkzeichen H (Hilflosigkeit) bereits seit einigen Jahren ermäßigte

Plätze im Bereich der Südkurve. Fans mit dem Merkzeichen aG (außergewöhnliche Gehbehinderung) haben einen ebenerdigen, barrierearmen Zugang zu Plätzen in Block 24. Auch die Vereinsmitgliedschaft gibt es für Fans mit Einschränkungen zum ermäßigten Preis. Neu eingeführt wurden zur Saison 2024/25 Bestelltafeln in allen Kiosken der Südkurve. Über diese können Bestellungen ganz einfach mit einem Fingerzeig getätigt werden. ◆

KONTAKT

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

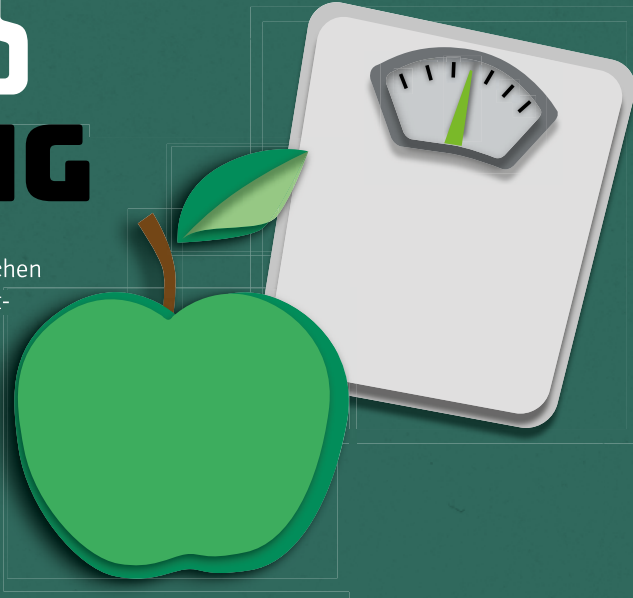
FohlenHeimspielreportage
Die Übertragung via Audiostream startet jeweils eine Viertelstunde vor dem Anpfiff und kann direkt als Pop-Up-Player über die Homepage verfolgt werden.

www.borussia.de/heimspielreportage/

KURZPASS

FUSSBALLFANS IM TRAINING

Im Präventionsprojekt „Fußballfans im Training“ der Deutschen Krebshilfe, das Borussia gemeinsam mit ihrem Gesundheitspartner AOK Rheinland/Hamburg anbietet, haben VfL-Fans die Möglichkeit, unter professioneller Anleitung Kilos zu verlieren und ihren Lebensstil gesünder zu gestalten. Das kostenlose Programm fand bereits zum neunten Mal statt.



ADVENTSKAFFEE IM BORUSSIA-PARK

Alle Jahre wieder lädt Borussia zum Adventskaffee ein. Mehr als 900 Jungen und Mädchen aus verschiedenen Kinder- und Jugendeinrichtungen aus Mönchengladbach und Umgebung kamen im Dezember 2024 in den BORUSSIA-PARK. Dort konnten sie sich über ein leckeres Buffet, den Besuch der FohlenElf und Trikots freuen.

„PORSCHE KIDS DAY“

30 Kinder aus dem Jugendhaus Am Steinberg, dem Änne-Kremer-Haus und dem Jacob-Kremer-Haus sowie deren Betreuer des Sozialdienstes Katholischer Frauen e. V. Mönchengladbach verfolgten das Bundesligaspiel zwischen der FohlenElf und dem VfB Stuttgart. Im Vorfeld der Partie erwartete die Teilnehmer des „Porsche Kids Days“ ein umfangreiches Programm, welches unter anderem aus einer Stadionführung, einem Treffen mit Jünter und einem Workshop zu sozialen Themen bestand.

„COCA-COLA CHARITY CUP“

Zum zweiten Mal fand im BORUSSIA-PARK der „Coca-Cola Charity Cup“ statt – ein inklusives Fußballturnier in Kooperation von Borussia und Coca-Cola Europacific Partners. Insgesamt nahmen zwölf Teams daran teil, bestehend aus 150 Spielern und Spielerinnen aus Einrichtungen für Menschen mit Handicap sowie Sportvereinen mit Inklusionsmannschaften.

UNTERSTÜTZUNG FÜR FLUTHILFEFONDS IN BAYERN

Borussia hat den Erlös ihres Testspiels gegen Holstein Kiel, das im Rahmen des Trainingslagers in Rottach-Egern ausgetragen wurde, an die Sozialstiftung des Bayerischen Fußball-Verbandes (BFV) gespendet. Der Betrag in Höhe von 15.000 Euro ist direkt in den Hilfsfonds, den die BFV-Sozialstiftung zugunsten der von der Hochwasser-Katastrophe im Freistaat betroffenen Fußballvereine aufgelegt hat, geflossen.

VFL-MITARBEITER SPENDEN

Es ist mittlerweile Tradition, dass Borussia's Geschäftsstelle ihre Jahresabschlussfeier kurz vor Weihnachten dazu nutzt, um bei einer Tombola Lose zu verkaufen und den Erlös anschließend sozialen Projekten der Stadt zugutekommen lässt. Etwas mehr als 4.000 Euro für die Borussia-Stiftung sind 2024 zusammengekommen. Eine stolze Summe, die von Borussia noch einmal verdoppelt wurde, so dass das Komitee insgesamt 8.100 Euro an drei soziale Einrichtungen der Stadt verteilen konnte.



STOLZ AUF DIE FORTSCHRITTE, RESPEKT VOR DEN HERAUSFORDERUNGEN

Die Bemühungen um eine nachhaltige Zukunft sind nie beendet. Doch die Vision ist klar: Borussia Mönchengladbach soll ein Beispiel für nachhaltigen Erfolg im Fußball sein



Will man ein kollektives Bewusstsein für nachhaltige Themen schaffen, so ist die eigene Belegschaft eine wichtige Basis. „Wir haben daher im Jahr 2024 drei Schulungsmodule zu Nachhaltigkeit eingeführt“, erläutert Geschäftsführer Markus Aretz. So haben 112 Mitarbeiter das Modul zur Corporate Social Responsibility abgeschlossen, 300 das im Bereich Diversität und 297 das zum Verhaltenskodex. „Diese Schulungen sind entscheidend, um bei unseren rund 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein kollektives Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen.“

Fortschritte gab es 2024 auch beim Ausbau der Photovoltaikflächen im BORUSSIA-PARK. Durch die neu installierten Anlagen im vergangenen Jahr sind nun insgesamt etwa 1.500 Quadratmeter Dachfläche mit PV-Anlagen belegt. „Wir haben ursprünglich die Installation von 3.800 Quadratmetern Photovoltaikflächen im BORUSSIA-PARK in zwei Abschnitten geplant, um bis zu 400.000 kWh Strom pro Jahr produzieren können“, erklärt Aretz. „Leider stehen uns aus statischen Gründen und aufgrund von Brandschutzvorschriften letztendlich weniger Flächen als erhofft zur Verfügung. Hier werden wir aber weiter nach Potenzialen suchen.“

Potenzial hat auch die Einführung der digitalen Version des Mitgliederzeitschrifts FohlenEcho, die im November 2024 vorgenommen wurde. „Unser Ziel ist es,

dass bis Saisonende 2024/25 rund 50 Prozent unserer Mitglieder diese ressourcenschonende Variante wählen“, so Aretz. „Durch diesen Umstieg könnten wir bis zu zwölf Millionen Liter Wasser und 18 Tonnen CO pro Jahr einsparen. Wir bewerben den Umstieg aktiv.“

Das Jahr 2025 wird unter anderem von den Entwicklungen der möglichen Nachhaltigkeitsanforderungen aus der EU-Gesetzgebung – Stichwort CSRD (Richtlinie über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen) – geprägt sein. Zudem sollen Borussia's Online-Angebote barrierefrei gestaltet werden, um Menschen mit Einschränkungen den Zugang leichter zu machen. „Wir können stolz sein auf die Fortschritte, die wir bereits gemacht haben, aber wir haben auch Respekt vor den Herausforderungen, die vor uns liegen“, weiß Aretz, für den die Vision klar ist: „Borussia Mönchengladbach soll ein Beispiel für nachhaltigen Erfolg im Fußball sein, indem wir neben möglichst vielen sportlichen Erfolgen wirtschaftliche Effizienz sowie ökologische und soziale Verantwortung verbinden.“ ♦

ZAHLEN UND FAKTEN

AUS DER SAISON 2023/24

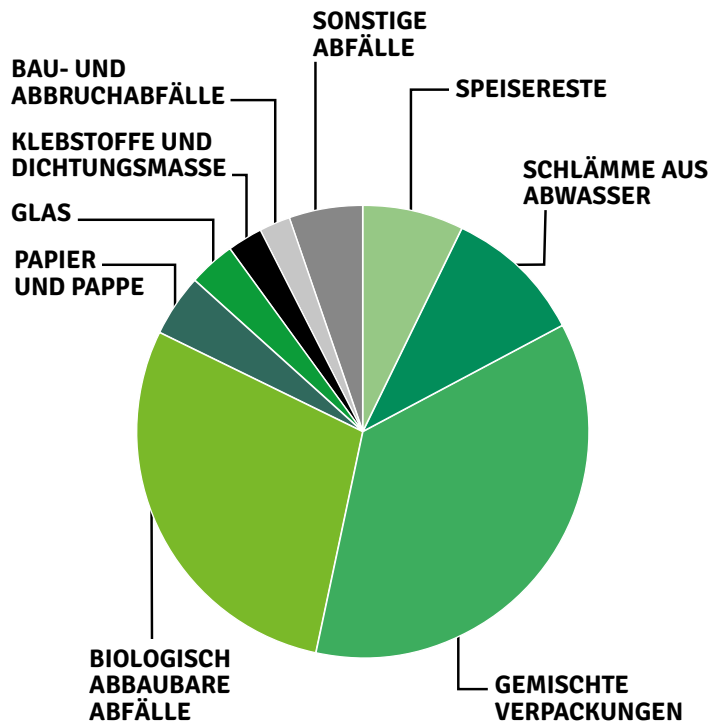
ABFALL

ABFALLAUFKOMMEN

in Tonnen

gemischte Verpackungen	261,44
biologisch abbaubare Abfälle (z.B. Rasenschnitt)	210,61
Schlämme aus Abwasser	74,00
Speisereste	52,45
Papier und Pappe	31,36
Glas	24,42
Klebstoffe und Dichtungsmasse	17,14
Bau- und Abbruchabfälle	16,48
Sonstige Abfälle	37,94

Gesamtabfallmenge **725,84**
CO₂e-Emissionen in Tonnen **274,54**



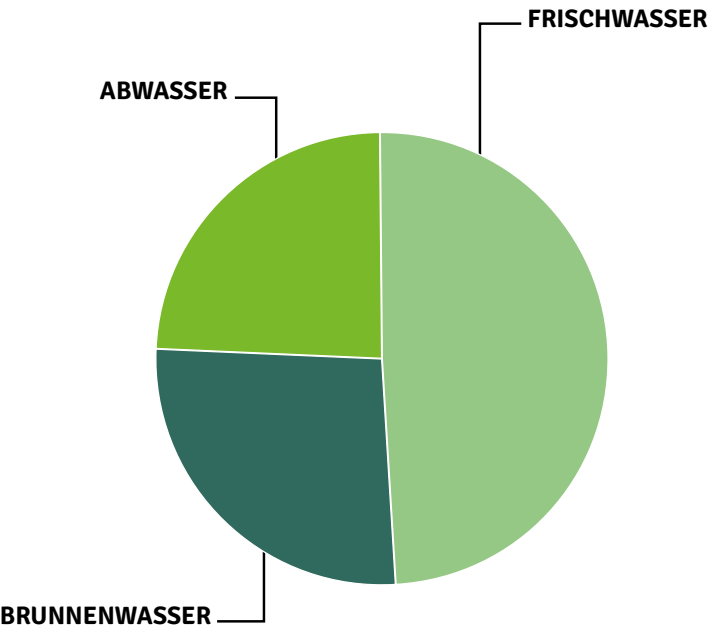
WASSER

WASSERVERBRAUCH

in Kubikmeter

Frischwasser	27.163
Brunnenwasser	14.651
Abwasser	13.207

Gesamtwasserverbrauch **55.021**
CO₂e-Emissionen in Tonnen **10,22**



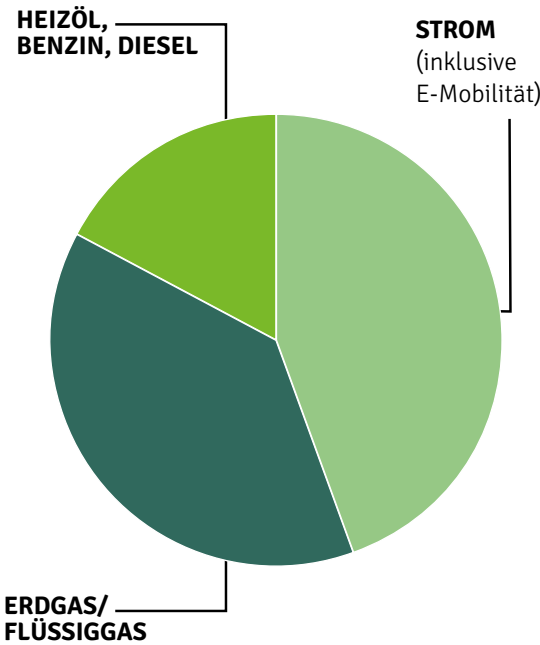
ENERGIEVERBRAUCH

ENERGIEVERBRAUCH

in kWh

Strom (inklusive E-Mobilität)	4.984.667
Erdgas/Flüssiggas	4.273.414
Heizöl, Benzin, Diesel	1.912.427

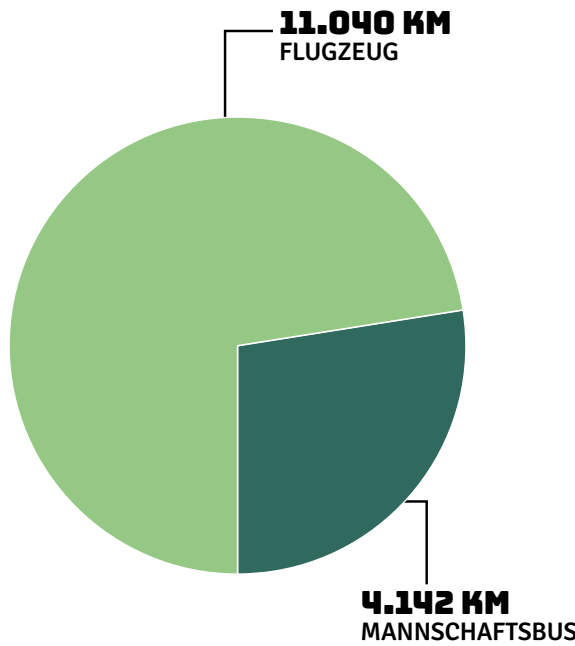
Gesamtenergiemenge **11.170.508**
CO₂e-Emissionen in Tonnen **1.898,58**



MANNSCHAFTSREISEN

Wettbewerb	Gegner	Reisedistanz (Hin-und Rückfahrt)	Verkehrsmittel
DFB Pokal	Bersenbrück	470 km	Mannschaftsbus
DFB Pokal	Saarbrücken	600 km	Charter MG - Saarbrücken
DFB Pokal	Saarbrücken	600 km	Charter MG - Saarbrücken
Bundesliga	FC Augsburg	1.200 km	Charter MG - Augsburg
Bundesliga	Darmstadt 98	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfL Bochum	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1. FC Köln	132 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	SC Freiburg	1.000 km	Charter MG - Freiburg
Bundesliga	Borussia Dortmund	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Union Berlin	1.200 km	Charter MG - Berlin
Bundesliga	Eintracht Frankfurt	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Bayer Leverkusen	130 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Bayern München	1.260 km	Charter MG - München
Bundesliga	RB Leipzig	1.400 km	Charter MG - Leipzig
Bundesliga	Mainz 05	470 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1 FC Heidenheim	1.040 km	Charter MG - Stuttgart
Bundesliga	VfL Wolfsburg	800 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	1899 Hoffenheim	700 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Werder Bremen	660 km	Charter MG - Bremen
Bundesliga	VfB Stuttgart	820 km	Charter MG - Stuttgart
TL Sommer	Rottach-Egern	1.260 km	Charter MG - München

Gesamtkilometer **15.182 km**



CO₂e-Emissionen in Tonnen **153,09**

Ziel	Frist	Aktueller Stand & Ausblick	Ziel	Frist	Aktueller Stand & Ausblick
Förderung der Fanbeziehungen	fortlaufend	- Im Jahr 2022 wurde erstmals eine Anspruchsgruppenanalyse durchgeführt, die im Jahr 2024 auf Aktualität geprüft wurde. Eine Neufassung ist für 2026 vorgesehen. - Seit 2022 finden regelmäßige Fanbefragungen statt. Unter dem Motto „Deine Stimme zählt“ ist die Frequenz 2024 auf eine Befragung pro Quartal erhöht worden. Dies soll auch in 2025 beibehalten werden. - Seit dem Jahr 2023 gibt es den sogenannten Mitglieder-Talk, bei dem regelmäßig in kleiner Runde ein Austausch zwischen Mitgliedern und Offiziellen des Vereins stattfindet. 2024 gab es 6 Veranstaltungen. Diese Zahl soll in 2025 beibehalten werden.	Verantwortungsbewusster Umgang mit der Ressource „Energie“	Q4/2025	- Die gesamte Belegschaft wurde 2024 erneut für das Thema Energiesparen sensibilisiert und aufgefordert, auch eigene Ideen für dieses wichtige Thema einzubringen. - Der Ausbau der Photovoltaik-Anlagen musste wegen baulicher Herausforderungen von geplanten 3.800qm Fläche auf 2.148qm Fläche reduziert werden. Grund dafür sind statische Bedingungen und Brandschutz. Folgende Flächen sind realisiert: 587qm seit 01/24 in Betrieb 961qm seit Q4/24 in Betrieb - Im nächsten Schritt sollen weitere 600 Quadratmeter Photovoltaik installiert werden, womit insgesamt bis zu 226.000 Kilowattstunden p.a. produziert werden können. Das ursprüngliche Ziel von 400.000 Kilowattstunden p.a. wird damit zunächst nicht erreicht. - Mit der Installation der Photovoltaik-Anlagen wird ein Autarkiegrad von 5 % erreicht. - Langfristiges Ziel ist ein Autarkiegrad von 50%
Erfolgreiche Rezertifizierung nach dem ZNU-Standard	Q2/2025	- Bereits Anfang des Jahres 2022 hat man sich auf den Weg des nachhaltigeren Wirtschaftens nach ZNU-Standard gemacht und wurde im Februar 2023 mit dem Zertifikat „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“ belohnt. - Im März 2024 wurde die Zertifizierung durch den TÜV Rheinland bestätigt. - Ein weiteres externes Überprüfungsaudit findet im Q2 2025 statt.	Erweiterung des fleischlosen Angebots	Q4/2025	- Neben den etablierten Veggie-Nuggets sind nun auch ein veganer Falafel-Wrap und eine vegetarische Pizza dauerhaft im Sortiment. - Für das Jahr 2024 wurde als Ziel gesetzt, drei zusätzliche, rein fleischlose Verkaufsstände im gesamten Public-Bereich zu etablieren. Dieses Ziel konnte nicht erreicht werden, da trotz Bemühungen kein Partner im Bereich Plant-Based Food gefunden werden konnte. Das Ziel, drei fleischlose Verkaufsstände zu haben, soll auch für das Jahr 2025 weiter fokussiert werden und ggf. über den Einsatz nicht genutzter Eisstände erreicht werden.
Förderung der Nachwuchsmannschaften	Q4/2025	- Das NLZ hat den Status der Eliteschule des Fußballs erlangt. Dieser soll auch weiterhin aufrechterhalten werden und damit einhergehend auch die Partnerschaften mit den Kooperationsschulen. - Es wird sichergestellt, dass Nachhilfe- und Nachführunterricht für die Nachwuchsspieler angeboten wird. - Es findet mindestens halbjährlich eine Überprüfung der schulischen Defizite statt. Daraus wird der konkrete Nachhilfebedarf ermittelt. - Es wurden auch 2024 regelmäßig Workshops mit dem Bildungspark zu Themen wie beispielsweise Anti-Diskriminierung, Anti-Rassismus, Anti-Doping und Spiel- und Wettmanipulation durchgeführt. Außerdem wurde in Kooperation mit der PORSCHE AG ein Ecological Experience Day mit Jugendmannschaften durchgeführt. - In 2025 werden außerdem zwei wertebildende Projekte mit externen Stakeholdern wie Menschen mit Behinderung umgesetzt.	Förderung der nachhaltigen Fan-Mobilität	fortlaufend	- In Kooperation mit der Deutschen-Fussball-Liga wurde in Q4 2024 eine Fahrgemeinschafts-app veröffentlicht. - Als „Team Borussia“ hat die Belegschaft erneut am Stadtradeln teilgenommen, die Teilnehmerzahl soll im Jahr 2025 noch weiter ausgebaut werden. - Auf dem Parkplatz P4 wurden weitere Ladesäulen für Elektro-Autos installiert, zudem eröffnete auf dem Parkplatz P8 ein Schnellladepark mit 28 Ladepunkten in Zusammenarbeit mit Aral Pulse.
Nachhaltigeres Bewusstsein im Unternehmen und in der Belegschaft	fortlaufend	- Das interdisziplinäre Team „KlimaFohlen“ hat im Jahr 2024 erneut alle relevanten Abteilungen und Bereiche umfasst und gemeinsam die notwendigen Daten für den CO₂-Fußabdruck der Saison 2023/2024 ermittelt. - Im E-Learning-Portal sind neben dem allgemeinen Nachhaltigkeitsmodul nun auch Module zu den Themen Diversität und Compliance etabliert, um alle Säulen der Nachhaltigkeit thematisch abzudecken. Die Schulungsmodule zu Nachhaltigkeit wurden 2024 mit folgenden Teilnahme-Quoten durchgeführt: - Corporate-Social-Responsibility/ Nachhaltigkeit (112 geschulte Mitarbeiter) - Diversität in Unternehmen (300 geschulte Mitarbeiter) - Compliance (297 geschulte Mitarbeiter) - Die Spieler des Profi-Kaders wurden im Jahr 2024 wieder in soziale Nachhaltigkeitsprojekte miteinbezogen wie dem inklusiven Fußballturnier oder auch dem Adventskaffee für Kinderheime. Bei einem Social Day im Mai 2024 war das gesamte Team im Stadtgebiet unterwegs z.B. in einer Behindertenwerkstatt, einer Kinderklinik und bei der Obdachlosenhilfe. Ziel für 2025 ist es, mindestens zehn Termine mit gesellschaftlichem Charakter mit Spielern und/oder Mitarbeitern durchzuführen.	Verbesserung der Biodiversität am BORUSSIA-PARK	Q4/2025	- Zusammen mit dem JünterClub, einem internen Experten aus dem Greenkeeping und dem Naturschutzbund wurden 2024 weitere 30 Nistkästen bemalt und aufgehangen, um zur Arterhaltung vor Ort beizutragen und den heimischen Vogelarten einen Lebensraum zu schaffen. Diese Aktion soll im Frühjahr 2025 wiederholt werden. - Um die Biodiversität am BORUSSIA-PARK zu fördern, soll in Q4 2025 mit der Umwandlung von ca. 1.300qm Kiesdach in ein Biodiversitäts-Gründach begonnen werden. - Borussia ist im November 2024 dem Bündnis für Biodiversität am Mittleren Niederrhein beigetreten.
Transparente Nachhaltigkeitskommunikation	fortlaufend	- Einmal wöchentlich erscheint ein Bericht über ein Nachhaltigkeitsthema (ökologisch, sozial oder ökonomisch) auf der Homepage von Borussia Mönchengladbach. Zudem erscheint in jedem „FohlenEcho – Das Magazin“ ein vierseitiger Bericht zum Thema Nachhaltigkeit. Diese Kommunikation soll auch zukünftig auf diesem hohen Level gehalten werden. - Seit 2023 wird jährlich der Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. - Stabsstellenleiter Markus Friebe war Speaker zum Thema „Nachhaltigkeit bei Borussia“ bei verschiedenen Partnern u.a. der Universität Witten-Herdecke - Im Dezember 2024 hat in Kooperation mit der Fjol GmbH ein Nachhaltigkeitstag für Unternehmen mit 50 Teilnehmern stattgefunden	Reduktion der CO ₂ -Emissionen	2030	- Ein neuer CO₂ -Footprint wurde für die Saison 2023/24 erstellt. - Borussia will die Scope 1-2 CO₂ Emissionen auf Basis des 1,5-Grad Pfades um 42% bis 2030 reduzieren, bezogen auf das Ausgangsjahr 2020. - Borussia will die Scope 3 CO₂ Emissionen auf Basis des 1,5-Grad Pfades um 25% bis 2030 reduzieren, bezogen auf das Ausgangsjahr 2020.
			Nachhaltigkeitsbewertung von Lieferanten	Q4/2025	- Im Jahr 2022 wurde bereits mit allen relevanten Fachabteilungen ein Code of Conduct entwickelt, der sowohl für Borussia und die Mitarbeiter gilt als auch für Lieferanten und Dienstleister. Der Code of Conduct ist auf der Homepage veröffentlicht. - Einführung von Lieferantenverträgen in denen, neben den gesetzlichen Vorgaben, auch Produktionsrichtlinien / Nachhaltigkeitsvorgaben nach Lieferanten bzw. Produkt detaillierter dokumentiert werden. Einführung in 2025. - Die Umsetzung eines Projekts für nachhaltige Baumwoll- und Textilproduktion in Indien wird in Q2 2025 angestoßen.
			Erweiterung des Textilangebots mit einem nachhaltigen Ansatz	Q3/2027	- Innerhalb von fünf Jahren konnte bis zur laufenden Saison 2024/25 der Anteil an Textilien mit einem nachhaltigen Aspekt, d.h. dem Einsatz von recyceltem Polyester oder Bio-Baumwolle von 4% auf 79% Sortimentsanteil im Textilbereich gesteigert werden. - Ziel ist es, dass bis 2027 75% der eigenproduzierten Textilartikel zusätzlich mit einem zertifizierten Nachhaltigkeitsiegel wie GOTS oder Grüner Knopf versehen werden. - Im Dezember 2024 fand die Einführung einer Onlineshop-Kategorie „Nachhaltigkeit“ statt, um Kunden die Möglichkeit zu bieten, diese leichter finden zu können und gezielt nachhaltig hergestellte Produkte zu bestellen. - Die Idee einer komplett regionalen Textilkollektion wurde zerschlagen, da einige Bestandteile wie Reißverschlüsse oder Knöpfe nicht mehr in Deutschland produziert werden.

ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK
Digitalisierung der Printprodukte	fortlaufend	• Ziel ist es, die Nutzung der digitalen Tages-Eintrittskarte mindestens auf 80% zu heben, dies ist noch nicht ganz gelungen. So liegt die Nutzung der digitalen Eintrittskarte in der aktuellen Saison bei durchschnittlich 78% pro Heimspiel. In der Saison 2022/23 waren es 73%. • Auch die Dauerkarte wird in der laufenden Saison wieder digital angeboten. Ziel ist es, eine Quote von 50% zu erreichen. Insgesamt haben sich bisher 40% für die digitale Variante entschieden, zwei Prozentpunkte mehr als in der Vorsaison. • Die Schaffung einer digitalen Variante des Mitgliedermagazins konnte aufgrund verschiedener Faktoren nicht wie geplant 2023 realisiert werden. Das Projekt startete aber im Oktober 2024. Das Magazin ist sowohl über die Website, als auch in der FohlenApp abrufbar. Ziel ist, dass sich bis zum 4. Quartal 2024 50% der Mitglieder für die ressourcenschonende digitale Variante entscheiden, sodass in der Papierproduktion bis zu 12 Millionen Liter Wasser und 18 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart werden können.
Projekt „Stärkung der Region“	fortlaufend	• Das Projekt „Stärkung der Region“ konnte weiter fortgeführt werden. Als Ziel hat sich Borussia die Schaffung eines hochwertigen und kostenlosen Trainingsangebotes für mindestens 36 Kinder und die Umsetzung von mindestens vier Webinaren und zwei Hospitationswochen für Trainer gesetzt. Das Ziel wurde mit zwei Hospitationswochen, einem Webinar pro Quartal und hochwertigen, kostenlosen Trainingsangeboten für 60 Kinder (Vorjahr 52) erreicht, beziehungsweise sogar überschritten. • Es ist eine langfristige Fortführung der Maßnahmen geplant, um so die Region auch nachhaltig zu stärken.
Aufbau inklusiver Partnerschaften	Q3/2025	• Zusammen mit Coca-Cola und der Lebenshilfe Mönchengladbach hat im April 2024 ein weiteres inklusives Fußballturnier mit vier verschiedenen Einrichtungen stattgefunden. • Eine Wiederholung in Kooperation mit Coca-Cola ist für das Frühjahr 2025 geplant. Ziel ist es, dass noch mehr Einrichtungen von diesem inklusiven Sportangebot profitieren können. • Eine Kooperation mit Special Olympics Deutschland soll in 2025 etabliert werden.
Maßnahmen im Bereich Vielfalt und Anti-Diskriminierung	Q4/2025	• Gemeinsam mit dem Kompetenzpark wurde ein Antisemitismus-Workshop zur Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchgeführt. 20 Personen nahmen daran teil. • Es wurde in Zusammenarbeit mit dem Bildungspartner De Kull und dem Bildungspark Mönchengladbach eine Workshop-Reise zur Gedenkstätte Bergen-Belsen für Fans und Mitarbeiter durchgeführt, an der 25 Personen teilnahmen. • Zum Welttag der Kinderrechte wurde der Spieltag „Unzähmbar für Kinderrechte“ ins Leben gerufen, an dem u.a. mit einem Sondertrikot gespielt wurde und Spenden an den Kinderschutzbund und das Bethanien Kinderdorf Schwalmtal getätigt wurden.
Aufbau von Hochschulk Kooperationen	fortlaufend	• In der Direktion Marketing wird eine Kooperation mit der Hochschule Niederrhein erfolgreich umgesetzt. • Die Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit kooperiert mit dem Zentrum für nachhaltige Unternehmensentwicklung der Universität Witten-Herdecke. • Der Stadionbetrieb arbeitet mit der Gilde School Roermond zusammen.
Teilhabe von benachteiligten Menschen	fortlaufend	• Bereits seit einigen Jahren werden spezielle Plätze im BORUSSIA-PARK für Rollstuhlfahrer, Sehbehinderte und Hörgeschädigte angeboten. • Alle digitalen Angebote werden derzeit auf Barrierefreiheit umgestellt. • Jährlich wird eine Vielzahl von gemeinnützigen Einrichtungen wie Kinderheime und Ähnliches mit Freikarten für die Heimspiele der FohlenElf begünstigt. Eine Fortführung ist auch für das laufende Jahr geplant. • Ein weiteres inklusives Fußballturnier hat stattgefunden (s. Punkt „Kooperation mit einer inklusiven Institution“). • In Kooperation mit der Organisation Hephata wird seit 2024 ein Projekt zum Übergang von Menschen mit Handicap aus der Behindertenwerkstatt in den ersten Arbeitsmarkt getestet.



DIE FOHLEN