



DER BERLINER WEG

Nachhaltigkeitsbericht
Saison 2023/24

Ein Baum für uns alle.

Um das Gefühl des Zusammenhalts in unserem Club greifbar zu machen, pflanzte Kay Bernstein vor unserer Geschäftsstelle diesen Apfelbaum.

„Ein Pflänzchen der Hoffnung“ – und eine schlüssige Metapher des „Berliner Weges“, den er seit seinem Amtsantritt geprägt hat.



GRUSSWORT

des Regierenden Bürgermeisters von Berlin, Kai Wegner



In unserer dynamischen und zukunftsorientierten Stadt spielt der Sport eine zentrale Rolle für das gesellschaftliche Miteinander und die Förderung gemeinsamer Werte. Das gilt besonders für den Fußball. Fußball ist der mitgliederstärkste organisierte Sport in Berlin. 230.000 Mitglieder sind in 348 Vereinen beim Berliner Fußball-Verband (BFV) aktiv, darunter 33.000 Mädchen und Frauen. Hertha BSC ist einer dieser Vereine und aufgrund seiner großen Tradition eines der Aushängeschilder im Hauptstadtfußball. Seit meiner Kindheit bin ich Fan von Hertha BSC und fiebere bei allen Spielen mit. Auch das über den Sport hinausreichende Engagement des Vereins und seiner Mitglieder verfolge ich mit großem Interesse. Das gilt besonders für die Bemühung um Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeit ist ein Thema von größter Bedeutung, das uns alle betrifft. Der Verein Hertha BSC zeigt durch sein Engagement für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit, dass er nicht nur sportlich nach Bestleistungen strebt, sondern auch die feste Absicht hat, seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden. Das ist beispielhaft und inspiriert uns, gemeinsam an einer besseren und nachhaltigeren Zukunft zu arbeiten.

Besonders hervorheben möchte ich, wie sich der Verein auf den Weg gemacht hat, um die Umwelt zu schützen, Ressourcen zu schonen und das soziale Miteinander zu stärken. Hertha BSC zeigt eindrucksvoll, dass Nachhaltigkeit und sportlicher Erfolg Hand in Hand gehen können und sollen.

Ich danke allen Verantwortlichen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie natürlich allen Fans von Hertha BSC für ihren unermüdlichen Einsatz und ihr vorbildliches Engagement. Sie leisten einen wertvollen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung unserer Stadt und setzen ein starkes Zeichen für den Sport und die Gesellschaft. Das wird vom gesamten Berliner Senat gewürdigt.

Deshalb unterstützt der Senat auch den Profisport der Hertha. Ich halte die Überlegungen für richtig, ein privat finanziertes reines Fußballstadion auf dem Olympiaparkgelände zu errichten. Dabei ist für meine Senatskolleginnen und -kollegen ebenso wie für mich besonders wichtig, dass Olympiastadion und Waldbühne weiter wirtschaftlich genutzt werden. Eine Realisierung dieser Pläne würde mich ebenso freuen wie eine hoffentlich baldige Rückkehr Herthas in die erste Bundesliga.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen fortgesetzten Erfolg auf Ihrem Weg und freue mich auf viele weitere gemeinsame Schritte für ein lebenswerteres Berlin.

Kai Wegner
Regierender Bürgermeister von Berlin



INHALT

Vorwort
Einleitung

1 Über Hertha BSC – Alte Dame, neues Kapitel	12
• Ein Nachruf auf Kay Bernstein	17
• Zweck, Werte, Mission	21
• Steuerung und Querschnittsfunktion	24
• Unser Stadion	26
• Unser eigenes Stadion	28
2 Die Wesentlichkeitsanalyse	32
3 Der Berliner Weg	36
4 Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	43
4.1 Ökonomie: Gute Club- und Unternehmensführung	45
• Sportliche Leistung, erfolgreiche Nachwuchsarbeit und wirtschaftliche Stabilität	48
• Starke Partnerschaften für Nachhaltigkeit mit Berliner Fokus: Lieferkette und Kooperationen	50
• Moderner Arbeitgeber und fortschrittliche Organisation	57
4.2 Ökologie: Der Fußabdruck von Hertha BSC	63
• Unser CO ₂ -Fußabdruck	64
• Infrastruktur, Geschäftsbetrieb, Ausstattung und Betrieb von Gebäuden und Liegenschaften	66
• Der Weg von und zu Hertha BSC	75
• Ha Ho He! – Nachhaltiger Spieltagsbetrieb bei Hertha BSC	83
4.3 Soziales: Hertha BSC als starker Akteur in den Bezirken Berlins	91
• Bolzplätze, Bildung und Werte	96
• Vielfalt, Inklusion und Integration	101
• Herthaner helfen	109
5 Ausblick	115
GRI-Index	120

**Vorwort –
Kommissarischer Präsident und Sprecher der Geschäftsführung**

NACHHALTIG IST DAS NEUE ZUKUNFTSFÄHIG

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Herthanerinnen und Herthaner,

wir freuen uns, Ihnen den Nachhaltigkeitsbericht von Hertha BSC präsentieren zu dürfen. In diesem Bericht dokumentieren wir unser umfängliches Engagement in den Bereichen der ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit.

Unser Handeln orientiert sich an dem unter der Präsidentschaft von Kay Bernstein ausgerufenen „Berliner Weg“. Der „Berliner Weg“ prägt nicht nur unsere sportlichen Ambitionen, sondern auch unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft.

Wir haben im vergangenen Jahr bedeutende Schritte unternommen, um unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, unsere sozialen Initiativen zu stärken und wirtschaftlich verantwortungsbewusst zu handeln. Neben der Messung und signifikanten Senkung unseres Fußabdruckes sehen wir das besondere Potenzial unseres Clubs in einem zukunftsgerichteten Handeln und Wirken in Leuchtturmprojekten der Nachhaltigkeit.

Diese Ausrichtung von Hertha BSC wird vom gesamten Club und allen Mitarbeitenden getragen und von der Geschäftsführung als Querschnittsfunktion über alle Direktionen hinweg geführt.

Hertha BSC ist sich als einer der größten Sportvereine Berlins seiner Verantwortung für Gesellschaft und Zukunft bewusst. Der „Berliner Weg“ leitet uns dabei, unsere Werte zu leben und uns kontinuierlich zu verbessern. Wir persönlich haben uns, wie auch Kay Bernstein, voll und ganz der Nachhaltigkeit verschrieben. Unser gemeinsames Ziel ist es, unseren Club nicht nur sportlich wieder nach oben zu führen, sondern auch unsere Mission zu erfüllen, ein ganzheitlich nachhaltiger Fußballbundesligist für Berlin zu werden.

Wir danken allen, die uns auf diesem Weg unterstützen, und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit, um unsere Vision einer nachhaltigen Zukunft zu verwirklichen.

Ha Ho He!



FABIAN DRESCHER
Kommissarischer Präsident Hertha BSC e.V.



THOMAS E. HERRICH
Sprecher der Geschäftsführung



Einleitung

ALLES AUF ANFANG

Im Jahr 2022 standen wir vor gigantischen Herausforderungen. Finanziell, sportlich und imagetechnisch – Hertha BSC befand sich an einem Tiefpunkt. Deshalb war klar: Es muss sich fundamental etwas ändern. Der Club wollte und musste sich wandeln, er brauchte neue stimmige Ziele, Inhalte und strategische Vorgehensweisen.

Unsere Mitglieder wählten Kay Bernstein zum neuen Präsidenten – einen ehemaligen Ultra, Capo und Mitgründer der Harlekins Berlin, der Berliner Unternehmer geworden war. Die Mitglieder stimmten damit für eine grundlegende Erneuerung, einen Paradigmenwechsel und Kulturwandel bei Hertha BSC. Kay Bernstein definierte die Rolle des Präsidenten neu und veränderte das präsidiale Wirken bei Hertha BSC nachhaltig. Mit einem neuen Kompetenzteam, aufgebaut um den Geschäftsführer Thomas E. Herrich, trieb er den Paradigmenwechsel bei Hertha BSC voran.

Wir haben in den vergangenen zwei Jahren gezeigt, wozu unser Club durch die neue Geschlossenheit und Ausrichtung in der Lage ist. Aus einer tiefen existenziellen Bedrohung ist die Hertha-Familie aufgestanden. Trotz des sportlichen Abstiegs konnte durch die Erneuerung im Bekenntnis zur zukunftsfähigen Nachhaltigkeit und dem „Berliner Weg“ eine neue Identität geschaffen werden, welche ein lange nicht da gewesenes Gemeinschaftsgefühl bei den Fans und Mitgliedern weckte.

Trotz und gerade in dieser für den Club so bedrohlichen Lage gelang es uns, das stärkste Mitgliederwachstum der Geschichte zu erzielen. Seit dem Abstieg sind es 10.000 neue Mitglieder. Seit Kays Wahl etwa 15.000. Die Fans strömten wieder ins Stadion, sorgten für neue Zuschauerrekorde und schufen eine besondere, vereinende Atmosphäre. Ungeachtet des sportlichen Abstiegs und der notwendigen enormen Einschnitte auf allen Ebenen trugen die Fans und das gesamte Stadion die Mannschaft und standen fest hinter ihr.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht beschreibt die Umsetzung des ersten Drittels dieser begonnenen Erneuerung. Eine fundierte Statusermittlung, die Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse, die Entwicklung von Handlungsfeldern und KPIs inklusive einer Kommunikationsstrategie sowie die Neuordnung der Werte mündeten in einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie für Hertha BSC. Letztere gibt die Schritte vor, welche in konsequenter Fortführung des begonnenen Weges bereits in Teilen umgesetzt wurden.

Über Hertha BSC

ALTE DAME, NEUES KAPITEL

Wir Herthanerinnen und Herthaner blicken auf eine lange Tradition und über 132-jährige Geschichte zurück. Gegründet als Berliner Fußball Club Hertha 1892 kam das „BSC“ nach der Fusion mit dem Berliner Sport-Club 1923 hinzu. Unsere Vereinsfarben Blau und Weiß sind nicht nur Farben, sondern ein Ausdruck unserer Identität. Wir lieben diesen Club, auch oder gerade, weil unsere Reise nicht immer einfach war und ist. Es gab Momente des Triumphs, wie unsere Meisterschaften in den 1930er Jahren, vor allem aber auch intensive Herausforderungen und Rückschläge, die uns geprägt haben. Doch jede Herausforderung haben wir gemeinsam gemeistert, hat uns stärker gemacht und unseren Zusammenhalt gefestigt.

So stellte uns die Nachkriegszeit vor neue Hürden. Der Club musste sich in einer geteilten Stadt neu orientieren, was sportlich und organisatorisch eine große Herausforderung war. In den 1960er Jahren begann dann eine neue Ära: Hertha BSC gehörte 1963 zu den Gründungsmitgliedern der Bundesliga.

Es folgten turbulente Jahre mit Auf- und Abstiegen sowie wirtschaftlichen Problemen. Die Saison 1974/75 brachte einen Höhepunkt mit dem zweiten Platz in der Bundesliga, 1977 und 79 mit dem Erreichen des DFB-Pokalfinales. Aber selbst in der sportlich erfolgreichsten Zeit wurden – denkbar knapp – die Titel verpasst.

Hertha BSC ist mehr als nur eine Profimannschaft im deutschen Fußball. Der Club ist seit über 130 Jahren Heimat und ein Ort des Zusammenhalts für unsere Fans aus allen Gesellschaftsschichten, weit über die Berliner Stadtgrenzen hinaus. Auch abseits des Platzes engagieren wir uns vielfältig und stark. Wir sind ein Club, der in der Gesamtheit aller Fans in vielen Bereichen aktiv ist und Verantwortung übernimmt.



Mit zahlreichen sozialen Projekten setzen wir uns von Beginn an für eine bessere Gesellschaft ein und tragen dazu bei, Berlin zu einem noch lebenswerteren Ort zu machen. Ob durch Integrationsprojekte, Umweltinitiativen oder die Unterstützung benachteiligter Gruppen – Hertha BSC übt einen positiven Einfluss aus. Hier, wie auch im Sport, liegt unser besonderer Fokus auf dem Nachwuchs, welcher die Stadt und den Sport von morgen prägen und gestalten wird.

Unsere Nachwuchsakademie zählt zu den besten in Deutschland und hat viele Talente hervorgebracht, die heute national und international erfolgreich sind. Wir glauben an die Kraft der Jugend und investieren kontinuierlich in ihre Entwicklung.

Die letzten Jahrzehnte waren eine Achterbahnfahrt für Hertha BSC. In den 1990er Jahren gelang der Wiederaufstieg in die Bundesliga und in den frühen 2000er Jahren etablierte sich der Club in der oberen Tabellenhälfte. Besonders die Teilnahme an der UEFA-Champions League in der Saison 1999/2000 war ein Meilenstein.

Jedoch folgten auch Rückschläge. Mehrere Abstiege in die 2. Bundesliga und wirtschaftliche Schwierigkeiten belasteten den Club. In der jüngsten Vergangenheit haben wir einige fundamentale Fehlentscheidungen getroffen, welche den Club in extreme und existenzielle Schwierigkeiten brachten. Mit der Wahl von Kay Bernstein zum neuen Präsidenten, einer neuen Führungsstruktur und der Entwicklung des „Berliner Weges“ gelang uns der gemeinschaftliche Turnaround. Durch die Besinnung auf neue und alte Werte, durch nachhaltiges und kluges Management ist Hertha BSC auf einem guten Weg und es gilt nun gemeinsam auf diesem Weg zu bleiben.

Wir wollen uns langfristig wieder in der Bundesliga etablieren und wieder eine wichtige Rolle im deutschen Fußball spielen. Die Nachwuchsarbeit bildet dabei einen zentralen Bestandteil der Strategie. Unsere Akademie – als eine der besten des Landes – hat weiterhin den absoluten Fokus junge Talente zu fördern, sie zu Profis der ersten Mannschaft zu entwickeln, die den Club sportlich und wirtschaftlich voranbringen.

Hertha BSC ist ein Club mit einer reichen Geschichte, geprägt von Leidenschaft, Zusammenhalt, Kampfgeist und dem unermüdlichen Willen, sich zu entwickeln und Außergewöhnliches erreichen zu wollen. Trotz aller existenziellen Herausforderungen der jüngsten Vergangenheit blickt der Club optimistisch in die Zukunft und setzt alles daran, seine Ziele zu verwirklichen. Mit neuer Ausrichtung, wirtschaftlich klugen Entscheidungen, einer starken Jugendförderung, klaren sportlichen Ambitionen und der Unterstützung der treuen Fans wird Hertha BSC auch weiterhin eine wichtige Rolle im deutschen Fußball spielen. Denn eines ist sicher: Die Geschichte von Hertha BSC ist noch lange nicht zu Ende geschrieben. Ein neues Kapitel beginnt gerade.





EIN NACHRUF

DANKE. KAY BERNSTEIN

Kay Bernstein war ein besonderer Mensch und ein sehr besonderer Präsident. Er übernahm in einer der schwersten Krisen der Clubgeschichte Verantwortung, ging voran und entwickelte einen neuen Weg für Hertha BSC. Nahbar, vereinigend, alle mitnehmend rief er den „Berliner Weg“ aus. In einem besonderen Gespür für die Umwälzungen, denen Wirtschaft und Gesellschaft derzeit gegenüberstehen, entwickelte er die Antwort für seinen Club Hertha BSC. Für ihn war Hertha immer mehr als Fußball, insbesondere auch in der Ausrichtung des „Berliner Weges“.

Kay blickte über den Tellerrand des Fußballs hinaus, wie dieser eingebettet ist in die Herausforderungen unserer Zeit. Das Besondere war die Klarheit, Weitsicht und Entschlossenheit, mit der Kay den Wandel unseres Clubs vorantrieb. Er verstand den „Berliner Weg“ als echten Paradigmenwechsel und Kulturwandel bei Hertha BSC in mehreren Dimensionen: Nachhaltigkeit im Sport, im Wirtschaften, in einer neuen ökologischen Haltung, im Stakeholdermanagement, in der Kommunikation nach innen und außen, im sozialen Wirken und in der Vorbildfunktion, die der Club auf allen Ebenen lebt. Diese Erneuerung und Transformation zu ganzheitlicher Nachhaltigkeit sah Kay Bernstein als Auftrag und Rettung.

Der geflügelte Satz: *Keine Welt – kein Fußball* war ihm Auftrag und Verantwortung zugleich. Als Vater einer Tochter waren ihm der Erhalt einer lebenswerten Umwelt und Gesellschaft für nachkommende Generationen ein echtes Anliegen. Als Unternehmer erkannte er die fundamentale Herausforderung, zu einem nachhaltigen Wirtschaften zu gelangen. Sein Ziel war, dass Hertha BSC einen Beitrag leistet, die Umwelt zu schützen, den Fußball als Werte-Sport zu erhalten und die Lebensgrundlagen für zukünftige Generationen zu bewahren. Diese Verbindung von Fußball und Nachhaltigkeit war für Kay von besonderer Bedeutung, um eine lebenswerte Zukunft für uns als Hertha BSC und für die Gesellschaft zu entwickeln.

Kay Bernstein hinterlässt uns ein starkes Erbe. Seine Vision, den Club näher an die Fans zu bringen und eine nachhaltige Zukunft aufzubauen, hat tiefe Spuren hinterlassen. Unter seiner Präsidentschaft und gemeinsam mit der neuen Geschäftsführung wurden wichtige Schritte zur wirtschaftlichen Sanierung und der Stabilisierung und Weiterentwicklung des Clubs unternommen.

Möchte man das Vermächtnis von Kay Bernstein fortführen, so gilt es zu verstehen, dass er in seiner Weitsicht die Umsetzung des „Berliner Weges“ als kontinuierliches Ziel sah. Ein Ziel, für das er lebte und alles gab. Es ist abhängig davon, wie wir es bei Hertha BSC, allen Herthamerinnen und Herthanern, Mitgliedern und Fans mit Leben füllen.

Kays Tod ist ein schwerer und unersetzlicher Verlust für Hertha BSC. Wir sind fest entschlossen, sein Erbe zu ehren und seine Vision weiter umzusetzen.





IN GEDENKEN AN KAY BERNSTEIN

Unseraessen



Zweck, Werte, Mission

EMOTIONEN WECKEN, MENSCHEN VERBINDEN

Im Jahr 2022 verabschiedete Hertha BSC eine neue Werte- und Markenarchitektur. Diese hatte sich durch die veränderte Gesamtsituation überholt. Ein neuer Präsident, eine neue Struktur, geänderte finanzielle Voraussetzungen – es gab eine neue Ausrichtung. Nach einer Übergangsphase, in der bereits das alte Motto „Die Zukunft gehört Berlin“ abgeschafft worden war, begann im Spätsommer 2023 vor dem Hintergrund des „Berliner Weges“ ein Prozess zur Aktualisierung unseres offiziellen Wertgefüges.

Durch seine elementare Bedeutung für die Gesamtausrichtung bestimmten wir zunächst den Zweck von Hertha BSC – das „Warum?“ der Organisation. In einer Projektgruppe mit freiwilligen Teilnehmern aus dem gesamten Club (ca. 15 Mitarbeitende aus allen Direktionen) wurde in drei Sessions der Kern der Identität von Hertha BSC herausgearbeitet. Nach dem Erforschen der drei zentralen Bestimmungen des Clubs (Verein, Emotionen, Verbinden) kristallisierte sich ein finaler Satz heraus und wurde durch Geschäftsführung und Direktionsrunde freigegeben:

Mit Vereinsidentität Emotionen wecken und Menschen verbinden.

In einem zweiten Schritt bestimmten wir aufbauend auf dem Zweck die Werte – das „Wie?“ der Organisation. Dafür fand sich eine zweite veränderte Projektgruppe zusammen. Unter der Prämisse des Überarbeitens – nicht der kompletten Neuentwicklung – wurden die bisherigen Werte bewertet und erweitert. Final ergab sich ein Wertgefüge, das drei der bestehenden Werte übernimmt sowie drei neue hinzufügt.

In dem Prozess nutzten wir auch die Chance, gleichzeitig eine Mission für Hertha BSC zu bestimmen – das „Was?“ der Organisation. Der elementare Begriff der Nachhaltigkeit, kurz auch als Wert diskutiert, die konkrete sportliche Ambition sowie der Anspruch, Repräsentant unserer Heimat Berlin zu sein, sind die Zielsetzungen, denen wir uns stellen. So lautet die Mission:

Wir werden ein ganzheitlich nachhaltiger Fußball-Bundesligist für Berlin.

Der Zweck, die Mission und die sechs Werte bilden den Status quo ab und weisen gleichzeitig in die Zukunft. Sie geben uns Orientierung. Sie sind die Basis des Handelns, aber auch des Kommunizierens. Sie sind Richtschnur für das Verhalten aller – der Geschäftsführung und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie müssen in die Organisation getragen und gelebt werden. Tag für Tag.

UNSERE WERTE



GEMEINSCHAFT

Wir sind ein Verein, das heißt wir sind vereint in einer Gemeinschaft und arbeiten gemeinsam für ein großes Ziel. Wir achten auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen, handeln aber im Sinne des Erfolgs der gesamten Gemeinschaft. Wir sind nahbar und halten zusammen.

VIELFALT

Wir sind alle unterschiedlich. Vielfalt schafft neue Ideen und Innovationen. Wir berücksichtigen neue Perspektiven und entwickeln dadurch bessere Lösungen. Wir leben und arbeiten in der heterogensten Stadt Deutschlands. Wir haben eine Verpflichtung, die Vielfalt in der Gesellschaft zu verteidigen. Wir fördern die Unterschiedlichkeit – bei uns im Club, auf der Geschäftsstelle, im Sport. Unterschiedliche Lebensentwürfe, Träume und Vorstellungen verbunden in einer Gemeinschaft sind das, was uns auszeichnet.

MUT

Wir haben den Mut, unseren eigenen, den „Berliner Weg“ zu gehen. Dabei werden wir stolpern, es werden Fehler passieren und wir werden Gegenwind für unseren Weg bekommen – das halten wir aus. Wir werden nicht müde, den Finger in die Wunde zu legen. Wir haben den Mut, unsere Meinung zu sagen sowie Haltung zu zeigen. Extern wie intern. Wir sind aktiv, nicht passiv, wir müssen und wir wollen gestalten.



DEMUT

Wir sind Menschen, die Hertha BSC lieben oder die Bereitschaft mitbringen, sich in Hertha zu verlieben. Keiner stellt sich über den anderen oder nimmt sich besonders wichtig. Niemand ist größer als der Club. Wir erkennen die wiederkehrenden Fehler der Vergangenheit, wir wissen um unsere eigenen Grenzen, Fehler und Unvollkommenheiten – ohne dabei unser Selbstwertgefühl zu verlieren. Wir setzen alles daran, es immer besser zu machen. Wir sind Berliner, wir tragen unser Herz auf der Zunge. Den Größenwahn früherer Zeiten legen wir ab. Unsere Demut steht im Gegensatz zu Arroganz, Eitelkeit und Hochmut.

VERANTWORTUNG

Wir haben Verantwortung:

- Für uns selbst. Wir sind alle Markenbotschafter für unseren Club. Deshalb haben wir einen Anspruch an uns selbst, übernehmen Verantwortung für die Ergebnisse und pflegen Achtsamkeit uns und unseren Kollegen gegenüber.
- Für unseren Club. Wir arbeiten für Hertha BSC. Das bedeutet, wir sind uns jederzeit bewusst, dass der Club, seine Historie, sein Erfolg und Misserfolg für viele Menschen von extrem hoher Bedeutung sind.
- Für unsere Stadt. Wir verbinden unsere Sichtbarkeit sowie gesellschaftliche Relevanz mit einer Verpflichtung. Berlin ist unsere Heimat und ihr sowie der Gesellschaft, in der wir leben, geben wir etwas zurück.

AMBITION

Wir sind kompetitiv, haben Lust auf Wettkampf. Wenn wir etwas machen, wollen wir gewinnen und Erfolge feiern. Widerständen trotzen wir, nach Niederlagen stehen wir wieder auf. Wir wissen zu jeder Zeit um unsere Situation, wir erhöhen uns nicht. Wir versprechen nicht mehr, als wir leisten können. Gleichzeitig fühlen wir alle die Verpflichtung, stets mehr zu wollen. Wir wollen jeden Tag besser werden. Nicht, weil man es uns sagt, sondern weil es unsere intrinsische Motivation ist. Es ist Voraussetzung.



Steuerung und Querschnittsfunktion

„WIR“ FÜR WIRKUNG

Hertha BSC (Hertha, Berliner Sport-Club [Hertha B. S. C.] e. V.) ist ein Sportverein mit den Abteilungen Fußball, Tischtennis, Boxen und Kegeln. Der Verein wird durch das Präsidium geführt, aktuell ist Fabian Drescher unser kommissarischer Präsident. Unterstützt wird er dabei durch sechs weitere Präsidiumsmitglieder.

Unsere Profi-Fußball-Abteilung wird als GmbH & Co. KGaA durch die Geschäftsführer Thomas E. Herrich und Ralf Huschen geführt. Der Geschäftsbetrieb wird durch neun Direktionen gestaltet. Diese Direktionen sind Sport, Akademie und Lizenzspielerbereich, Recht und Personal, Kommunikation, Operations und Sicherheit, Marketing und Vertrieb, Fan- und Mitgliederservice, Finanzen, sowie Digital, IT, Einkauf und eSport.

Im Zuge der Umstrukturierung des Clubs und der Nachhaltigkeitsfunktion wurde im Sommer 2023 unser Nachhaltigkeitsboard als Steuerungsgremium ins Leben gerufen, um das Thema Nachhaltigkeit als Querschnittsfunktion im gesamten Club zu etablieren und Verbesserungen umzusetzen. Seit Oktober 2023 trifft sich das 12-köpfige Gremium aus Mitarbeitenden verschiedener Hierarchieebenen, die alle Bereiche des Clubs repräsentieren. Auch die Geschäftsführung ist im Nachhaltigkeitsboard präsent.

Dabei treffen sich auf Einladung des Nachhaltigkeitsverantwortlichen im monatlichen Turnus Kolleginnen und Kollegen aus den Bereichen Sport, Controlling, Fan- und Mitgliederservice, Merchandising, Stadion, Organisation & Infrastruktur, Kommunikation, Personal, Partnermanagement und Soziales. Die Aufgabe des Boards ist es – moderiert durch den Nachhaltigkeitsverantwortlichen – Maßnahmen in den verschiedenen Bereichen anzustoßen und in ihrer Umsetzung auch mit Hilfe von KPIs nachzuverfolgen.

Unser Stadion

HEIM.SPIEL.STÄTTE

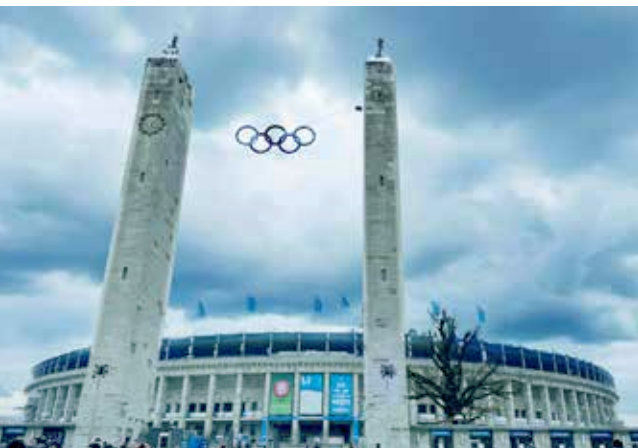
Hertha BSC und das Berliner Olympiastadion – das ist eine ikonische Verbindung mit einer langen Geschichte. Viele Fans verbinden damit persönliche Erinnerungen. Es ist ein Ort, an dem Leidenschaft für den Fußball spürbar ist – unabhängig vom Ergebnis auf dem Spielfeld. Ein Ort, an dem wir unzählige unvergessliche Momente erlebt haben – von Aufstiegsfeiern und Abstiegen, bis hin zu aufregenden Europapokal-Nächten.

Das Stadion, das 1934 erbaut und am 1. August 1936 eröffnet wurde, ist heute teilweise denkmalgeschützt und gehört der Stadt. Es bietet Raum für Großveranstaltungen wie Konzerte und Leichtathletikerevents mit einer beeindruckenden Gesamtzahl von 74.021 Zuschauerinnen und Zuschauern, ist aber kein reines Fußballstadion. Neben unseren Heimspielen, bei denen wir die Hauptnutzer der von der Olympiastadion Berlin GmbH betriebenen Spielstätte sind, findet seit 1985 jährlich das Finale um den DFB-Pokal im Olympiastadion statt. Darüber hinaus wurden hier 1974 und 2006 Spiele der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft ausgetragen. In diesem Jahr war das Olympiastadion Spiel- und Finalort der EM 2024 in Deutschland.

Nach Jahrzehnten der Teilung Berlins durch die Mauer fand im Januar 1990 das erste Derby zwischen den Fußballclubs Hertha BSC aus West-Berlin und Union Berlin aus dem Osten der Stadt im Olympiastadion statt. 50.000 Fans aus ganz Berlin reisten an – und das Spiel ging als Einheitsderby in die Geschichte ein.

Vor der WM 2006 in Deutschland wurde das Stadion zwischen 2000 und 2004 modernisiert und umgebaut. Herausragendes Kennzeichen des Olympiastadions ist das alle Ränge umfassende Dach, an dem eine durchgängige Flutlichtbeleuchtung installiert wurde. Eine weitere Neuerung war der Einbau einer vollfarbigen Flutlichtanlage mit innovativer Reflektortechnik. Insgesamt sind in dieser Konstruktion rund 10.500 LED-Einzeleuchten verbaut.

Im Vorfeld der EM 2024 in Deutschland wurden weitere Modernisierungen durchgeführt. Das Land Berlin hat rund 18 Mio. Euro in die Erweiterung von Rollstuhl- und Vorzugsplätzen, barrierefreie Versorgungseinrichtungen, die Einrichtung barrierefreier Sanitäreinrichtungen sowie die Modernisierung des Blindenreportagefunks investiert. Auf beinahe allen Tribünen wurden neue Rollstuhlplätze geschaffen. Insgesamt hat sich die Zahl um 36 Prozent erhöht. Hinzugekommen sind hunderte neue Sitzplätze für Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung, die zum Beispiel breiter sind oder eine spezielle Polsterung haben. Alles, um zukünftig auch unseren Zuschauerinnen und Zuschauern mehr Komfort, Barrierefreiheit und Sicherheit zu gewährleisten.





Unser eigenes Stadion

HIER SPIELT DIE ZUKUNFT

Hertha BSC hat die klare Vision und den entschiedenen Wunsch, ein eigenes und nachhaltiges Fußballstadion auf dem Gelände des Olympiaparks zu realisieren. Dieses bedeutende Projekt für Hertha BSC und Berlin wurde 2023 im Koalitionsvertrag verankert. Die Berliner Regierung unterstützt nach sehr intensiven Standort-Analysen den Neubau eines reinen Fußballstadions für Hertha BSC auf dem Olympiaparkgelände. Das neue Stadion, das unter dem Projektnamen „Stadion am Lindeneck“ geführt wird, soll eine Kapazität von etwa 45.000 bis 50.000 Plätzen vorhalten, vollständig privat finanziert sein und dementsprechend keine staatlichen Mittel beanspruchen.

Hertha BSC unterstützt dabei die Idee, den Olympiapark für die Öffentlichkeit besser nutzbar zu machen und aufzuwerten. Hierzu könnten durch ein neues Hertha-Stadion wichtige Synergien und Infrastrukturen (in Form einer Doppelnutzung) bereitgestellt werden.

Erste innovative und nachhaltige Entwürfe sehen vor, dass sowohl das Spielfeld als auch die unteren Ränge des neuen Stadions unterhalb des Geländeniveaus liegen. So ist gewährleistet, dass sich das Stadion in die umgebenden Strukturen harmonisch einfügt und damit nicht als Störfaktor im als Garten- und Landschaftsdenkmal geschützten Olympiaparkgelände wahrgenommen wird. Das neue Stadion wird sich so städtebaulich dem benachbarten Olympiastadion unterordnen und das Maifeld sowie den Olympiapark aufwerten.

Ein reines, kompaktes Fußballstadion mit umwelt- und ressourcenschonenden Baustoffen und Bautechniken, in nachhaltiger Architektur ist für die Zukunft von Hertha BSC existentiell und somit unerlässlich. Der Bau eines neuen, reinen Fußballstadions für Hertha BSC verspricht eine Reduzierung der bestehenden Kosten und die Lösung mehrerer Herausforderungen, die mit der Nutzung des Olympiastadions verbunden sind. Er unterstützt sowohl den sportlichen Erfolg von Hertha BSC als auch die finanzielle und ökologische Nachhaltigkeit des Clubs durch:

1. Reduzierte Betriebskosten

Das Olympiastadion ist ein Stadion, das für die Olympischen Spiele 1936 konzipiert und zur FIFA-Weltmeisterschaft 2006 sowie für die Europameisterschaft 2024 modernisiert und umgebaut wurde. Diese Größe und Multifunktionalität bringen hohe Betriebs- und Umbaukosten an Spieltagen mit sich.

2. Optimale Sichtverhältnisse und Fußballatmosphäre für alle

Ein reines Fußballstadion bietet optimale Atmosphäre und Erlebnis für die Fans. Die Zuschauer sind nah am Spielfeld und unmittelbar sowie intensiv am Spielgeschehen, bei optimaler Sicht von allen Plätzen im Stadion. Ein neues, inklusives und fußballzentriertes Stadion bringt alle Fans und Mitglieder von Hertha BSC näher an das Spielfeld und generiert eine intensive und authentische Fußballatmosphäre.

3. Verbesserte, flexiblere und nachhaltige Qualität bei VIP- und Hospitality-Bereichen

Ein modernes und eigenes Stadion bietet exzellente VIP- und Hospitality-Bereiche, die eine wichtige Einnahmequelle darstellen und eine nachhaltige Vergabe aller Service- und Catering-Themen ermöglichen.

4. Nachhaltigkeits- und Umweltaspekte

Das neue Stadion wird mit modernster Technologie ausgestattet, um höchste Nachhaltigkeitsstandards zu erfüllen. Alle Aspekte der Energiegewinnung, Regenwasserauffangananlagen, energieeffiziente Bauweisen und -materialien, Abfallmanagement, Biodiversität usw. können über den gesamten Lebenszyklus des Stadions abgebildet werden. Diese und weitere Maßnahmen nachhaltigen Bauens senken langfristig die Bau- und Betriebskosten und zahlen auf die Erreichung der 17 SDGs ein.

5. Nachhaltige Verkehrsanbindung und Infrastruktur

Das neue Stadion nutzt die optimale Verkehrsanbindung und die sehr gute ÖPNV-Infrastruktur im Olympiapark und verbessert diese weiter. Dies umfasst eine exzellente Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr, eine nachhaltige Elektro- und Fahrradinfrastruktur sowie Parkmöglichkeiten für Fans.

6. Langfristige finanzielle Vorteile

Der Bau eines eigenen nachhaltigen Stadions eröffnet Hertha BSC finanzielle Sicherheit und gewährleistet die Wettbewerbsfähigkeit des Clubs. Die Umbau- und Mietkosten an Spieltagen, die aktuell für die Nutzung des Olympiastadions zu zahlen sind, entfallen. Zudem wird der Club von langfristigen Einnahmen durch Namensrechte, Werbeverträge, Ticketverkäufe, Veranstaltungen, Events, Konferenzen und Vermietungen profitieren.

7. Soziokulturelle Themen

Ein entscheidender Faktor ist, dass die neue Spielstätte nicht nur für Hertha BSC, sondern auch für die Stadt Berlin vorteilhaft sein soll. Eine Sportstätte der Zukunft darf nicht monokulturell und temporär bespielt werden. Es muss in ihrem Nutzungskonzept ein vollumfänglicher gesellschaftlicher Mehrwert über den Sport hinaus geschaffen werden. Das neue Stadion soll ein Stadion für alle Herthannerinnen und Herthaner, Berlinerinnen und Berliner sein – dies schließt einen besonderen Akzent auf Inklusion mit ein.

Die konkrete Planung für ein neues Hertha-Stadion ist mit dem Ziel, Anfang der 2030er Jahre das Stadion zu eröffnen, angelaufen. Hertha BSC arbeitet mit der Stadt Berlin intensiv an den detaillierten Planungen und gemeinsam an einem nachhaltigen Betriebskonzept im Kontext des weiterentwickelten Olympiaparks. Der Masterplan Olympiapark soll dazu vom Berliner Senat – wie im Koalitionsvertrag von 2023 ebenfalls festgelegt – aktualisiert werden.

Gemeinsam für eine erfolgreiche und nachhaltige Zukunft von Hertha BSC und Berlin!





Die Wesentlichkeitsanalyse

ERSTMAL GRUNDLAGEN SCHAFFEN

Zur weiteren Ausgestaltung des „Berliner Weges“ und der Nachhaltigkeitsstrategie haben wir eine Befragung unserer Anspruchsgruppen und eine Analyse ihrer Bedürfnisse, Beiträge und Perspektiven in Hinblick auf unseren Club durchgeführt. Dazu hat die IMPCT for Change GmbH im März und April 2023 insgesamt 36 Gespräche mit Personen aus verschiedenen Anspruchsgruppen aus dem Club und dem Umfeld von Hertha BSC geführt.

Zusammensetzung der Gesprächspartner und -partnerinnen:

- 14 Interviews mit Mitarbeitenden und Personen aus dem Club
- 5 Interviews mit aktuellen und ehemaligen Sponsoren
- 5 Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der Zivilgesellschaft
- 4 Interviews mit Partnern und Dienstleistern
- 3 Interviews mit Repräsentantinnen und Repräsentanten der Fans
- 2 Interviews mit Personen aus den Medien
- 2 Interviews mit Akteuren aus dem Berliner Sport
- 1 Interview mit verschiedenen Akteuren aus der Bezirkspolitik und -verwaltung



Die Gespräche boten uns eine aktuelle Standortbestimmung und eröffneten wichtige Perspektiven auf das aktuelle und mögliche zukünftige Wirken unserer Hertha. Sie dienten der Beziehungspflege mit den verschiedenen Organisationen und Personengruppen und erlaubten durch das offene und vertrauliche Gesprächsformat insbesondere durch die Benennung von Dingen, die nicht so gut laufen, die wichtige Identifikation von Ansatzpunkten zur Verbesserung.

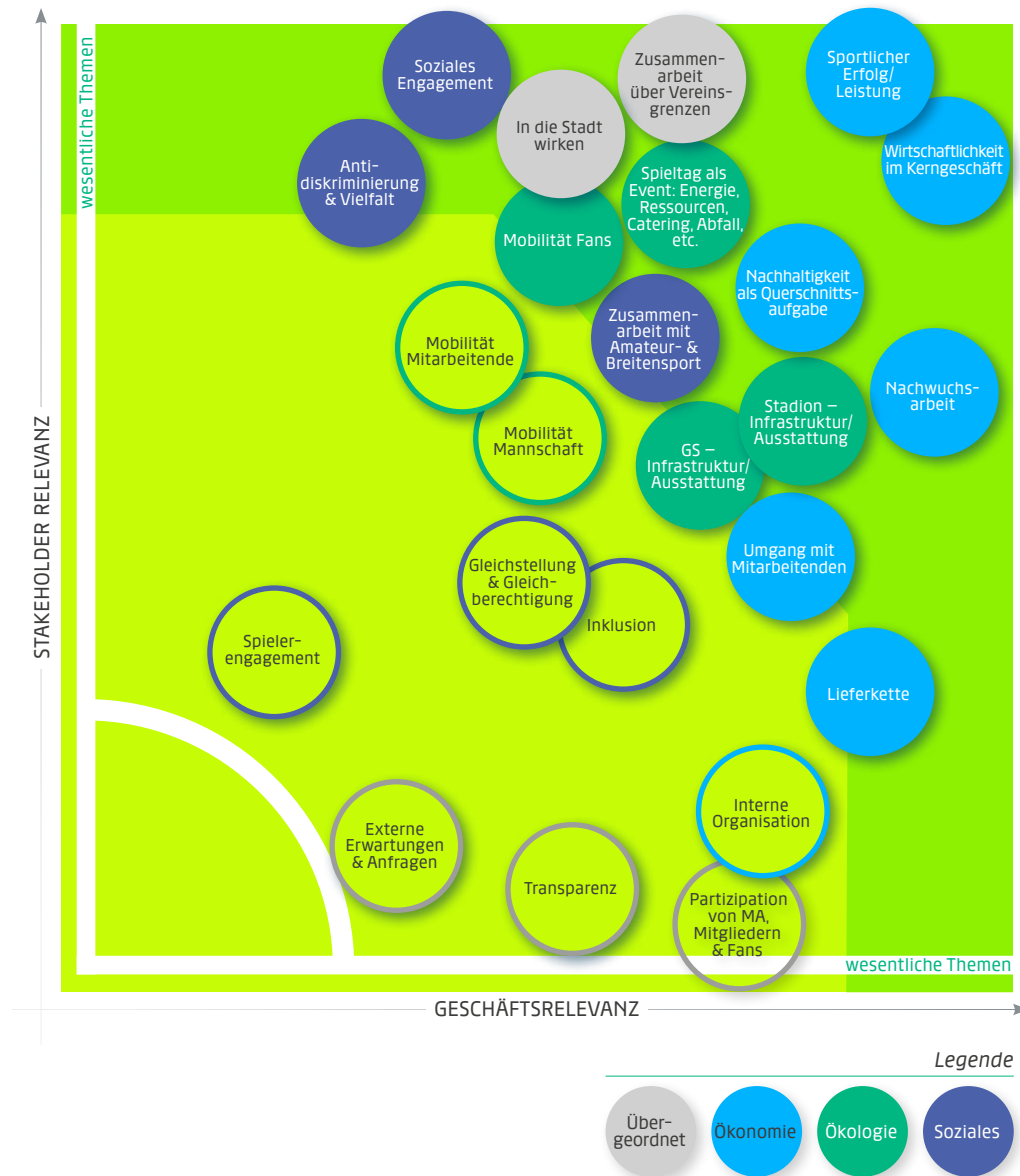
Die Interviews der Stakeholder-Analyse lieferten außerdem einen wichtigen Beitrag für die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Die einzelnen Themen haben wir zusammengeführt, mit dem Nachhaltigkeitsverantwortlichen, dem Präsidenten und der Geschäftsführung diskutiert sowie hinsichtlich ihrer Relevanz und Beeinflussbarkeit für Hertha BSC bewertet und eingeordnet. Die Themen wurden aus interner Perspektive im Hinblick auf ihre Bedeutung für den langfristigen Geschäftserfolg, ihr Profilierungs- und Differenzierungspotenzial und dem mit ihnen verbundenen notwendigen Ressourceneinsatz eingeschätzt. Die rechts abgebildeten wesentlichen Themen bilden dabei den Kern unserer Strategie.

Die Ergebnisse der Gespräche untermauerten auf stimmige Weise den Beginn unserer Neuausrichtung und zeigten mögliche Ansatzpunkte und Inhalte für Kooperationen auf. Dabei sensibilisierten sie uns auch für Schnittstellen zwischen Club und Umfeld und ggf. daraus entstehende Herausforderungen. Weiterhin konnten wir viel zum Thema Kommunikation mit unseren Anspruchsgruppen lernen.



Besonders auf Kinder und Jugendliche können wir einen großen positiven Einfluss in entscheidenden Entwicklungsphasen ausüben. Für den Amateur- und Breitensport können und sollten wir aus Perspektive unserer Anspruchsgruppen im Bereich Nachhaltigkeit ein Leuchtturm sein.

Unsere bisherigen Aktivitäten zu den verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen waren in der breiten Öffentlichkeit zum Zeitpunkt der Gespräche noch nicht sehr bekannt. Alle befragten Personen wussten, dass wir, aber insbesondere auch unsere Fans und Mitglieder, im sozialen Engagement sehr viel Gutes tun und leisten. Spezifische Projekte oder Aktionen waren jedoch weniger geläufig.



Die beiden weiteren Nachhaltigkeitsdimensionen „Ökonomie“ und „Ökologie“ wurden häufig als deutlich ausbaufähige Bereiche ausgemacht. Dies möchten und werden wir ändern.

Bei vielen Partnern wurde der Wunsch geäußert, die Zusammenarbeit längerfristig auszurichten und stärker strategisch vorzugehen. Wir haben dafür in der Zwischenzeit die ersten Schritte unternommen und sehen eine stärkere Verzahnung und einen häufiger stattfindenden Austausch zu den verschiedenen Themen mit unseren Partnern vor.

Das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Facetten wurde von fast allen befragten Personen innerhalb des Clubs als eine wichtige Querschnittsaufgabe im Kerngeschäft des gesamten Clubs identifiziert und definiert. Diese gilt es, Stück für Stück in alle Bereiche des Clubs zu integrieren und auszubauen. Eine klare Haltung bei den jeweiligen Themen und eine Verankerung von Nachhaltigkeit in der gesamten Organisation kann dabei als verbindendes Element auch für viele weitere Themen dienen. Eine klare Vision, was Nachhaltigkeit konkret für Hertha BSC bedeutet, kann somit Struktur und Orientierung für den gesamten Club stiften.



DER BERLINER WEG

Die Bezeichnung „Berliner Weg“ für die grundlegende Neuausrichtung von Hertha BSC verwendete Kay Bernstein zum ersten Mal auf einer Pressekonferenz Anfang 2023. Die Herthanerinnen und Herthaner sowie die breite Öffentlichkeit verbanden damit intuitiv Rückbesinnung und Neuausrichtung zugleich. Sie nahmen diesen Begriff sofort positiv auf. Der „Berliner Weg“ steht für eine starke Identifikation mit Hertha BSC, die Bereitschaft mit vollem Einsatz die Ärmel hochzukrempeln, die Extra-Meile zu gehen und sich mit aufrichtiger Leidenschaft für den Club einzusetzen. Seitdem hat dieser Begriff eine starke Dynamik entwickelt.

Das sichtbarste Zeichen war der umfangreiche Einsatz von Spielern aus unserer Akademie, aber auch die Sanierung, Re-Strukturierung und Konsolidierung bildeten entscheidende und überlebensnotwendige Bestandteile unserer Neuausrichtung. Kay stand dabei exemplarisch für die Art und Weise, wie wir aus eigener Kraft diese Transformation gestalten. Durch sein Wirken wurde der „Berliner Weg“ zum Inbegriff des Paradigmenwechsels und Kulturwandels bei Hertha BSC.

Im Sommer 2023 arbeiteten wir mit ihm zusammen in clubinterner Runde den positiv aufgeladenen Begriff für uns weiter aus. Wir definierten dazu nötige Voraussetzungen, die sogenannten Prämissen, die uns den Weg aus der Krise aufzeigen. Das Fundament des „Berliner Weges“ ist für uns Demut im Denken und Handeln, die Nahbarkeit für alle Herthanerinnen und Herthaner, der Fokus auf unsere Kernkompetenz im Sport, die Wirtschaftlichkeit und Professionalität im Handeln unseres Clubs und das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Diese Prämissen stellen sicher, dass Hertha BSC zukünftig sowohl sportlich als auch wirtschaftlich erfolgreich ist und gleichzeitig eine enge Verbindung zur Stadt Berlin und ihren Bewohnerinnen und Bewohnern pflegt. Denn Hertha ist tief in Berlin verwurzelt und im Wesen untrennbar mit den Berlinerinnen und Berlinern verbunden. Im Anschluss passten wir auch unsere sechs handlungsleitenden Werte den Prämissen entsprechend an.*

* Siehe S. 22/23 weiter vorne in diesem Bericht.

Unsere Ausrichtung nimmt diese Prämissen auf und gestaltet die nachhaltige Aufstellung in unserem Kerngeschäft und allen weiteren Bereichen von Hertha BSC, um eine langfristig erfolgreiche Zukunft zu gewährleisten. Eine gute Club- und Unternehmensführung ist der zentrale Hebel, um unsere Verantwortung in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit wahrzunehmen. Ökonomische, ökologische und soziale Verbesserungen werden kontinuierlich in allen Richtungen des Clubs umgesetzt. Die skizzierte Ausrichtung zeigt damit die nächsten und zukünftigen Schritte der konsequenten Umsetzung des „Berliner Weges“.

Ökonomie: Wir fokussieren uns auf sportliche Leistungen, wirtschaftliche Stabilität und starke Partnerschaften mit Schwerpunkt auf Berlin. Wir stärken den Club als modernen Arbeitgeber und fortschrittliche Organisation.

Ökologie: Wir verbessern unseren Fußabdruck durch geringere Umweltauswirkungen bei Infrastruktur, Gebäuden, Geschäfts- und Spieltagsbetrieb sowie Mobilität.

Soziales: Wir fördern und fordern Bildung und Werte für Kinder und Jugendliche, Vielfalt, Inklusion, Integration und soziales Engagement.

Den „Berliner Weg“ gehen wir nicht alleine – Erfolge im Fußball und der nachhaltigen Club- und Unternehmensführung sind Teamarbeit. Es braucht dafür alle: Unsere Spielerinnen und Spieler, unsere Mitarbeitenden, Mitglieder und Fans, aber insbesondere auch unsere Sponsoren, Partner und Dienstleister sowie soziale Organisationen der Zivilgesellschaft. Starke strategische Partnerschaften sind die Grundlage für Verbesserungen in allen Bereichen und Aktivitäten. Sie sind deshalb für uns ein zentraler Bestandteil einer guten Club- und Unternehmensführung. Nur im Austausch und in Partnerschaften sind substanzielle Fortschritte in Ökonomie, Ökologie und Sozialem möglich.

Hertha BSC bekommt viel von Berlin und will nicht nur etwas zurückgeben, sondern mit unterschiedlichen Partnern dort ansetzen, wo zusammen langfristig etwas bewegt, bewirkt und verbessert werden kann. Berlin ist für uns Ursprung, Heimat, Herausforderung, Ressource und gleichzeitig Bühne: Denn Berlin ist vielfältig, groß, von Bezirk zu Bezirk, von Kiez zu Kiez unterschiedlich, laut, bunt, divers, arm, reich, unübersichtlich, international sichtbar und so vieles mehr. Unsere große und heterogene Anhängerschaft eröffnet Möglichkeiten, mit der Kommunikation von wichtigen Themen und Anliegen in die Stadt hinein viele Menschen zu erreichen, auch die, die anderweitig nicht erreicht werden können oder wollen. Dazu später mehr im Abschnitt Soziales weiter hinten in diesem Bericht.

Was?

Wie?

Der Kern der Transformation

Wohin?

Die Ziele und Wirkung

DER BERLINER WEG

Unser
nachhaltiger
Weg in die
Zukunft

Restruktu-
rierung

Paradigmen-
wechsel

Kultur-
wandel

Sanierung

**DEMUT
PROFESSIONALITÄT
NAHBARKEIT**

Konzentration auf
Kernkompetenz
SPORT

Erfolg
durch ökonomische,
ökologische + soziale
**NACHHALTIG-
KEIT**

Fokus auf
**WIRTSCHAFT-
LICHKEIT**

Gute Zusammenarbeit über
die Vereinsgrenzen hinweg

ÖKONOMIE

Gute Club- und
Unternehmensführung

Sportliche Leistung, erfolgreiche
Nachwuchsarbeit und wirtschaftliche
Stabilität

Starke Partnerschaften für Nachhaltig-
keit mit Berliner Fokus

Hertha BSC als moderner Arbeit-
geber und fortschrittliche
Organisation

ÖKOLOGIE

Der Fußabdruck von Hertha BSC

Die Infrastruktur von Hertha BSC:
Gebäude, Ausstattung, Betrieb

Der Weg von und zu Hertha BSC

Nachhaltiger Spieltagsbetrieb

SOZIALES

Hertha BSC als starker Akteur
in den Bezirken Berlins

Bolzplätze, Bildung und Werte
für Kinder & Jugendliche

Gemeinsam: Vielfalt, Inklusion
und Integration

Herthaner und Herthanerinnen
helfen

Wir sind
ein ganzheitlich
NACHHALTIGER
Fußball-Bundes-
ligist für Berlin

In die Stadt hinein wirken

In die Stadt hinein wirken

In die Stadt hinein wirken

In die Stadt hinein wirken

**GEHT
WEITER**

“Fußball ist mehr als Tore und Siege.
Der Berliner Weg steht für soziale
Verantwortung, Respekt, Vielfalt und
vor allem für eine Zeit, die sich dreht!
Das ist unsere Liga.”

Soho Bani

Rapper, „Hymne gegen rechts“





Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

**ANSTOSS
ZUKUNFT**

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie – der „Berliner Weg zur Nachhaltigkeit“ – besteht aus neun Handlungsfeldern. Die Aufteilung der Handlungsfelder orientiert sich an den üblichen drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung. Die Handlungsfelder helfen uns dabei, das Thema Nachhaltigkeit auf die Herausforderungen und Hebel von Hertha BSC herunterzubrechen und intern, aber auch in Zusammenarbeit mit unserem Umfeld, Prioritäten zu identifizieren, Verantwortlichkeiten zu definieren und Maßnahmen abzuleiten, um Verbesserungen umzusetzen.

Die Handlungsfelder der Strategie im Überblick

ÖKONOMIE	ÖKOLOGIE	SOZIALES
<i>Gute Club- und Unternehmensführung von Hertha BSC</i>	<i>Der ökologische Fußabdruck von Hertha BSC</i>	<i>Hertha BSC als starker Akteur in den Bezirken Berlins</i>
Sportliche Leistung, erfolgreiche Nachwuchsarbeit & wirtschaftliche Stabilität	Die Infrastruktur von Hertha BSC: Gebäude, Ausstattung und Betrieb	Bolzplätze, Bildung und Werte für Kinder & Jugendliche
Starke Partnerschaften für Nachhaltigkeit mit Berliner Fokus: Lieferkette und Kooperationen	Der Weg von und zu Hertha BSC	Gemeinsam: Vielfalt, Inklusion und Integration
Hertha BSC als moderner Arbeitgeber und fortschrittliche Organisation	Nachhaltiger Spieltagsbetrieb bei Hertha BSC	Herthaner helfen



41

Ökonomie

GUTE CLUB- UND UNTERNEHMENSFÜHRUNG

In der ökonomischen Säule *Gute Club- und Unternehmensführung bei Hertha BSC* haben wir alle relevanten sportlichen und wirtschaftlichen Themen zusammengefasst. Die drei Handlungsfelder bilden die Strategie im Kerngeschäft Profi-Fußball aus Nachhaltigkeitsperspektive:

- **Sportliche Leistung, erfolgreiche Nachwuchsarbeit und wirtschaftliche Stabilität** ist das zentrale Handlungsfeld im ökonomischen Bereich, denn die sportliche Leistung auf dem Platz ist der Kern von Hertha BSC als Profifußballclub und wirtschaftliche Stabilität in dieser Saison, aber auch in den kommenden Spielzeiten die Grundbedingung für den langfristigen Erhalt unseres Clubs.
- **Starke Partnerschaften für Nachhaltigkeit mit Berliner Fokus** fasst die Themen Steuerung der Lieferkette, Zusammenarbeit mit Partnern und Dienstleistern sowie Aktivitäten in Partnerschaften als Handlungsfeld zusammen. Denn uns ist bewusst, dass die zahlreichen Partner in ihren unterschiedlichen Rollen unverzichtbare Beiträge für den effektiven Betrieb unseres Clubs leisten.
- **Hertha BSC als moderner Arbeitgeber und fortschrittliche Organisation** als Handlungsfeld adressiert die Bedingungen für und den Umgang mit Mitarbeitenden. Denn kompetente und motivierte Mitarbeitende, die in ihren Bereichen gute, wertvolle Arbeit leisten, sind von großer Bedeutung damit die Rahmenbedingungen für die Mannschaften stimmen. Weiterhin geht es hier um unterschiedliche Aspekte der Kommunikation mit und Einbindung von Mitgliedern und Fans, damit im Club und Clubumfeld Anliegen gehört und verschiedene Interessen berücksichtigt werden.



„Hertha BSC steht schon seit Jahrzehnten für vorbildliche und zielgerichtete Jugend- und Akademiearbeit, insbesondere was die Kooperation mit Schulen angeht. Der wieder eingeschlagene Weg, den Fokus noch stärker auf die Entwicklung eigener Talente im Sinne des Berliner Weges zu setzen, ist sehr begrüßenswert und gleichzeitig der wohl nachhaltigste Ansatz zur Entwicklung sportlicher Leistung.“

Claus Junginger
DFB, Leiter Abteilung Talentförderung



**Sportliche Leistung, erfolgreiche Nachwuchsarbeit
und wirtschaftliche Stabilität**

HEIMSPIEL FÜR UNSERE ZUKUNFT

Unser Club Hertha BSC ist mehr als nur Fußball. Doch dieser bleibt das zentrale Handlungsfeld und der Mittelpunkt unseres Kerngeschäfts. Mit dem nachhaltigen „Berliner Weg“ sorgen wir für eine sportliche Neuaufstellung und Neuausrichtung, indem wir stärker auf die Akademie und unsere Nachwuchstalente setzen. Dabei legen wir großen Wert auf eine starke Identifikation mit Hertha BSC und Berlin. Neben der sportlichen Leistung und unserer Nachwuchsarbeit ist insbesondere auch die finanzielle Konsolidierung und wirtschaftliche Stabilisierung entscheidend. Diese sind Grundbedingungen für den langfristigen Erfolg und den Erhalt unseres Clubs.



Rückblickend begann die Saison 2022/23 für Hertha BSC mit großen Hoffnungen, doch schnell wurde klar, dass die Herausforderung, in der Bundesliga zu bestehen, immens war. Trotz einiger vielversprechender Spiele fehlte es der Mannschaft an Konstanz. Der Trainerwechsel im Frühjahr brachte kurzfristige Verbesserungen und Stabilität in die Mannschaft. Letztendlich konnte der drohende Abstieg nicht verhindert werden und Hertha musste den bitteren Gang in die 2. Bundesliga antreten. Die Saison war geprägt von großen finanziellen und sportlichen Schwierigkeiten, die einen Neuanfang in allen Bereichen erforderlich machten. Die Umsetzung

der Sanierung war und ist eine Herkulesaufgabe, ebenso der Weggang diverser sportlicher Leistungsträger, die mit finanziellen Verlusten abgegeben werden mussten.

Anfang des Jahres 2024 erfuhr unser Club mit dem plötzlichen Tod unseres Präsidenten Kay Bernstein einen der schwersten Schicksalsschläge der Geschichte. Dieser Verlust war ein Schock für die gesamte Hertha-Familie und prägte die Stimmung in den folgenden Wochen. Dennoch zeigte sich der Club in dieser schwierigen Phase als starke Gemeinschaft. Der Rückhalt der Fans war enorm und half der Mannschaft, sich immer wieder aufzurappeln. Es entstand ein neues Zusammengehörigkeitsgefühl im gesamten Club und insbesondere zwischen Fans und der Mannschaft. Trotz aller Herausforderungen gab es einen enormen Mitgliederzuwachs sowie ein Plus an verkauften Dauerkarten und Trikots. Der Zuschauer-schnitt von über 50.000 bewegt sich auf Bundesliga-Niveau und rangiert weltweit unter den Top 30.

Unser Ziel ist es, uns nachhaltig wieder als fester Bestandteil in der ersten Bundesliga zu etablieren. Dafür bauen wir ein solides Fundament an Spielern und Staff auf, mit Kompetenz und einer hohen Identifikation zu Hertha BSC. Zentral dafür ist unser Fokus auf die gezielte Integration von Nachwuchsspielern aus unserer erfolgreichen Akademie in die Profi-Mannschaft. Die Entwicklung und Förderung unserer Talente war und ist eine besondere Stärke von Hertha BSC, die wir intensiver nutzen und weiter ausbauen werden.



Hier sichern wir eine erfolgreiche Integration der Nachwuchsspieler durch mindestens sechs feste Kaderplätze pro Spieltag in der Profi-Mannschaft, deren Anzahl wir in den kommenden Jahren sukzessive erhöhen (Saison 24/25: 7 Plätze und Saison 25/26: 8 Plätze). Daneben wollen wir die Anzahl der Einsätze auf einem konstant hohen Niveau halten. So festigen wir unser Selbstverständnis als Ausbildungsclub und sorgen langfristig für die Generierung von Transfererlösen, die für unsere sportliche Weiterentwicklung und unseren wirtschaftlichen Erfolg von großer Bedeutung sind.

*Starke Partnerschaften für Nachhaltigkeit mit
Berliner Fokus: Lieferkette und Kooperationen*

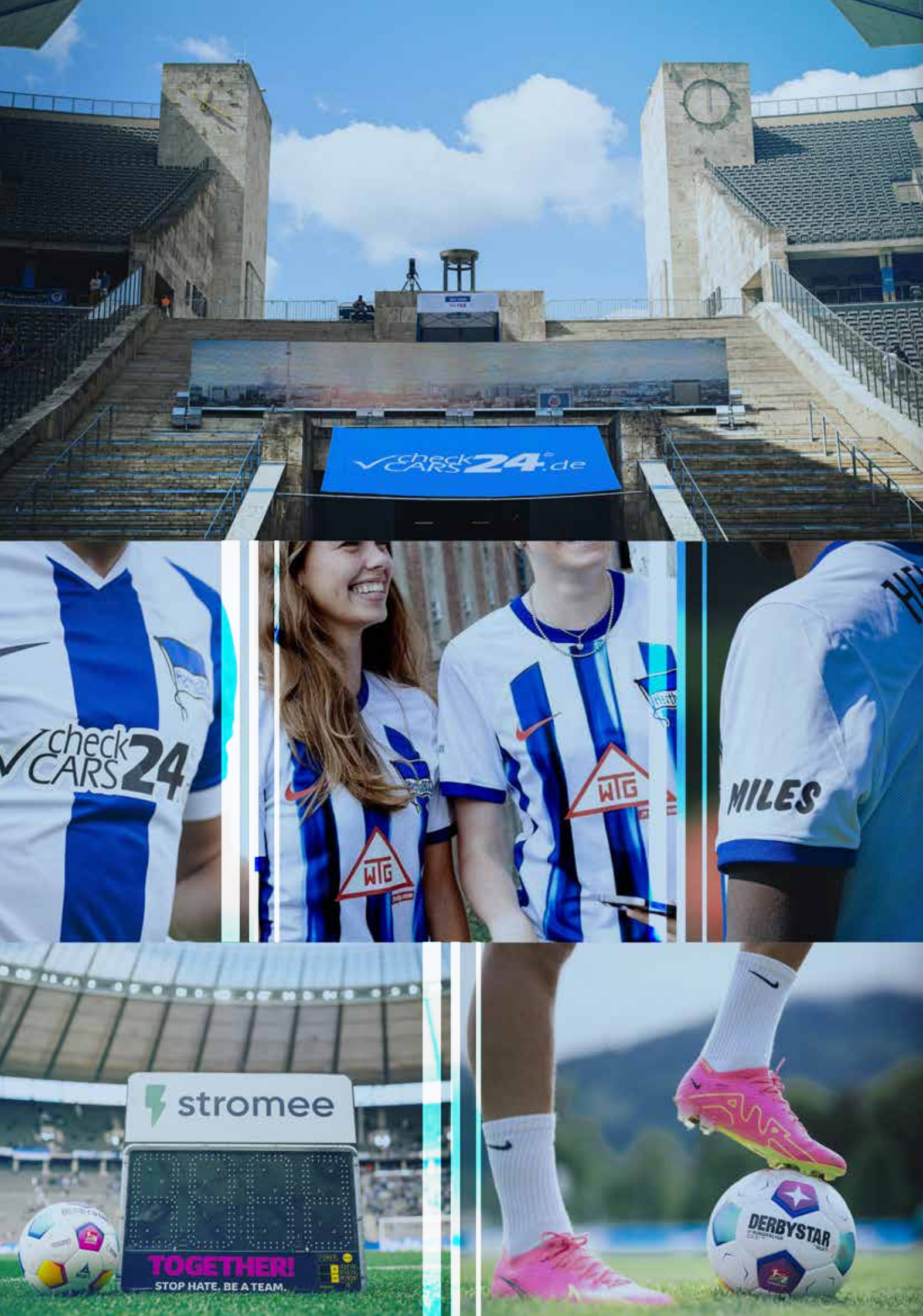
PUNKTEN MIT FAIRNESS UND UMWELT- BEWUSSTSEIN

Wir stellen uns nach der Unruhe der letzten Jahre zusammen mit etablierten und neuen Partnern neu, langfristiger und nachhaltig auf: in der Lieferkette, in Kooperationen und Partnerschaften.

Eine gute Zusammenarbeit mit unseren verschiedenen Partnern ist in allen Bereichen von Hertha BSC entscheidend für den Erfolg. Dies liegt zum einen daran, dass alle von uns genutzten Gebäude und Anlagen (Geschäftsstelle, Akademie und Olympiastadion) sich nicht in unserem Eigentum befinden. Deshalb freuen wir uns sehr, dass durch die Stadt bzw. den **Senat** und die **Olympiastadion Berlin GmbH** schon viele Verbesserungen für einen effizienten und ökologischen Betrieb der Gebäude (Installation der Photovoltaikanlage, Einführung des digitalen Ticketings, Nutzung umweltfreundlicher Fahrzeuge) umgesetzt worden sind. Zusammen arbeiten wir weiterhin an verschiedenen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit an den Spieltagen (z. B. nachhaltige Catering-Optionen und der Reduzierung von Einwegplastik). Hierzu zählen auch Umsetzung von Mülltrennungs- und Recyclingprogrammen, die Verbesserung der Barrierefreiheit des Stadionerlebnisses und die Förderung umweltfreundlicher Verkehrsmittel zur Anreise. Mit **Polytan** arbeiten wir bereits seit der Saison 2019/20 zusammen. Im Rahmen der Partnerschaft hat Polytan umweltfreundliche Sportbeläge in unseren Trainings- und Spielstätten installiert. Außerdem kooperieren wir bei Recyclingprojekten für alte Kunstrasenbeläge.

Aber nicht nur bei unseren Gebäuden, Sport- und Trainingsstätten sind Partner und die Gestaltung von Partnerschaften wichtig: In der Vermarktung setzen wir zusammen mit unserem langjährigen Partner **Sportfive** verstärkt auf das Knüpfen von neuen Partnerschaften mit zentralen Nachhaltigkeitsaspekten. Als Ausrüster und Lieferant unserer Trikots und Teamwear spielt **Nike** eine zentrale Rolle; weiterhin sind dies auch die Produzenten unserer verschiedenen Merchandising-Artikel sowie die Lieferanten für die zahlreichen Produkte, die für Clubbetrieb und Training notwendig sind (Bürobedarf, Elektrogeräte, Rasenbedarf, etc.) Gemeinsam mit unserem Mobilitätspartner **Miles** senken wir seit der Saison 2023/24 durch elektrische und Hybrid-Fahrzeuge die Umweltauswirkungen unseres Fuhrparks deutlich. Auch an Spieltagen wird die Möglichkeit zur umweltfreundlichen Anreise gefördert, indem die Option Carsharing für unsere Fans und Mitarbeitenden angeboten wird. Auch das Thema Energie adressieren wir seit 2023 mit einer Partnerschaft: Im Rahmen unserer Heimspiele fördert **Stromee** das Wissen und Bewusstsein zu erneuerbaren Energien mit Informationsständen und macht so einem breiten Publikum den Stellenwert bekannt. Weiterhin haben wir in der Partnerschaft einen innovativen Stromtarif eingeführt.





Nur zusammen werden wir hier noch mehr erreichen, die bereits angestoßenen Veränderungen stellen wir im Abschnitt zu unserem ökologischen Fußabdruck weiter hinten in diesem Bericht vor. Zu unseren verschiedenen Partnerschaften und zur Zusammenarbeit im sozialen Bereich gibt es im Abschnitt „Hertha BSC als starker Akteur in den Bezirken Berlins“ weitere Informationen. Wir werden dazu den Austausch mit unseren Partnern und Dienstleistern weiter verbessern. Grundlage hierfür sind regelmäßige Check-Ins und Zufriedenheitsbefragungen, um eine Rückmeldung zur Qualität unserer Zusammenarbeit mit externen Partnern zu erhalten.

Zentral ist, dass wir eine stärker inhaltlich geprägte Zusammenarbeit mit unseren Partnern anstreben, um mehr fachliche Expertise in den Kern der Partnerschaften zu bringen und um unsere eigenen Themen fundierter, aber auch die Herausforderungen Berlins anzugehen. Wir verknüpfen dafür die Angebote und Kompetenzen unserer externen Partner stärker als bisher mit unseren Abteilungen und unserer internen Expertise. Mit dieser Ausrichtung und einer stärkeren Koordination der Aktivitäten inklusive regelmäßigem thematischen Austausch implementieren wir Stück für Stück verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte in all unseren Partnerschaften. Zusammen identifizieren und analysieren wir Herausforderungen, um dann gemeinsame Verbesserungsmaßnahmen für unsere Infrastruktur, unseren Einkauf, unsere Mobilität und die Spieltagsorganisation zu entwickeln.

Neben diesem veränderten Vorgehen in bestehenden Partnerschaften möchten wir neue strategische Partnerschaften schließen und Partner unter zunehmender Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten auswählen, um einen Fokus auf Partnerschaften zu setzen, die ein bestimmtes Themenfeld gesellschaftlicher Herausforderungen (z. B. Abfall, Lebensmittelverschwendung, Mobilität, Wasser, Strom/Energie, Über- oder Fehlproduktionen im Merchandise sowie Soziales) abdecken.

Im Rahmen unseres Einkaufs arbeiten wir beim Thema Merchandise schon länger an der Etablierung von nachhaltigen Lieferketten für alle Produkte von Hertha BSC. Nachdem wir uns einen detaillierten Überblick zu den verschiedenen Labels und Siegeln, insbesondere im Textilbereich, erarbeitet haben, haben wir uns mittlerweile ambitionierte Ziele bei den Produkten gesetzt, deren Produktion wir durch Austausch mit und die Auswahl von Lieferanten direkt beeinflussen können. Auch eine Produktion innerhalb der EU und regionale Beschaffung und Veredelung von Produkten prüfen wir, wo dies sinnvoll und wirtschaftlich realisierbar ist.

Zur besseren Steuerung arbeiten wir an einer detaillierteren Datengrundlage für spezifischere Analysen und optimieren gerade unsere internen Prozesse, um unsere Ziele in der täglichen Arbeit zu verankern. Wöchentlich stattfindende Meetings für Nachhaltigkeit im Produktmanagement und regelmäßige Marktupdates sorgen hier für eine Verbesserung unserer Leistung. Die Themen Materialauswahl und umweltfreundliche Verpackungen stehen dabei natürlich auf unserem Zettel. Mehr dazu und die ersten Ergebnisse unserer Aktivitäten findet ihr im Abschnitt zu unserem ökologischen Fußabdruck im Bereich Geschäftsbetrieb, dort mit einem Fokus auf das Merchandising.



„Noch vor wenigen Jahren herrschte Funkstille zwischen der aktiven Fanszene und den Vereinsverantwortlichen. Durch Kay und den von ihm ausgerufenen Berliner Weg ist der Verein wieder nahbarer geworden, was sich unter anderem in den durchaus konstruktiven, unterschiedlichen Dialogformaten mit dem Verein widerspiegelt.

Zudem ist aus meiner Sicht durch neue Strukturen und Verantwortlichkeiten ein progressiveres Arbeiten auf der Geschäftsstelle wahrnehmbar.“

Kreisel
Vorsänger Ostkurve Hertha BSC



Moderner Arbeitgeber und fortschrittliche Organisation

GEWINNEN ALS TEAM

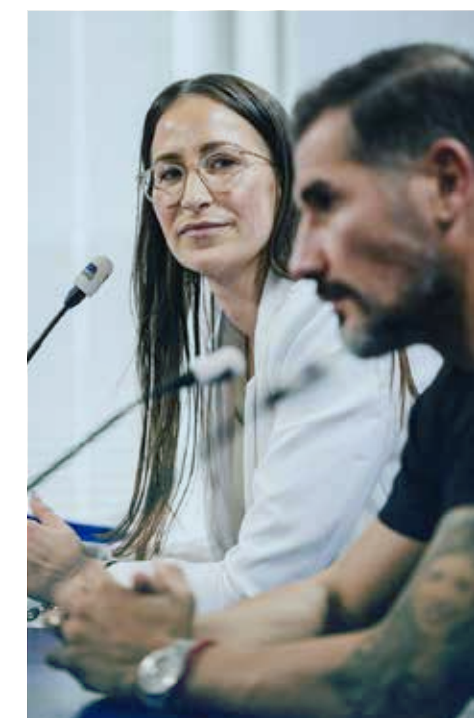
Auch neben dem Platz braucht es ein gutes Team für unseren Erfolg. In diesem Handlungsfeld geht es deshalb um die Arbeitsbedingungen und Weiterentwicklungsmöglichkeiten unserer Mitarbeitenden und die Kommunikation innerhalb des Clubs: Mit Mitarbeitenden, unseren Mitgliedern und unseren Fans.

Das Sicherstellen eines guten Arbeitsklimas, einer hohen Zufriedenheit und damit verbundenen hohen Motivation der Mitarbeitenden sind wichtige Voraussetzungen für erfolgreiche Arbeit. Adäquate Weiterbildungsmöglichkeiten sorgen weiterhin dafür, dass – orientiert an beruflichen Herausforderungen und individuellen Bedürfnissen – Mitarbeitende in der Lage sind, ihre Aufgaben effektiv und effizient zu erfüllen.

Die Förderung einer konstruktiven Fehler- und Lernkultur und die gelebte Anti-Diskriminierung sind hier selbstverständliche Aufgaben für uns, denn auch hier geht es nur partnerschaftlich voran. Damit wir gute Arbeitsbedingungen und eine angemessene Arbeitsbelastung und eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie sicherstellen können, legen wir aktuell durch eine umfassende Analyse des Status quos das Fundament unserer weiteren Entwicklung.

Auf Grundlage der daraus gewonnen Informationen erarbeiten wir im Anschluss Maßnahmen, die eine hohe Zufriedenheit, Motivation und Kompetenzen der Mitarbeitenden für ihre Aufgaben sicherstellen. Weiterhin entwickeln wir Konzepte für das Gesundheitsmanagement auf der Geschäftsstelle und die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden. Aktuell existieren bereits einige gesundheitserhaltende und gesundheitsfördernde Maßnahmen, wie z. B. ein umfangreiches Sportangebot, Impfmöglichkeiten und höhenverstellbare Schreibtische. Durch die Schaffung von Entwicklungsmöglichkeiten für die Belegschaft, die nach Bedarf und Bedürfnissen weiterqualifizieren, und Ausbildungsplätzen im Club halten wir die Kompetenzen unserer Mitarbeitenden auf einem hohen Niveau.

In Ergänzung zu diesen Aktivitäten haben wir mit unserem Belegschaftsausschuss ein Gremium geschaffen, in dem die unterschiedlichen grundsätzlichen Arbeitnehmendenbelange, u. a. Arbeitszeitenregelungen, Urlaubsangelegenheiten, Arbeitssicherheit und Gesundheit, aber auch Vorschlagswesen und Weiterbildung durch





gewählte Vertreterinnen und Vertreter der Mitarbeitenden in Zusammenarbeit mit den Führungskräften abgestimmt und beschlossen werden. Außerdem bildet der Belegschaftsausschuss eine Beschwerdestelle für die Mitarbeitenden und wirkt auf eine vermittelnde Problemlösung hin.

Neben der Verankerung von Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe und Querschnittsfunktion in den Strukturen und Prozessen im gesamten Club, um abteilungsübergreifend effektiv und effizient in der Umsetzung zusammenzuarbeiten, sollen neue Mitarbeitende in Zukunft direkt im Onboarding über die zentralen Bestandteile unserer Herangehensweise an die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsthemen informiert werden.

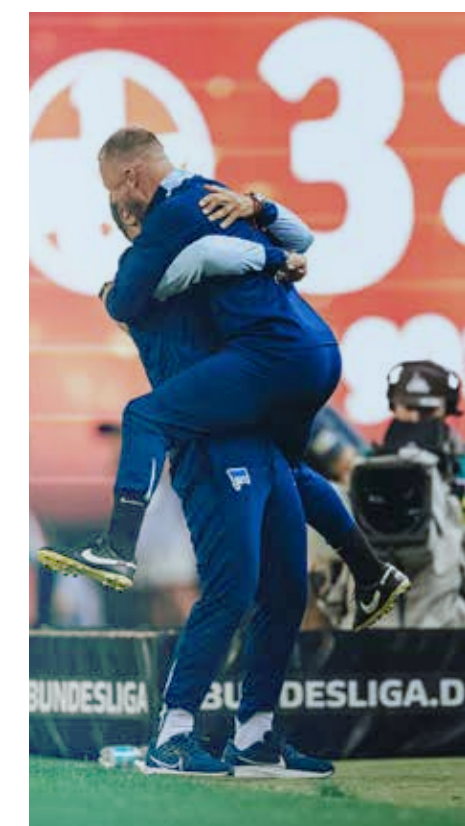
Die Transparenz der Entscheidungsprozesse durch Information, Kommunikation und Partizipation der Mitarbeitenden – wie u. a. bereits durch unsere seit Langem stattfindenden Mannschaftsbesprechungen, die der Information der gesamten Belegschaft dienen – wird in Zukunft weiter erhöht und durch zusätzliche Gesprächsformate zwischen Mitarbeitenden und ihren Vorgesetzten flankiert.

Damit wir zu jedem Zeitpunkt rechtskonform und risikoarm handeln, haben wir mehrere Maßnahmen zum Thema Compliance-Management umgesetzt und im Club verankert. Hierzu zählen ein Bekenntnis zur Compliance und ein Code of Conduct der Geschäftsführung sowie unser Ethik-Kodex für Hertha BSC. Ein niedrigschwelliges Whistleblowersystem, um beobachtete Verstöße einfach zu melden, ergänzt diese Selbstverpflichtungen (keine Verstöße in der Saison 2023/24).

Ein regelmäßiger und offener Dialog und eine aktive Einbeziehung unserer Mitglieder und Fans sind für eine gute Beziehung miteinander von enormer Bedeutung. Hier führen wir schon lange regelmäßige Austauschformate mit Mitgliedern auf unseren Mitgliederversammlungen und Fans (in 10 AGs und im Club-Fan-Dialog) durch. Aber auch hier können und wollen wir besser werden.

Wir möchten durch Mitgliederstammtische, die einmal im Quartal stattfinden sollen, noch stärker mit euch/Ihnen in den Austausch gehen, durch eine jährliche Umfrage unter allen Mitgliedern eine bessere Datenbasis schaffen und ein noch besseres Gefühl für Eure/Ihre Anliegen gewinnen. Darüber hinaus beabsichtigen wir (voraussichtlich im Jahr 2025) eine „WIR Herthaner Konferenz“ durchzuführen, in der wir für die zukünftige Entwicklung unserer Hertha unterschiedliche Themen behandeln werden.

In Hinblick auf den Austausch mit unseren Fans wollen wir die Aktivitäten der bestehenden AGs und des Fan-Dialogs evaluieren; dazu werden wir Bestandsaufnahme mit allen Teilnehmenden aller AGs und des Fandialogs durchführen – in den AGs per Online-Umfrage, im Fandialog durch persönliche Interviews – um zu lernen, inwiefern wir hier unsere Arbeit und den Austausch verbessern können.





„Hertha macht mir wieder Spaß – weil endlich nachhaltig gearbeitet wird. Nicht nur im Sport, sondern auch drumherum ist das spürbar. Die CO₂-Fußabdruckmessung und der nachhaltige Versand sowie das deutlich nachhaltigere Merchandising sind ausgesprochen positive Beispiele. Wie meine Hertha sich hier neu erfindet, ist schön mit anzusehen.“

Der Berliner Weg muss weitergehen.“

Aaron Troschke

Moderator, Reporter, Webvideoproduzent und
Unternehmer



Ökologie

DER FUßABDRUCK VON HERTHA BSC

Der Fußabdruck von Hertha BSC ist Teil der ökologischen Säule unserer Strategie. Hier geht es um die Reduktion unseres gesamten CO₂-Fußabdrucks sowie um die Verringerung aller weiteren Umweltauswirkungen des Club- und Spieltagsbetriebs inklusive der Mobilität – von uns, aber auch von unseren Fans sowie Zuschauerinnen und Zuschauern. Auch hier haben wir unser Vorgehen in drei Handlungsfelder aufgeteilt:

- **Die Infrastruktur von Hertha BSC: Gebäude, Ausstattung und Betrieb** befasst sich mit dem Ressourcenverbrauch, den CO₂-Emissionen und Abfällen der alltäglichen Geschäftstätigkeit unseres Clubs (Energie- und Wasserverbrauch von Geschäftsstelle, Akademie und Trainingsplätzen, Materialien für das Merchandising und die ökologischen Auswirkungen der Lieferkette), jedoch ohne das Stadion und die Spieltage.
- **Der Weg von und zu Hertha BSC** bündelt alle Mobilitätsthemen: Zentrales Thema ist hier die Fanbewegung zu Heim- und Auswärtsspielen, gefolgt von der Mobilität der Mannschaft und Funktionsteams zu Auswärtsspielen, Trainingslagern und weiteren Events sowie der Mobilität unserer Mitarbeitenden zum Arbeitsplatz.
- **Ha Ho He! – Nachhaltiger Spieltagsbetrieb bei Hertha BSC** steht als Handlungsfeld für alle Themen, die den Ressourcenverbrauch und die CO₂-Emissionen am und rund um den Spieltag verursachen (u. a. Energie, Wasser, Lebensmittel); hierzu zählen alle Themen rund ums Olympiastadion.

Ausgehend von der Berechnung der CO₂-Emissionen und der Messung unseres Ressourcenverbrauchs identifizieren und entwickeln wir Möglichkeiten zur Verbesserung. Wir streben bis 2030 eine Verringerung der gesamten CO₂-Emissionen unseres Clubs um 50% an (Scope 1 bis 3, Basis Saison 2023/24). Dabei haben wir uns mit einer Reduktion um 25% bis 2026 ein ambitioniertes, aber realistisches Zwischenziel gesetzt. Damit wir die Emissionen bis 2030 um 50% reduzieren können, werden alle Bereiche des Clubs auf Einsparpotenziale überprüft und mit unseren Partnern zusammen wirkungsvolle Maßnahmen konzipiert und umgesetzt.

An vielen Stellen geht es zunächst um die Verbesserung der Messbarkeit unseres Verbrauchs von Energie, Wasser, Materialien und Lebensmitteln, damit wir unsere Einflussmöglichkeiten besser verstehen können. Ähnliches gilt für das Management und die Messung des Abfallaufkommens. Eine Herausforderung besteht darin, dass wir an vielen Stellen auf die Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Dienstleistern angewiesen sind. Hilfreich ist hier, dass sich viele Partner schon mit Nachhaltigkeit in ihrem Geschäftsfeld auseinandersetzen.

WEITER REDUZIEREN

Unser CO₂-Fußabdruck

FAIRPLAY FÜR DEN PLANETEN

In Summe hat unser Club in der Saison 2023/24 CO₂-Emissionen in Höhe von insgesamt 9.950 Tonnen verursacht.

Direkt durch uns beeinflussbar sind die in Scope 1 anfallenden Emissionen in Höhe von 291 Tonnen. Auf Scope 1 entfallen knapp 3% der Gesamtemissionen, die hauptsächlich durch den Treibstoffverbrauch des Fuhrparks entstehen.

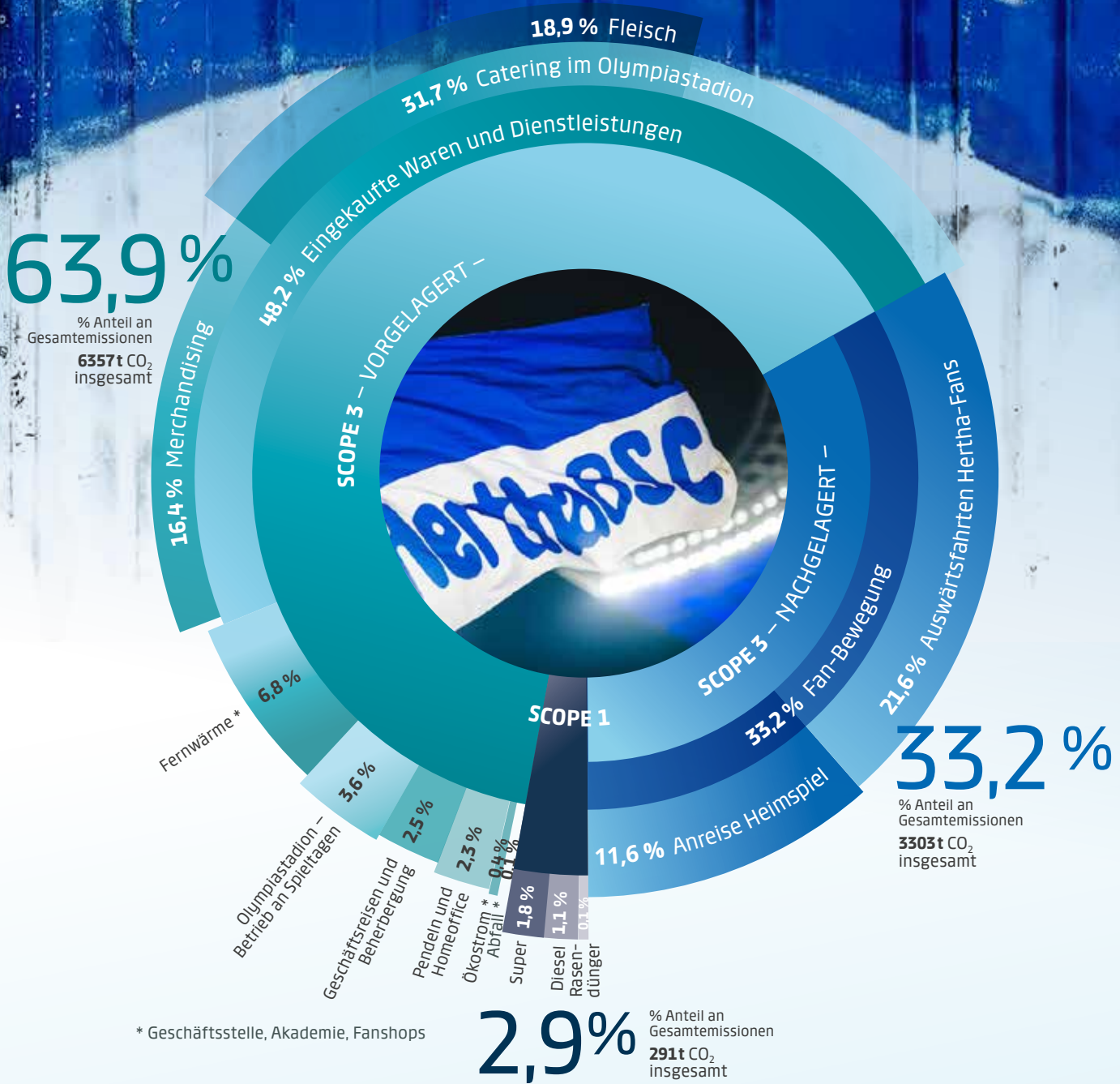
Die üblicherweise in Scope 2 ausgewiesenen Emissionen des Energiebezugs von Strom und Wärme werden bei uns in Scope 3 abgebildet. Aufgrund unserer Rolle als Mieter der Gebäude (Geschäftsstelle, Akademie und Fan-Shops) haben wir keinen direkten Einfluss auf die Wahl der Strom- und Wärmelieferanten. Durch die Energieversorgung unserer Liegenschaften entstehen mit insgesamt 715 Tonnen (676t für Wärme, und 39 Tonnen vorgelagerte Energieemissionen unseres Ökostrombezugs) 7% unserer CO₂-Emissionen.*

Damit ist klar: Ein Großteil der gesamten Emissionen durch Hertha BSC in Höhe von 97% und 9.660 Tonnen entsteht bei Aktivitäten im nur indirekt zu beeinflussenden Scope 3 – also Bereichen, die außerhalb unserer direkten Kontrolle, aber innerhalb unserer Wertschöpfungskette liegen.

Hier ist die Hauptquelle der Emissionen mit 4.801 Tonnen der Einkauf von Produkten und Dienstleistungen, hauptsächlich verursacht durch das Catering im Stadion mit 3.151 Tonnen (66% der CO₂-Emissionen des Einkaufs, ca. 32% der Gesamtemissionen) und unser Merchandising (34% der Emissionen aller eingekauften Produkte und Dienstleistungen, ca. 16% der Gesamtemissionen).

Die nächstgrößere Quelle mit 3.303 Tonnen und 34% der Scope 3 Emissionen ist die Fan-Bewegung (33% der Gesamtemissionen), insbesondere durch die Mobilität unserer Fans zu Auswärtsspielen (2.152t, 65% der Fan-Bewegung; bei Heimspielen sind dies 1.151t und 35%). Kombiniert mit den Emissionen der Geschäftsreisen (247t, 3% der Scope 3 Emissionen) und dem Pendeln der Mitarbeitenden (225t, 2% der Scope 3 Emissionen) entfällt auf diese verschiedenen Arten von Mobilität (ohne Fuhrpark) in Summe ein Anteil von 38% der Gesamtemissionen.

* Wir haben als Konsolidierungsansatz bei der Berechnung unseres Fußabdrucks den operativen Kontrollansatz gewählt. Wir üben weder für die Geschäftsstelle noch für das Stadion die operative Kontrolle aus, da wir keine Entscheidungsfreiheit bei den Energielieferanten haben und dies vollständig über unseren Vermieter geregelt wird. Die Menge der Emissionen der bezogenen Energie bleibt identisch, wird allerdings unter Scope 3.8 (Upstream-Emissionen aus eingekauftem Energieverbrauch) erfasst, da wir keine direkte Kontrolle über die Energiebeschaffung ausüben.



	Scope 3 VORGELAGERT	Scope 2	Scope 1	Scope 3 NACHGELAGERT
EMISSIONEN:	INDIREKT	INDIREKT	DIREKT	INDIREKT
	Indirekte Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette, die durch eingekaufte Waren und Dienstleistungen entstehen, aber nicht unter Kontrolle des Unternehmens stehen	Indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie, außerhalb der eigenen Grenzen erzeugt, aber vom Unternehmen verbraucht	Direkte Emissionen aus Quellen, die direkt vom Unternehmen verantwortet oder kontrolliert werden	Indirekte Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette des Unternehmens, die aber nicht unter Kontrolle des Unternehmens stehen





*Infrastruktur, Geschäftsbetrieb, Ausstattung
und Betrieb von Gebäuden und Liegenschaften*

NACHHALTIG ZU MEHR ERFOLG

Der Betrieb unserer Infrastruktur (Geschäftsstelle, Akademie inklusive der Trainingsplätze und Fan-Shops) verbraucht verschiedene Ressourcen und ist ebenso Quelle von Emissionen. In diesem Handlungsfeld fallen mit 2.380 Tonnen ca. 24% unserer CO₂-Emissionen an. Diese setzen sich aus den Emissionen für das Merchandising-Sortiment (1.633t), die genutzte Energie in Form von Strom und Wärme (0t, weil Ökostrom, und 676t, plus vorgelagerte Energieemissionen des Stroms in Höhe von 38t), dem Rasendünger (26t) sowie dem Abfall (6t) zusammen.

Damit wir unserer ökologischen Verantwortung gerecht werden, optimieren wir unsere Infrastruktur, Prozesse und Produkte kontinuierlich unter ökologischen Gesichtspunkten. Dazu zählt auch der weitere Ausbau der Ladeinfrastruktur auf



unserem Gelände im Olympiapark, damit wir den gesamten Fuhrpark elektrifizieren können. Hier kommen in diesem Jahr vier weitere Ladepunkte hinter dem Friesenhaus hinzu. Auch an die Förderung der Flora und Fauna auf und neben dem Friesenhof denken wir, indem wir Grünflächen ohne Spielbetrieb nicht mehr mähen, Blumenstreifen für Insekten anlegen und so der lokalen Biodiversität Raum zur Entfaltung geben.

Wir legen großen Wert darauf, dass wir unsere genutzten Ressourcen und Energie weitestgehend aus regenerativen Quellen beziehen. Weiterhin streben wir an, möglichst viele regenerative Materialien zu verwenden, z. B. Biobaumwolle, und Stoff-

kreisläufe bei relevanten Materialien zu schließen, z. B. durch Recycling-Polyester und Upcycling-Produkte. Hierzu zählt auch die Prüfung von Miete statt Kauf von elektronischen Geräten im Bürobetrieb, um diese möglichst lange im Kreislauf zu halten.

Von großer Bedeutung sind außerdem die Einbindung, Aufklärung und Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden, damit sich möglichst viele aktiv mit Verbesserungsvorschlägen und Mitwirkung an Maßnahmen einbringen können und wollen. Nur so können wir eine breitgeteilte Motivation für Veränderungen schaffen und deren erfolgreiche Umsetzung gewährleisten.

Ressourcenverbrauch

In den letzten Jahren gab es bereits eine Vielzahl an Maßnahmen, die die Ressourcen-Effizienz des Betriebs der Infrastruktur (Geschäftsstelle und Trainingsflächen) erhöht haben. Hierzu zählen u. a. der umfangreiche Umbau der Geschäftsstelle inklusive des Einbaus einer Kühldecke und der automatisch gesteuerten Beleuchtung, deren Beleuchtungsintervall wir mittlerweile auf ein Minimum gesenkt haben.

Bei der **Ressource Energie** setzen wir schon länger auf den Bezug von Ökostrom. In Kombination mit einer hohen Energie-Effizienz bei allen Liegenschaften sowie Geräten im Betrieb und einem sparsamen und verantwortungsvollen Umgang mit Energie durch die Mitarbeitenden soll eine kontinuierliche Verringerung unseres Energieverbrauchs erreicht werden. Aktuell arbeiten wir an einer tiefgehenden Analyse, um die wesentlichen Treiber unseres Energieverbrauchs in der Geschäftsstelle zu identifizieren.

Ähnlich verfahren wir bei der **Ressource Wasser**: Durch effiziente sensorgesteuerte Sanitäranlagen und einen sparsamen Umgang bei Bewässerung der Plätze und im Betrieb der Geschäftsstelle und Akademie möchten wir für einen möglichst niedrigen Verbrauch sorgen, den wir in den nächsten Jahren weiter reduzieren möchten. Für die Erhebung und Abrechnung ist die Betreibergesellschaft des Olympiaparks zuständig, und auch andere Nutzer des Olympiaparks werden im Rahmen unserer Wasserverbrauchswerte berücksichtigt und haben damit einen Einfluss auf die Höhe des Verbrauchs. Auch hier sind wir auf die Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure angewiesen, da wir nur zusammen eine möglichst wassersparende Bewirtschaftung bewerkstelligen können. Auch hier arbeiten wir in naher Zukunft an Verbesserungen der Messbarkeit und Analyse, um die größten Hebel zur Optimierung zu finden.

Abfall

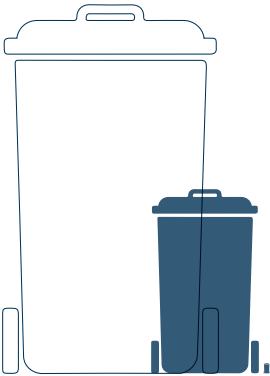
Wir arbeiten daran, dass Abfälle sowohl in Geschäftsstelle und Akademie als auch in unseren Fan-Shops weitestgehend vermieden werden. Insbesondere Verpackungen aus Einwegmaterialien sehen wir als Problem und suchen Wege und Alternativen, um deren Einsatz zu minimieren. Hier ist unsererseits eine stärkere Abstimmung mit Partnern und Lieferanten nötig. Eine Trennung, bevor die Abfälle einer fachgerechten Entsorgung für Recycling und Verwertung zugeführt werden, ist bei uns selbstverständlich.

Ressourcenverbrauch im Olympiapark 01.01. – 31.12.2023

		Strom [kWh]	Fern- wärme [MWh]	Frisch- wasser [m³]	Ab- wasser [m³]
Block 6	Profikabine		41.819		824
	Höhentrainingslager	24.819			
	Medizincentrum	11.718		142	142
	Amateurbereich	33.864		619	619
Block 7	Waschküche, Lager KG	49.619			
	Pressestelle	4.342			
	Internat 1.OG + 2.OG	74.821			
Block 9	Geschäftsstelle	150.541		541	541
Block 10	Wallbox + Ladepunkt	13.338			
Block 23	Hueppehaus		50	215	215
Block 44	Stadion Wurfplatz	35.108	221	1.163	1.163
	Flutlichtmast neu	12.722			
	Sportplätze Strom 1 Licht, Beregnung, Heizung	37.779			
	Sportplätze Strom 2 Licht, Beregnung Heizung	21.870			
	August-Bier-Platz		1.183	3.462	
	Hueppeplatz			8.298	
	Schenckendorffplatz		1.386	13.957	
	Gebhardtplatz Hanns-Braun-Stadion Wurfplatz			16.333	
Tiefbrunnen					
Gesamt		512.360	2.840	45.554	3.504

Zusammensetzung des Abfalls der Geschäftsstelle 01.01. – 31.12.2023

Gewerbeabfälle	361,8	m³
Papier	181,8	m³
Wertstoffe	39,6	m³
Datenmüll	2,16	m³
Sperrmüll	37,5	m³



Merchandising

Unser größter Hebel in diesem Handlungsfeld ist die umweltfreundliche Gestaltung unserer Produkte im Merchandising. Dies umfasst auch positive Auswirkungen in unserer Lieferkette. In Hinblick auf die von Hertha BSC angebotenen und genutzten Produkte stehen neben einer möglichst bedarfsgerechten Produktions- und Bestellmenge insbesondere die Materialauswahl im Zentrum unserer Aufmerksamkeit: Hier gilt es in einem Mix aus ökologisch angebaute Baumwolle sowie Recycling- und Upcycling-Materialien eine möglichst umweltfreundliche Zusammensetzung unseres Angebots zu finden. Auch die Möglichkeit zu einer sinnvollen Zweitverwendung oder anderweitigen Kreislaufführung steht im Fokus. Dies gilt besonders für Produkte, die nur für eine Saison gestaltet werden.

Im Laufe der letzten Saison haben wir alle aktuellen Produkte des Merchandising-Sortiments in Hinblick auf ihre Umweltauswirkungen analysiert, zahlreiche Verbesserungsmöglichkeiten identifiziert und bereits bedeutende Schritte umgesetzt. Die direkt von uns gestalteten Produkte bestehen nach der Umstellung mittlerweile zu 100% aus GOTS-zertifizierter Biobaumwolle.

Außerdem arbeiten wir an der Reduktion des Anteils von Produkten aus Plastik, in dem wir einen Teil unserer Hartwaren aus alternativen Rohstoffen (Holz, Metall, usw.) herstellen lassen wollen. Da, wo wir noch auf Kunststoffe setzen, wollen wir die Nutzung von Recyclingmaterialien deutlich erhöhen und bei Textilien aus Polyester in Kürze einen Anteil für GRS-zertifizierte Materialien festlegen (Produkte unseres Ausrüsters Nike werden hier separat betrachtet). Darüber hinaus haben wir bereits eine Upcycling-Kollektion aus Trikotresten etabliert und wollen die Anzahl unserer Upcycling-Angebote steigern.

Neben der Materialauswahl geht es uns noch um eine weitere Erhöhung der in der EU hergestellten Produkte und eine Reduzierung und Verbesserung des Verpackungsmaterials. In diesem Zusammenhang setzen wir auch weitere Schritte zu einem klimafreundlichen Versand um. Seit dem 01.07.2024 versenden wir alle Pakete mit DHL GoGreen.



„Wir setzen den Berliner Weg auf die Schiene!
Die BVG ist stolz darauf, ein wichtiger Baustein
der nachhaltigen Mobilität für Hertha BSC zu sein.
Unsere öffentlichen Verkehrsmittel sind nicht nur
für die Spieler, sondern auch für die Fans auf dem
Weg zum Stadion von großer Bedeutung.
Wir machen uns dafür stark, dass die Anreise für
alle reibungslos und umweltfreundlich verläuft.“

Henrik Falk
Vorstandsvorsitzender der BVG



Der Weg von und zu Hertha BSC

MOBILITÄT IN BEWEGUNG

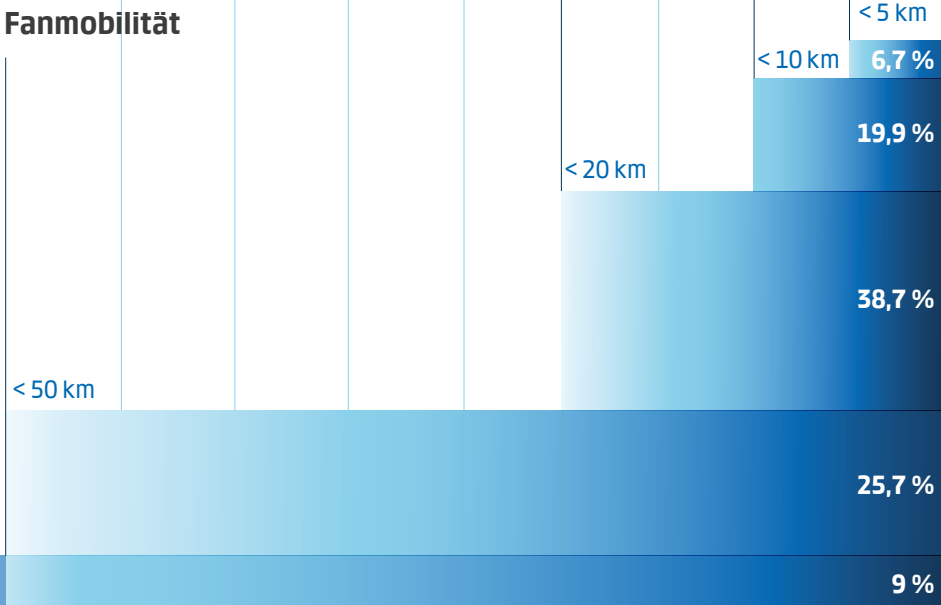
Im Handlungsfeld Mobilität geht es um eine möglichst klima- und umweltfreundliche Fortbewegung der Mitarbeitenden, Reisen der Sportlerinnen und Sportler und der Fans zu Heim- und Auswärtsspielen. Perspektivisch 100% E-Mobilität im Fuhrpark zusammen mit Leitlinien für klimafreundliches Pendeln und Reisen für Spieler, Spielerinnen und Mitarbeitende sorgen hier für einen entscheidenden Beitrag zu einem geringeren Fußabdruck. Durch Anreize, Unterstützung und Partnerschaften planen wir, die Emissionen der Fan-Mobilität sowohl bei Heimspielen als auch bei der Reise zu Auswärtsspielen zu senken.

Mit insgesamt 4.057 Tonnen und einem Anteil von 41% wird ein Großteil der Emissionen der Geschäftstätigkeit von Hertha BSC durch Mobilität verursacht. Dabei entfällt der größte Anteil der Emissionen auf die Fan-Bewegung (3.303t, 33% der Gesamtemissionen), insbesondere auf die Anreise unserer Fans zu Auswärtsspielen (davon 65%) und nachrangig die Mobilität unserer Fans zu Heimspielen (davon 35%).

An zweiter Stelle steht mit 3% der Gesamtemissionen der CO₂-Ausstoß des Fuhrparks (282t), direkt gefolgt von der Mobilität der Mannschaften zu Spielen und die weiteren Geschäftsreisen der Mitarbeitenden des Clubs (auch ca. 3% der Gesamtemissionen inkl. Beherbergung 247t). Die Hauptquelle besteht hier in der Nutzung des Flugzeugs als Transportmittel (verantwortlich für ca. 85% der Emissionen der Geschäftsreisen). Darauf folgt mit 2% der Gesamtemissionen die Mobilität der Mitarbeitenden auf ihren regulären Arbeitswegen (224t inkl. ca. 6t für die Nutzung des Homeoffices).

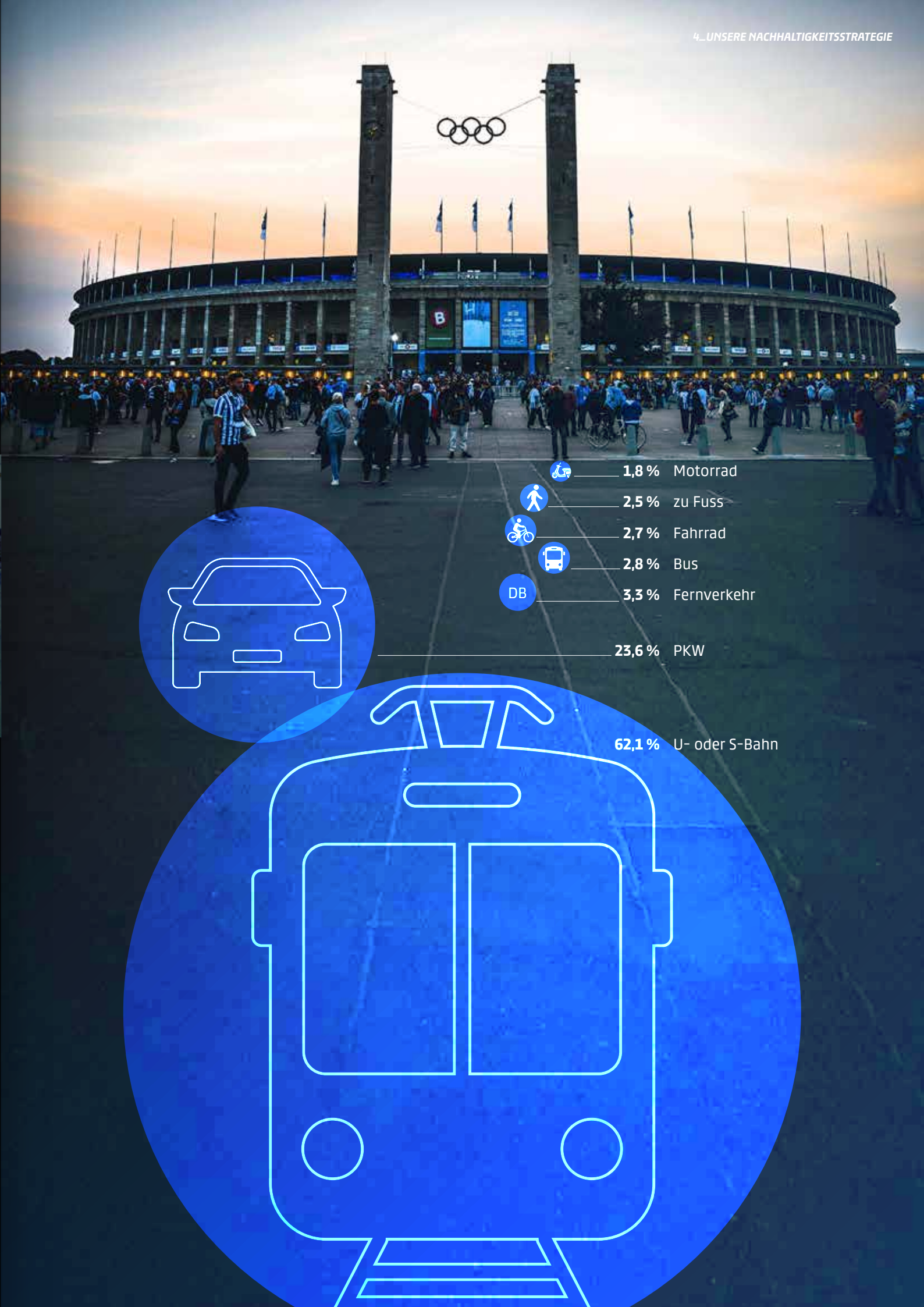
Zentrale Quelle des Ausstoßes ist in allen Fällen die Nutzung von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren, und mit einem kleineren Anteil die Nutzung des Flugzeugs für Geschäftsreisen und der Anreise unserer Mannschaft zu Auswärtsspielen.

WEITER BEWEGEN



Das wesentliche Thema Fanmobilität gehen wir durch verschiedene Angebote und Anreize für klimafreundliche An- und Abreise zu Heim- und Auswärtsspielen an. Das aktuelle Vorgehen bei Hertha BSC adressiert diese Quelle der Emissionen bereits mit einer Förderung der ÖPNV-Nutzung für die Fans. Durch einen integrierten Fahrschein zum Olympiastadion im Ticket (Zonen ABC im VBB-Gebiet) und eine höhere Taktung der S- und U-Bahnen an Spieltagen setzen wir bereits wichtige Impulse, die wir weiter ausbauen werden. Zur nächsten Saison steht hier eine größere Umstellung bevor: Aufgrund der Tatsache, dass viele unserer Fans bereits außerhalb der An- und Abreise ein Abonnement-Ticket für die öffentlichen Verkehrsmittel buchen, haben wir uns entschieden, unsere Tickets ohne ÖPNV-Nutzung anzubieten und beabsichtigen Teile des dadurch freiwerdenden Budgets in andere Formen nachhaltiger Mobilität zu investieren. Auf diese Weise können wir verstärkt daran arbeiten, die Fans, die aktuell noch Auto fahren, für andere Verkehrsmittel zu begeistern.

Unser Ziel ist die weitere Erhöhung des Anteils der umweltfreundlichen Anreise durch Bahn, Bus und mit dem Fahrrad. Auch Fahrgemeinschaften und die Nutzung von E-Autos tragen entscheidend zur Verringerung unserer Umweltauswirkungen bei. Für die umweltfreundliche Reise zu Auswärtsspielen suchen wir aktuell nach weiteren Möglichkeiten, z. B. in Form einer Mitfahrplattform, um unsere Fans zu unterstützen.







Mobilität der Mannschaft und auf Geschäftsreisen

Wenn auch von geringerer Bedeutung in Hinblick auf den Anteil an unseren Gesamtemissionen, ist die Mobilität der Mannschaft ein Thema mit großer Signal- und damit auch Vorbildwirkung. Das Ausmaß an Flugzeugnutzung wurde deshalb bereits deutlich reduziert. So sparen wir nicht nur Emissionen, sondern auch deutlich Kosten ein. Ab der Saison 23/24 haben wir unsere Flugreisen – sowohl Linien- aber insbesondere Charterflüge (vor dem Hintergrund der Regenerationsanforderungen unserer Spieler) – auf ein absolutes Minimum reduziert. Darüber hinaus haben wir Reiserichtlinien für die Geschäftsreisen unserer Mitarbeitenden – u. a. mit Regeln zur Flugzeugnutzung – erarbeitet. Dabei ist die Bahn als umweltfreundliche Alternative mittlerweile bedeutend häufiger die erste Wahl.



Fuhrpark

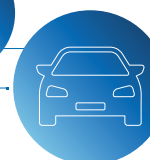
Bei unserem Fuhrpark bildet E-Mobilität in naher Zukunft den Standard. Mit einem E-Auto-Anteil von aktuell 17,1 % und Hybrid-Anteil von 56,1 % adressieren wir bereits einen Teil der Emissionen der Mobilität. Den Anteil vollelektrischer Fahrzeuge in unserem Fuhrpark wollen wir in den kommenden zwei Jahren auf 100 % erhöhen. Dies gestaltet sich bei Transportern und Bussen aufgrund ihrer effektiven Reichweite leider noch etwas schwieriger.

Aktuelle Zusammensetzung des Fuhrparks Stand 30.06.2024

41 Fahrzeuge insgesamt

7 Elektrofahrzeuge	17,1 %
23 Hybrid insges.*	56,1 %
11 Diesel	26,8 %

* 2 Plug-In Hybrid	4,9 %
21 Hybrid	51,2 %



Verbrauch des Fuhrparks 01.01.–31.12.2023

Diesel: 45.519 l

Super: 62.339 l

Stromverbrauch der Ladesäule: 13.338 kWh

Arbeitswege der Mitarbeitenden

Auch für das Pendeln der Mitarbeitenden bestehen schon einige Angebote (z. B. durch Zuschüsse zum Deutschland- bzw. BVG-Ticket, durch die Erweiterung des Geschäftsgebiets auf den Olympiapark ein Carsharing-Angebot mit Miles sowie das Angebot „Jobrad“ für Mitarbeitende), die ein umweltfreundlicheres Mobilitätsverhalten ermöglichen und fördern sollen. Auch hier gilt es, die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, von Sharing-Fahrzeugen und des Fahrrads weiter zu erhöhen. Durch eine Verbesserung der Rahmenbedingungen und weitere attraktive Angebote werden diese in Zukunft ergänzt und weiter verbessert.

Ha Ho He! – Nachhaltiger Spieltagsbetrieb bei Hertha BSC

MACHT LAUNE UND WELLE

WEITER HERAUSFORDERN

Auch die Spieltage von Hertha BSC werden in Zukunft nachhaltiger – hinter den Kulissen, aber auch merk- und spürbar für unsere Fans sowie Besucherinnen und Besucher. In der Vergangenheit eher als Spieltage mit Motto („Nachhaltigkeitsspieltag“ und „Vielfaltsspieltag“) durch spezifische Angebote und Aktionen zur Information und Sensibilisierung gestaltet, arbeiten wir nun verstärkt an der Verstärkung und Ausweitung unserer Aktivitäten – insbesondere in der Zusammenarbeit mit Partnern und Dienstleistern.

Neben der Mobilität der Fans zu den Heimspielen von Hertha BSC entstanden an den Spieltagen mit Emissionen in einer Höhe von 3.514 Tonnen weitere 35% der Gesamtemissionen. Hierzu zählen an erster Stelle die Emissionen für das Catering (3.151 t) und dann die des allgemeinen Betriebs des Olympiastadions (363 t).

Hilfreich ist hier, dass viele Partner und Dienstleister auch bereits Aspekte eines nachhaltigen Vorgehens in ihren Tätigkeitsbereichen angehen und umgesetzt haben. Dieses schon an vielen Stellen bestehende Engagement gilt es aufzugreifen, mit weiteren Impulsen zu versehen und insgesamt zu verstärken. Hier wird im Partnerschaftsmanagement angesetzt, um gemeinsame Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren und entsprechend umzusetzen.

Im Rahmenprogramm der Spieltage möchten wir mit unserer Reichweite Aufmerksamkeit für wichtige Themen schaffen. Damit können wir für die Herausforderungen einer „neuen Normalität“ sensibilisieren und die Attraktivität positiver Veränderungen aufzeigen und steigern.



Ressourcenverbrauch

Die Betreibergesellschaft des Olympiastadions setzt bereits umfassende und vielfältige Maßnahmen um, um den Ressourcenverbrauch des Stadions zu senken und möglichst umweltschonend zu gestalten. Hierzu zählen beispielsweise eine Photovoltaik-Anlage sowie eine Zisterne, die das Regenwasser vom Dach des Stadions auffängt. Daneben sind bereits zahlreiche Maßnahmen zur Optimierung des Betriebs umgesetzt, wie z. B. eine Beleuchtungssteuerung per Bewegungsmelder, kurze Spülzeiten in den Sanitäranlagen und wasserlose Urinale.

In Zusammenarbeit mit der Stadiongeseellschaft wollen wir den Betrieb des Olympiastadions inklusive der Pflege des Stadionrasens im Hinblick auf Ressourcenverbrauch ökologisch weiter optimieren, um weitere Einsparungen zu realisieren und Fans sowie Besucher und Besucherinnen zum Mitmachen zu motivieren.

Ressourcenverbrauch Olympiastadion Hertha 01.01.–31.12.2023

Gegner	Datum / Uhrzeit	Strom [kWh]	Fernwärme [MWh]	Wasser [m³]
Wolfsburg	24.01.23 / 20:30 Uhr	51.373	77,88	277
Union	28.01.23 / 15:30 Uhr	69.440	107,89	496
Gladbach	12.02.23 / 15:30 Uhr	59.150	82,72	338
Augsburg	25.02.23 / 15:30 Uhr	58.040	104,89	291
Mainz	11.03.23 / 15:30 Uhr	58.360	99,71	357
Leipzig	08.04.23 / 18:30 Uhr	81.240	82,87	408
Bremen	22.04.23 / 15:30 Uhr	46.630	17,09	457
Stuttgart	06.05.23 / 15:30 Uhr	49.110	28,02	407
Bochum	20.05.23 / 15:30 Uhr	48.540	7,97	509
Wiesbaden	04.08.23 / 18:30 Uhr	63.720	5,04	289
Fürth	26.08.23 / 13:00 Uhr	46.930	3,38	273
Braunschweig	17.09.23 / 13:30 Uhr	49.350	2,94	299
St. Pauli	30.09.23 / 20:30 Uhr	48.770	3,52	305
Paderborn	28.10.23 / 13:00 Uhr	57.520	27,96	363
Mainz – DFB-Pokal	01.11.23 / 20:45 Uhr	45.820	20,28	307
Karlsruhe	11.11.23 / 20:30 Uhr	59.110	43,51	348
Elversberg	03.12.23 / 13:30 Uhr	65.770	145,92	235
HSV – DFB-Pokal	06.12.23 / 20:45 Uhr	56.970	82,43	473
Osnabrück	16.12.23 / 13:00 Uhr	55.940	71,27	368
Gesamt		1 071.783	1.015,29	6.800



Catering

Als Partner für die Verpflegung hat Aramark einen zentralen Einfluss auf das Lebensmittelangebot und damit auch den Konsum im Olympiastadion. Bei einem CO₂-Ausstoß von 3.151 Tonnen durch die Lebensmittel und Getränke des Caterings findet sich hier der zentrale Hebel, um die Emissionen der Spieltage deutlich zu senken. Dabei ist mit 1.878 Tonnen der Fleischkonsum (dies entspricht ca. 60% der gesamten Lebensmittelemissionen) die größte Quelle von CO₂-Emissionen.

Beim Catering und der Bewirtung unserer Fans und Zuschauer geht es deshalb um die Ausweitung des Angebots und der Nachfrage von gesunden, umweltfreundlichen und fairen Lebensmitteln sowie insbesondere auch um die Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Aramark hat auf Grundlage des eigenen Nachhaltigkeitskonzepts bereits einige Veränderungen angestoßen, die insbesondere auf die Attraktivität vegetarischer und veganer Gerichte und die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung abzielen. Durch eine ansprechende Präsentation und besondere Bewerbung dieser Gerichte wird die Nachfrage gezielt angeregt.

Das Angebot von veganen und vegetarischen Lebensmitteln ist der zentrale Hebel zur Senkung der CO₂-Emissionen und zur Verbesserung der Auswirkungen auf die Biodiversität sowie auf den Wasserverbrauch. Aktuell macht dieses Angebot je nach Ausgabestelle von 20% (bei Foodtrucks) über bereits 30% (im Public-Bereich) bis hin zu 48% (im VIP-Bereich) aus. In Zukunft möchten wir durch geschmackliche, aber auch preisliche Anreize und weitere Maßnahmen den Anteil noch weiter erhöhen. Der Bezug von regionalen Lebensmitteln ist bereits gut aufgestellt (73% im VIP-Bereich, 50% im Public-Bereich durch regional hergestellte Backwaren). Aber auch hier möchten wir uns punktuell noch weiter verbessern.

Derzeit werden im Public- und VIP-Bereich noch keine Bio-Produkte verwendet oder angeboten; der Fairtrade-Anteil im Angebot des VIP-Bereichs beträgt 20%, im Public-Bereich gibt es aktuell noch keine Fairtrade-Produkte. Zur Verbesserung treten wir für eine Steigerung des Anteils an ökologisch erzeugten und fair produzierten Lebensmitteln ein und setzen uns hierfür – wie zu den anderen Themen – mit Aramark zusammen.

Die wichtigen Themen Verpackungs- und Lebensmittelabfälle gehen wir bereits durch unterschiedliche Maßnahmen an. Mehrwegbecher sind mittlerweile auch im VIP-Bereich Standard, so wie im Public-Bereich seit Jahren. Insbesondere Lebensmittelabfälle wollen wir vermeiden, deshalb prüfen wir Möglichkeiten zur effektiven und effizienten Weitergabe überschüssiger Lebensmittel. Ein erster Schritt ist bereits geschafft, in dem die Mitarbeitenden im Service des VIP-Bereichs die Möglichkeit haben, nach den Spielen die zubereiteten Speisen zu verzehren. An weiteren Optionen arbeiten wir weiter aktiv, auch mit unseren Partnern.



Abfall

Neben dem Ressourcenverbrauch und einer klima- und umweltfreundlichen Gestaltung des Lebensmittelangebots ist das Abfallaufkommen an Spieltagen eine weitere große Stellschraube, um die ökologischen Auswirkungen des Fußballs zu verringern.

Vermeiden, reduzieren, sortieren und recyceln – unser Anspruch ist, die Abfallhierarchie im Stadionbetrieb konsequent umzusetzen, um die Gesamtmenge des Abfalls deutlich zu senken. Eine weitestgehende Minimierung von (Einweg-)Verpackungen und die bereits beschriebenen Maßnahmen zur Verringerung der Lebensmittelabfälle sind hierfür zentrale Ansatzpunkte.

Abfallbilanz Olympiastadion 01.01.–31.12.2023

AVV Nummer	Abfallart	Summe [t]	Anteil
170904	Gemischte Bau- und Abbruchabfälle	244,41	38,5%
200301	Abfall zur Verwertung	156,38	24,6%
200202	Garten-/Parkabfälle - Rollrasen	71,83	11,3%
170101	Beton, Betonlichtmasten	38,75	6,1%
170405	Shreddervormaterial (4001), Mischschrott (1003), Shreddervormaterial minder (4057)	35,77	5,6%
150101	Verpackungen aus Papier und Karton	17,77	2,8%
200102	Altglas, gemischt	11,74	1,8%
170107	Fliesen, Ziegel und Keramik	11,35	1,8%
200108	Speiseabfälle	6,38	1,0%
150103	Altholz A I	5,90	0,9%
200307	Sperrmüll	4,62	0,7%
200101	Altpapier, gemischt, einfaches Büro-papier / Datenschutzpapier, sortiert	4,25	0,7%
170603*	Mineralfaserabfälle mit schädlichen Verunreinigungen, Dämmmaterial FCKW-haltig	4,02	0,6%
170201	Altholz A III	3,95	0,6%
200138	Altholz A I, Altholz A II	3,91	0,6%
200140	Scherenschrott (1002)	3,71	0,6%
Sonstige	Anteil je Abfallart < 0,5%, z. B. Teppiche, E-Geräte, etc.	9,95	1,6%
Gesamtabfall		634,69 t	

Die aktuelle Abfallbilanz des Stadions ist durch den umfangreichen Umbau für die Europameisterschaft 2024 geprägt. Mit Partnern und Dienstleistern wollen wir zusammen Maßnahmen zur Vermeidung, Verringerung und Trennung von Abfällen im und um das Stadion entwickeln und umsetzen.



43

Soziales

HERTHA BSC ALS STARKER AKTEUR IN DEN BEZIRKEN BERLINS

Mit dem Fußball können wir Kinder und Jugendliche für Bildung und Bewegung begeistern und ihnen wichtige Werte, insbesondere über Teamplay, Respekt in Hinblick auf Unterschiede, Gleichberechtigung und Diversität vermitteln. Aktivitäten für Vielfalt, Inklusion und Integration bilden einen weiteren Schwerpunkt unseres Engagements. Diese Felder wollen wir durch die Erhöhung der Sichtbarkeit mehr in den Fokus der Gesellschaft rücken. Komplettiert wird dies durch die traditionelle Unterstützung von Hertha BSC für soziale Zwecke im breitesten Sinne, jedoch mit einem stärkeren Fokus auf eine stärker strukturierte und längerfristig angelegte Zusammenarbeit zur Verbesserung der Situation bedürftiger Menschen.

WEITER FÖRDERN



Berliner Straßen Cup

Die drei Handlungsfelder sind:

- **Bolzplätze, Bildung und Werte für Kinder & Jugendliche**, in dem die Anziehungskraft von Hertha und des (Profi-)Fußballs für Bewegung, Bildung und Wertevermittlung genutzt wird.
- **Gemeinsam: Vielfalt, Inklusion und Integration**, in dem alle Aktivitäten zu Antidiskriminierung und Förderung von Vielfalt, Gleichstellung, Gleichberechtigung und Inklusion gebündelt sind.
- **Herthaner helfen**, in dem wie bisher das soziale Engagement der Herthanerinnen und Herthaner unterstützt wird – auch in enger Zusammenarbeit mit den Fans – und in Zukunft noch wirkungsvoller ausgerichtet wird.

Triumphe und Rückschläge, Dramen und Schicksale: Unser Sport schreibt die emotionalsten Geschichten – nicht nur auf dem Platz, sondern auch darüber hinaus. Mit unseren Wurzeln im Arbeiterviertel Wedding waren wir von je her ein Club für die Menschen. Für Hertha BSC gehört es zu einer tief verwurzelten Tradition, sich sozial zu engagieren. Dieses soziale Engagement ist auch ein entscheidender Baustein des Berliner Weges. Mit ihm wirken wir aus dem Club heraus positiv auf die Bezirke der Stadt, aber auch auf die umliegende Region Brandenburgs. Getragen wird dies von unseren Mitgliedern, Mitarbeitenden und insbesondere unseren Fans.

Die Themen des Engagements sind vielfältig. Dazu gehören Bewegung und Bildung für Kinder und Jugendliche, die Inklusion von Menschen mit Behinderungen, die Integration von Geflüchteten, das Eintreten für Vielfalt und Diversität sowie die Unterstützung von Menschen mit individuellen Bedürfnissen und Problemen.

Mit unserem Engagement und dem vielfältigen Einsatz unserer Fans übt Hertha BSC als Club einen positiven Einfluss auf das Leben der Menschen in Berlin und der Brandenburger Umgebung aus: Durch substanzielle Hilfe, oder durch besondere Momente, die Ablenkung vom Alltag bieten und Freude schenken.



Derzeit arbeiten wir daran, unser eigenes Handeln und unsere Zusammenarbeit mit den verschiedenen zivilgesellschaftlichen Organisationen, aber auch mit unseren anderen Partnern und Förderern stärker strategisch und langfristig auszurichten. Durch eine noch besser abgestimmte Zusammenarbeit und sich gegenseitig unterstützende Kooperationen können wir so gemeinsam noch mehr erreichen: In Kontinuität zu unseren bisherigen Aktivitäten und Maßnahmen, aber mit einer stärkeren Wirkungsorientierung.

Dabei unterscheiden wir drei Ansätze:

- **Wir entwickeln größere Projekte in Eigenregie oder gemeinsam mit Partnern** und stellen ihnen für die Umsetzung Ressourcen unterschiedlicher Art zur Verfügung.
- **Wir unterstützen Partner bei ihren Projekten und Aktivitäten**, z. B. durch die Bereitstellung von Sportgeräten, den Besuch von Herthinho, unseren Trainerinnen und Trainern, die Übernahme von Kosten und Spenden.
- **Darüber hinaus führen wir eine Vielzahl von eher kleineren Aktionen durch:** Dazu gehören verschiedene Unterstützungsleistungen (Sachspenden von Merchandise, Freikarten etc.) und unsere Teilnahme an Veranstaltungen und Events durch Besuche von Spielern und Spielerinnen.

Bei all unseren Aktivitäten geht es darum, Präsenz zu zeigen, unsere Reichweite und die damit verbundene Aufmerksamkeit für sozial relevante Anliegen zu nutzen. Damit möchten wir Bewusstsein schaffen und einen Beitrag zu gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen leisten.

„Bolzplätze sind mehr als nur ein Stück Beton oder Rasen. Sie sind die Schule des Lebens für Kids und Teens. Hier geht's nicht nur um Tore schießen – es geht um Zukunft, Teilhabe, Verantwortungsgefühl, Werte und Engagement.“

Lena Cassel

Sportmoderatorin, ehemalige Fußballerin



Bolzplätze, Bildung und Werte

SPIELMACHER DES GUTEN IN DEN BEZIRKEN BERLINS

Das Leben der Profifußballer ist für viele Heranwachsende ein großer Traum. Idole dienen als Anreiz, es ihnen gleichzutun und sie motivieren dazu, sich selbst anzustrengen und sich in den verschiedensten Bereichen zu verbessern. In diesem Handlungsfeld bringen wir Kinder und Jugendliche in Bewegung. Nicht nur sportlich, sondern auch mental. Denn Sport im Allgemeinen und der Fußball im Besonderen eignen sich ideal dafür, dem Berliner Nachwuchs den Stellenwert von Gesundheit sowie fundamentale Werte und Ideale im Umgang mit sich und anderen näherzubringen. Das fängt bei den Kleinsten in der Kita an und gilt bis hin zu den heranwachsenden Großen.

Hertha BSC ist ein Magnet für Kinder und Jugendliche, insbesondere auch für diejenigen, die sonst von Schule, Eltern und weiteren Institutionen nicht mehr richtig erreicht werden können. Wir nutzen dafür unsere Anziehungskraft als Profifußball-Club, um positive Veränderung bei den Kindern und Jugendlichen zu bewirken sowie wichtige Inhalte wie zum Beispiel Bewegung und Gesundheit spielerisch zu vermitteln. Wir möchten Kinder und Jugendliche nicht nur für Bewegung als Basis eines gesunden Lebens begeistern – sondern sie über den Fußball die grundlegenden Werte des Sports wie Fairness und Respekt erleben lassen und sie für die Bedeutung von Bildung für ihre persönlichen Lebenschancen sensibilisieren. Mit



WEITER LERNEN

unserem Engagement in diesem Handlungsfeld leisten wir somit einen Beitrag zur Verbesserung der Lebenssituation von Kindern und Jugendlichen, ihrer Zufriedenheit und ihrer positiven Entwicklung in der Zukunft.

Aktuell unterstützen wir das **Lernzentrum@Hertha BSC** als Projekt der Sportjugend Berlin, um Kindern und Jugendlichen an attraktiven Orten wichtige Bildungsinhalte zu vermitteln. Mit unserem Engagement bei **Profivereine machen Schule, Profivereine machen Kita** und auch **Meine Stadt. Mein Sport. Meine Zukunft.** fördern wir unterschiedliche Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche. Darüber hinaus helfen wir bei niedrigschwelligen Projekten auf den Bolzplätzen Berlins, wie beispielsweise dem **Berliner Straßen Cup**, der von 1892HILFT e.V. organisiert wird. Zusätzlich wollen wir unser eigenes Engagement verstärken. Derzeit arbeiten wir an der Entwicklung eigener Projekte für Kitas und Grundschulen, um die Begeisterung für Sport und Bewegung schon früh in einer entscheidenden Entwicklungsphase zu wecken.

Darüber hinaus entwickeln wir gemeinsam mit der Hertha BSC Stiftung, mit Unterstützung des Landessportbundes Berlin und weiteren Akteuren, ein Projekt zur Bepflanzung, Belebung und Aufwertung von Bolzplätzen und Käfigen für Berlin.

Das Leuchtturmprojekt **Bolzplätze für Berlin** soll wenige Monate nach dem 100-jährigen Jubiläum der Plümpe an seinem historischen Ort, der Behmstraße, gestartet werden. Hier befinden wir uns in finalen Gesprächen mit dem Eigentümer des Areals. Der dortige Bolzplatz soll in exemplarischer Art nachhaltig saniert und in den Farben von Hertha BSC gestaltet werden – und würde als Pilot und Vorlage für die nachfolgenden weiteren Bolzplätze in den Berliner Stadtteilen dienen.

Berlin besitzt mit seiner Bolzplatzverordnung des Senates und seinen 459 Bolzplätzen in 12 Bezirken ein riesiges niedrigschwelliges Nutzungspotential für Kinder und Jugendliche jenseits etablierter Vereinsstrukturen. Diverse Größen von Hertha BSC, wie u. a. Andreas „Zecke“ Neuendorf, Kevin-Prince Boateng, Patrick Ebert, Ashkan Dejagah, Chinedu Ede, und Ibrahim „Ibo“ Maza sind ursprünglich auf Berliner Bolzplätzen groß geworden. Sanierungsstau, fehlende Anleitung und wenig bis keine zusätzlichen Angebote lassen dieses Potential in weiten Teilen ungenutzt.

„Hertha BSC Bolzplätze für Berlin“ hat neben dem Kristallisationspunkt Fußball, der Gesundheit und Bewegung für Kinder und Jugendliche einen besonderen

pädagogischen Anteil. In Kooperation mit Bildungseinrichtungen und NGOs werden die Kinder am Bolzplatz über Aktionen und Events in verschiedene Nachhaltigkeitsthemen spielerisch eingeführt.

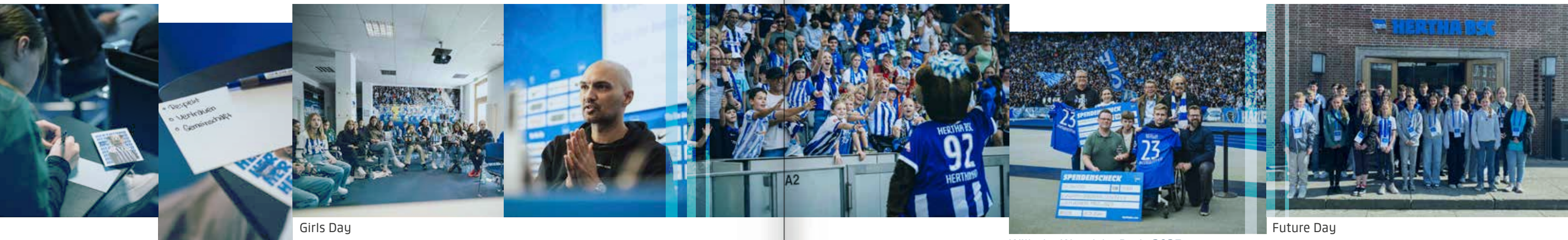
Im Rahmen des **Girls und Boys Day** bieten wir Mädchen und Jungen jedes Jahr Einblicke in die unterschiedlichen Berufe bei Hertha BSC. Dieses Jahr haben Personen aus unterschiedlichen Bereichen des Clubs mit ihrer Expertise Präsentationen zu verschiedenen Themen gehalten. Hierzu zählen Creation, Sportpsychologie, Social Media, Frauenfußball, Fanbetreuung und Nachwuchsmannschaften. Dabei stand im Mittelpunkt, dass die Kinder einen realistischen Einblick in die Arbeit bei Hertha BSC erhalten.

Die **Hertha-BSC-Stiftung** fördert Aktivitäten, die sich besonders in der Kinder- und Jugendarbeit engagieren, mit dem Wilhelm Wernicke Preis werden jährlich besonders herausragende Projekte und Organisationen ausgezeichnet.

Wilhelm Wernicke Preis 2023

1. Platz: **fans@hertha e.V.** für die umfangreiche Unterstützung des SOS-Kinderdorfs Berlin, dotiert mit 20.000 Euro
 2. Platz: **Behinderten-Sportverein Steglitz e.V.** für vorbildlich gelebte Inklusion und die **Harlekins Berlin '98** für vielfältige soziale Projekte in der Fan-Szene, dotiert mit jeweils 3.000 Euro
- Ehrenpreis (erstmalig verliehen): **Frank Zander** für sein langjähriges Engagement in der Obdachlosenhilfe

Vielfältige Aktionen von unseren **Hertha BSC Kiddies** und dem **Team030** runden unsere Aktivitäten in diesem Handlungsfeld ab. Hier gibt es für die Kinder einen regelmäßigen Newsletter (mit Ausmalbildern und Spielen), die Möglichkeit als Einlauf- oder Spalierkind dabei zu sein, Lesungen, den Laternenumzug, Stempelkartenaktionen bei den Heimspielen, Aktionen zum Schulstart für unsere eingeschulten Kiddies Mitglieder, organisierte Besuche von spannenden Orten (z. B. einer Feuerwache oder Spargelhof) und ein Kinderfest zusammen mit der BSR (Berliner Stadtreinigung).



Girls Day

Wilhelm Wernicke Preis 2023

Future Day

Vielfalt, Inklusion und Integration

GEMEINSAM STÄRKER, BESSER UND KLÜGER



weiter VEREINEN

Fußball verbindet, über alle Unterschiede hinweg. Über Fußball werden Integration und Inklusion gelebt, im Stadion, aber auch außerhalb. Hertha BSC trägt hier Verantwortung und will in dieser Hinsicht ein Vorbild mit großer Reichweite und Strahlkraft sein – um Vielfalt und Diversität in ihren unterschiedlichen Dimensionen als positive Normalität zu leben, um Entfaltungsmöglichkeiten zu schaffen und um sich klar gegen jede Form von Diskriminierung abzugrenzen.

Es ist uns ein großes Anliegen, mit unseren vielfältigen Aktivitäten und Projekten zum Thema Inklusion und Integration sichtbar zu werden und vielfältige Möglichkeiten für Begegnungen und verbindende Erlebnisse zu schaffen. Damit Inklusion und Integration gelebte Realität ist, bleibt und wird, wo sie es noch nicht ist. Wir bieten und unterstützen dafür inklusive und integrative Sportangebote, sorgen für gezielte Sensibilisierung und Aufklärung bei Spielen.



Die Spieler der Hertha BSC-Elf stellen sich jetzt auch mit Gebärdensprache vor.

Team Inklusion

Im Kerngeschäft Sport zählt hierzu z. B. die vielfältige Unterstützung von verschiedenen Inklusionsteams (z. B. BSC Comet und BSG Steglitz) und unserer Hertha-**Blindenfußball-Abteilung**, die seit März 2023 über einen eigenen professionellen Trainingsplatz verfügt.

An den Spieltagen ist das ehrenamtliche **Team Inklusion** im Einsatz, das Menschen mit Behinderung durch Unterstützung und Betreuung ein gutes Stadionerlebnis ermöglicht. Unsere Blindenreportage versorgt alle Menschen mit Sehbeeinträchtigungen mit allen Informationen zum Spiel und Spielverlauf.

An unseren Heimspieltagen arbeiten Menschen mit Behinderung im Rahmen des **Schichtwechsels** in verschiedenen regulären Jobs im Stadion. Dabei übernehmen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen Tätigkeiten im Bereich Hospitality (bei der VIP-Bändchen-Vergabe und Platzbegleitung), Sicherheit (als Ordner und Ordnerin) und im Fancontainer der Fan- und Mitgliederbetreuung. Ergänzt wird dieses Angebot durch den Schichtwechseltag, einem Projekttag auf der Geschäftsstelle von Hertha, bei dem Menschen mit Behinderung Information zur Arbeit bei Hertha BSC und Einblicke in den Arbeitsalltag erhalten.

Die Expertise unserer ehrenamtlich tätigen Mitglieder und Fans war auch in der Beratung bei dem Umbau des Olympiastadions für die EM 2024 gefragt. Der AK Inklusion hat diesen Prozess mit seinem Wissen und Erfahrungen begleitet. Die dadurch erzielten Verbesserungen beim Stadionerlebnis für Menschen mit Behinderung sind weiter vorne in diesem Bericht zu finden.

All diese Aktionen sind fester Bestandteil des Selbstverständnisses und Engagements von Hertha BSC als Fußballclub.



Blindenreportage



WO IST LOTTE?

An Spieltagen gehen engagierte Herthanerinnen und Herthaner konsequent gegen jede Form von Grenzüberschreitungen und Übergriffen vor. Dazu haben Mitarbeitende, Mitglieder und Fans mit „Wo ist Lotte?“ ein Schutzkonzept entwickelt und umgesetzt, das Opfern von Diskriminierung, Belästigung, Bedrohung, Bedrängnis, Beleidigung oder Gewalt (körperlicher oder psychischer Art) an Spieltagen Hilfe und Schutz bietet. Unser ehrenamtliches Team ist an Spieltagen in pinken Westen unterwegs und in oder nach entsprechenden Situationen ansprechbar. „Wo ist Lotte?“ ist auch das Codewort, mit dem man sich bei Übergriffen an das Stadion- und Hertha-Personal wenden kann, um psychosoziale Notfallbetreuung zu erhalten.



„Ein Verein ohne Ehrenamt ist wie eine Mannschaft ohne Torwart. Und im Fall von „Wo ist Lotte“ gilt das ganz besonders. Weil die Menschen, die ich an jedem Spieltag im Stadion treffe und mittlerweile persönlich kennenlernen durfte, echten Schutz bieten. Eine nötige Absicherung gegen Diskriminierung, Rassismus, Homophobie und jede andere Grenzüberschreitung. Sie sind die Hier-Ist-Schluss-Menschen und halten schützende Hände über alle jene, die sich im Zweifel selbst nicht wehren können. Ihre weiße Weste ist pink. Gut, dass Hertha BSC einen solchen Rückhalt besitzt.“

Lucas Vogelsang

Fußball Podcaster, Fußball-Schriftsteller, Journalist



Herthaner helfen

ANPACKEN UND WÜNSCHE ERFÜLLEN

Herthanerinnen und Herthaner – als Fans, Mitglieder und Mitarbeitende – unterstützen Menschen, die es schwerer haben. Die Unterstützung des umfangreichen Engagements unserer Mitarbeitenden, Mitglieder und insbesondere unserer Fans ist mehr als eine Herzensangelegenheit: Sie ist elementarer Bestandteil des Clubs. In einer Vielzahl von Projekten und Aktionen hilft Hertha dort, wo viel bewirkt werden kann. Seit vielen Jahren, wenn nicht Jahrzehnten, engagieren wir uns gemeinsam für Menschen mit besonderen Herausforderungen und Problemen. Eine zentrale Rolle spielen dabei **Fan-Initiativen** wie **1892hilft!** und **fans@Hertha**, die mit konkreten Aktionen Menschen unterstützen und Freude bereiten.

Neben unseren eigenen Aktivitäten bieten wir kommunikative Reichweite und Unterstützung und sorgen für die öffentliche Präsenz wichtiger Themen, die nicht immer im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen. Durch die verstärkte Präsenz in der Öffentlichkeit werden mehr Menschen auf die Initiativen aufmerksam. Dies bietet die Chance, dass sich weitere Fans und Unterstützer ermutigt fühlen, sich einzubringen und Teil dieser Gemeinschaft zu werden.

Ein großes Highlight ist unsere jährliche **Weihnachtsaktion** mit Weihnachtsbaumverkauf (eine Kooperation mit dem Werderaner Tannenhof) und Stadionführungen für soziale Organisationen. Die Weihnachtsaktion wird von allen Direktionen und Abteilungen der Geschäftsstelle mitgetragen und zeichnet sich durch ein vielfältiges Engagement aus, um Menschen in der Weihnachtszeit eine Freude zu machen.

Aber auch zu allen anderen Zeiten des Jahres gibt es ein umfangreiches Engagement durch die Herthanerinnen und Herthaner als Fans, Mitglieder und Mitarbeitende, das unsere Gemeinschaft ausmacht. Wir unterstützen deshalb gerne die Aktionen **Hertha wärmt!** und **Spendet Becher, rettet Leben** (Harlekins Berlin '98).

Seit September 2023 beteiligen wir uns am Modellprojekt „Trauer unterm Flutlicht“, bei uns **„Ein letztes Ha Ho He“**, um ein Konzept zum Thema Trauerkultur zu entwickeln, das im Anschluss durch Handlungsempfehlungen auch anderen Clubs dabei helfen soll, Strukturen für die Trauerkultur für verstorbene Fans und Mitglieder aufzubauen, um Menschen Wege zur Unterstützung in Zeiten von Trauer aufzuzeigen.





„Als Gründerin und Vorsitzende der Berliner Tafel möchte ich meine Anerkennung und meinen Dank an Hertha BSC aussprechen. Das langjährige soziale Engagement des Vereins ist von unschätzbarem Wert für unsere Stadt. Fußball hat eine besondere, gesellschaftlich verbindende Kraft und fördert den Zusammenhalt in den Bezirken Berlins. Gemeinsam mit der Berliner Tafel können wir viel bewegen und das Leben vieler Menschen verbessern.“

Sabine Werth
Gründerin und Vorsitzende der Berliner Tafel





WAS WIR IN ZUKUNFT FÜR DIE ZUKUNFT MACHEN

Der plötzliche und unerwartete Tod von Kay Bernstein hat ganz Hertha BSC tief erschüttert. Als charismatischer Präsident, der aus den Reihen der Fans kam, hatte Bernstein eine besondere Verbindung zum Club und seinen Anhängern. Sein Engagement für Transparenz, Gemeinschaft und eine nachhaltige strategische Ausrichtung mit dem „Berliner Weg“ war Garant und wichtiger Bestandteil der jüngsten Erfolge und Fortschritte des Clubs.

In der direkten Zeit nach dem Verlust von Kay Bernstein standen wir vor der Herausforderung, seine Arbeit fortzuführen und die gesetzten Ziele zu erreichen. Es galt und gilt, die Kontinuität zu wahren und die strategischen Pläne weiter umzusetzen. Dabei ist entscheidend, dass der Club, seine Führung und alle Mitarbeitenden und Fans geschlossen auftreten und den „Berliner Weg“ weitergehen.

Wir sind entschlossen, die Fortschritte, die unter Kays Führung erzielt wurden, weiter voranzutreiben. Die langfristigen Ziele bleiben bestehen: In dem Bekenntnis zu einer grundlegenden Erneuerung wollen wir eine stabile Position in der Bundesliga erreichen, die kontinuierliche Förderung junger Talente weiter ausbauen und die nachhaltige Stärkung der wirtschaftlichen Basis von Hertha BSC sicherstellen. Ein besonderer Fokus liegt auf der Förderung des Nachwuchses und der Integration junger Spieler in die erste Mannschaft. Diese Strategie soll nicht nur den sportlichen Erfolg bringen, sondern auch die Identifikation mit dem Club stärken.

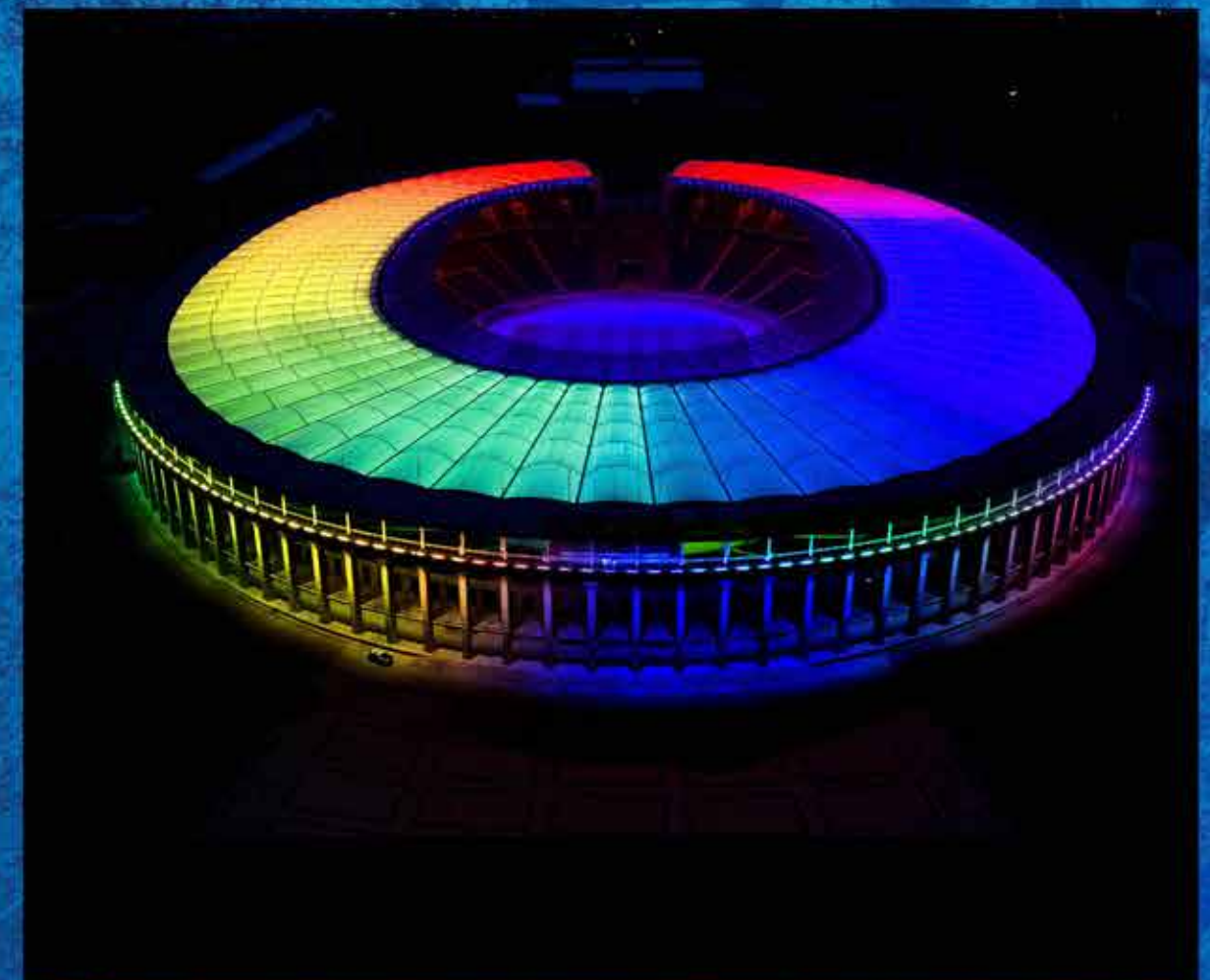
Mit einem klaren strategischen Plan, einer starken Gemeinschaft und unser engagierten Führungsmannschaft um Fabian Drescher, Thomas E. Herrich, und Ralf Huschen ist Hertha BSC gut aufgestellt, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Der Club wird den „Berliner Weg“ weiterführen und sich darauf konzentrieren, eine erfolgreiche und nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Das erste Drittel unserer Erneuerung ist gelungen. Jetzt gilt es, darauf aufzubauen und die Nachhaltigkeitsstrategie in allen Handlungsfeldern erfolgreich umzusetzen. Sportlich, wirtschaftlich und in unserem Wirken in die Stadt. Unser nächstes Etappenziel ist es, das zweite Drittel des „Berliner Weges“ mit seinen so wichtigen Nachhaltigkeitsmaßnahmen stringent zu realisieren, um im letzten Drittel die wirtschaftlichen Früchte der Transformation zu ernten.

Gemeinsam mit unseren Fans und Mitgliedern hat Hertha BSC die Herausforderungen angenommen und ist neu und gestärkt daraus hervorgegangen. Unser Ziel ist auf Basis des „Berliner Weges“ den Club in der Bundesliga fest zu etablieren und die Tradition und Werte, die Hertha BSC ausmachen, zu bewahren und in eine zukunftsfähige Nachhaltigkeit zu führen.

„Mit Blick auf den finanziellen Druck und den Fokus der Sanierung finde ich es gut, dass Hertha sich neben dem Sport auch und gerade den großen Themen der Gegenwart und Zukunft, der Nachhaltigkeit, widmet.“

Iris Spranger
Berliner Senatorin für Inneres und Sport





Ein Baum für uns alle.

Symbolisch und mit Tatkraft haben unzählige Herthannerinnen und Herthaner den Baum „gepflegt“ und „gegossen“ – seitdem ihn Kay Bernstein gepflanzt hat.

Was anfangs nur ein zartes Pflänzchen der Hoffnung für den „Berliner Weg“ war, trägt heute immer mehr Früchte.

Wir werden diesen Weg in aller Entschiedenheit weiter gehen.

GRI-INDEX

Hertha BSC (Hertha BSC GmbH & Co. KGaA und Hertha BSC Verwaltung GmbH) hat über die in diesem GRI-Index angegebenen Informationen für den Zeitraum 01.07.2023–30.06.2024 unter Bezugnahme auf die GRI-Standards berichtet. Grundlage ist der universelle GRI Standard 2021. Alle Berichtsinhalte beziehen sich auf diesen Zeitraum (wenn nicht sind abweichende Daten angegeben) und schließen die Aktivitäten der Hertha BSC GmbH & Co. KGaA und Hertha BSC Verwaltung GmbH mit ein; beim Ressourcenverbrauch des Olympiaparks (S. 65) ist auch der Verbrauch weiterer Nutzer miteinbezogen.

GRI ANGABE		VERWEIS
GRI 2:	ALLGEMEINE ANGABEN 2021	
Angabe 2–1	Organisationsprofil	S. 24–25
Angabe 2–2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	S. 110
Angabe 2–3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	S. 120 + 122
Angabe 2–6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	S. 50–53 + 66–88
Angabe 2–9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	S. 24–25
Angabe 2–12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	S. 24–25
Angabe 2–13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	S. 24–25
Angabe 2–16	Übermittlung kritischer Anliegen	S. 122
Angabe 2–22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	S. 9
Angabe 2–25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	S. 122
Angabe 2–26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	S. 59
Angabe 2–27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	S. 59
Angabe 2–29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	S. 32–35 + 57–59
GRI 3:	WESENTLICHE THEMEN 2021	
Angabe 3–1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	S. 32–35
Angabe 3–2	Liste der wesentlichen Themen	S. 32–35
Angabe 3–3	Management von wesentlichen Themen	
	Sportlicher und wirtschaftlicher Erfolg im Kerngeschäft inkl. Nachwuchsarbeit	S. 48–49
	Lieferkettenmanagement, Kooperationen und Partnerschaften	S. 50–53
	Mitarbeiterbelange und interne Organisation	S. 57–59
	Ressourcenverbrauch und Abfall Geschäftsstelle, Akademie, Fan-Shops	S. 66–71
	Mobilität von Fans, Mannschaften und Geschäftsreisen sowie Pendeln der Mitarbeitenden	S. 75–81
	Ressourcenverbrauch und Abfall an Spieltagen	S. 83–88
	Soziales Engagement – Sportliche Betätigung und Entwicklung von Kindern und Jugendlichen	S. 96–99
	Soziales Engagement – Für Vielfalt, Inklusion und Integration	S. 101–105
	Soziales Engagement – Für Bedürftige und soziale Organisationen	S. 109–111
GRI 205:	ANTIKORRUPTION 2016	
Angabe 205–3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 59
GRI 303:	WASSER UND ABWASSER 2018	
Angabe 303–5	Wasserverbrauch	S. 68–69 + 84
GRI 305:	EMISSIONEN 2016	
Angabe 305–1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	S.64–65
Angabe 305–2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	S.64–65
Angabe 305–3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	S.64–65
GRI 306:	ABFALL 2020	
Angabe 306–1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	S. 68–69 + S. 88
Angabe 306–2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	S. 68–69 + S. 88
Angabe 306–3	Angefallener Abfall	S. 68–69 + S. 88
GRI 403:	SICHERHEIT UND GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ 2018	
Angabe 403–1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	S. 57–59
Angabe 403–4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	S. 57–59
Angabe 403–6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	S. 57–59

IMPRESSUM

Herausgeber

Hertha BSC GmbH & Co. KGaA
Hanns-Braun-Straße, Friesenhaus 2
14053 Berlin
Deutschland
+49 30 300928
service@herthabsc.com
herthabsc.com
Geschäftsführung: Thomas E. Herrich (Sprecher), Ralf Huschen
Amtsgericht Charlottenburg
Handelsregisternummer:
HRB: 84 666 für die GmbH & Co. KGaA
HRB: 80 183 für die Verwaltung GmbH

Verantwortlich für den Inhalt

Colin Jahn
colin.jahn@herthabsc.de

Bildrechte

City-Press, Picture-Alliance, imago, DFL/Getty, Hertha BSC

Hinweis

Der vorliegende Bericht wurde unter Bezugnahme auf die GRI-Standards 2024 erstellt. Die Zusammenfassung der nach GRI-Struktur behandelten Themen findet sich auf S.120

Redaktionsschluss

Redaktionsschluss für diesen Bericht war der 15.09.2024

Konzept, Text und Gestaltung

IMPCT for Change GmbH
impctforchange.com

