



Nachhaltigkeitsbericht
des FC Bayern München

2022
-2023





IN GEDENKEN AN DEN KAISER: DANKE, FRANZ BECKENBAUER

11.09.1945 – 07.01.2024

1945
-
2024

„Franz Beckenbauer ist die größte Persönlichkeit, die der FC Bayern jemals hatte. Als Spieler, Trainer, Präsident, Mensch: unvergesslich. Niemand wird ihn jemals erreichen.“

Uli Hoeneß

„Franz Beckenbauer hat den FC Bayern nachhaltig geprägt (...); er ist auch ein ‚nachhaltiger‘ Mensch gewesen, auch weil er die Leute mitgenommen hat. Er hat für die Fans gelebt.“

Karl-Heinz Rummenigge

Anfang des Jahres musste der FC Bayern Abschied von Franz Beckenbauer nehmen. Ohne den Kaiser gäbe es diesen Club in seiner heutigen Form nicht - Franz Beckenbauer hat alles ermöglicht, wofür der FC Bayern heute steht: Von München, über Bayern in die Welt. Er war nicht nur als Spieler und Trainer, sondern auch als Präsident maßgeblich daran beteiligt, dass sportliche Erfolge, wirtschaftliches Wachstum und soziale Werte dauerhaft prägend für den FC Bayern wurden. Um seinem Vermächtnis gerecht zu werden, muss und wird der FC Bayern auch für aktuelle und zukünftige Generationen Verantwortung übernehmen und dabei seine Fans immer einbeziehen, wie es Franz Beckenbauer Zeit seines Lebens getan hat.

Diesen Bericht - in dem wir über unser Bemühen für eine nachhaltige Entwicklung des Clubs und der Gesellschaft berichten - widmen wir daher Franz Beckenbauer und seinem Lebenswerk.

VORWORT

Herbert Hainer

Präsident des
FC Bayern München eV

Es ist uns wichtig gewesen, diesen Nachhaltigkeitsbericht des FC Bayern München für den Zeitraum 2022/2023 der Anfang des Jahres verstorbenen Vereinsikone Franz Beckenbauer zu widmen. Der „Kaiser“ hat diesen Club über die Maße geprägt, nicht allein mit seinen sportlichen Leistungen und Erfolgen, sondern auch durch seine einzigartigen menschlichen Qualitäten.

Franz Beckenbauer nahm sich immer Zeit für jeden, er hatte stets ein offenes Ohr, ein Lächeln parat – und das ist sein vielleicht größtes Vermächtnis: Dass kein Termin dieser Welt wichtiger sein sollte als der, der gerade neben einem steht. Franz Beckenbauer war seiner Zeit immer voraus – und auf seine Art einer der nachhaltigsten Menschen, die wir je kennenlernen durften.

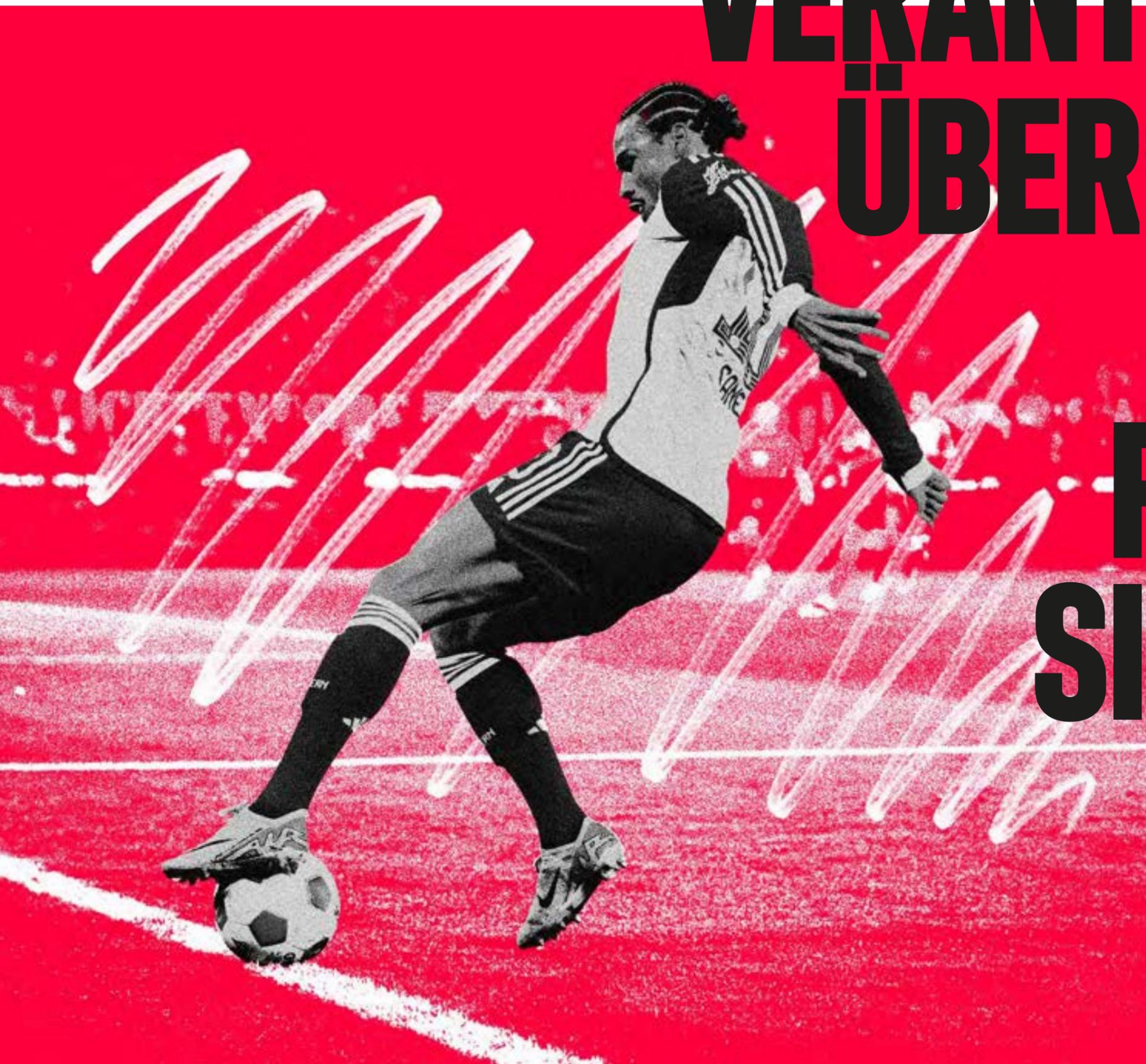
Der FC Bayern hat seine Nachhaltigkeitsstrategie unter den Überbegriff „Mitnand“, bayerisch für „Miteinander“, gestellt: Im Miteinander ist man stark, miteinander erreicht man gemeinsam seine Ziele, nur mitnand haben wir eine Zukunft: Gesellschaftspolitisch wie mit Blick auf unser Klima.

Wir gewinnen zusammen, wir verlieren zusammen: Mitnand gehen wir zum FC Bayern, mitnand sind wir ein Verein – und nur gemeinsam bewirken wir etwas, auf und neben den Spielfeldern. Miteinander steht für Zusammenkommen, Zusammenspiel, Zusammensein – man definiert sich über das Gemeinsame: Mitnand kann man Vorbild sein – jeder für sich, als Teil einer Vereinigung.

„Mitnand“ ist ein Begriff, der eine positive Bewegung symbolisiert: nach vorne gerichtet, denn im Zusammenwirken ist man immer aktiv. Wer miteinander wohin geht, sucht die Gesellschaft, sucht den Doppelpass. Man sitzt nicht zuhause, man bleibt nicht passiv – zusammen packt man die Dinge an, und aus dem gemeinsamen Handeln entsteht etwas. Mitnand zu sein, steht für genau das, was Sportvereine vermitteln: Gemeinschaftsgefühl und Teamgeist führen zum Erfolg.

Auch das hat uns Franz Beckenbauer stets vorgelebt.

Genau so hat es sich der FC Bayern als Ziel gesetzt, zu wirken – und das nachhaltig.



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN – WIR ALS FC BAYERN SIND BEREIT

Als FC Bayern haben wir unsere Erfolgsgeschichte in München gestartet; durch stetigen Erfolgshunger sind wir über Bayern und Deutschland hinaus in der ganzen Welt bekannt. Wir identifizieren uns aber seit jeher nicht nur mit (sportlichem) Erfolg, sondern auch mit unseren weiteren Werten: Engagement und Inspiration.

Dazu gehört für uns, Verantwortung zu übernehmen, den Blick über den sprichwörtlichen Tellerrand zu richten und die Bereitschaft und Fähigkeit zu zeigen, sich weiterzuentwickeln, wann immer dies notwendig ist.



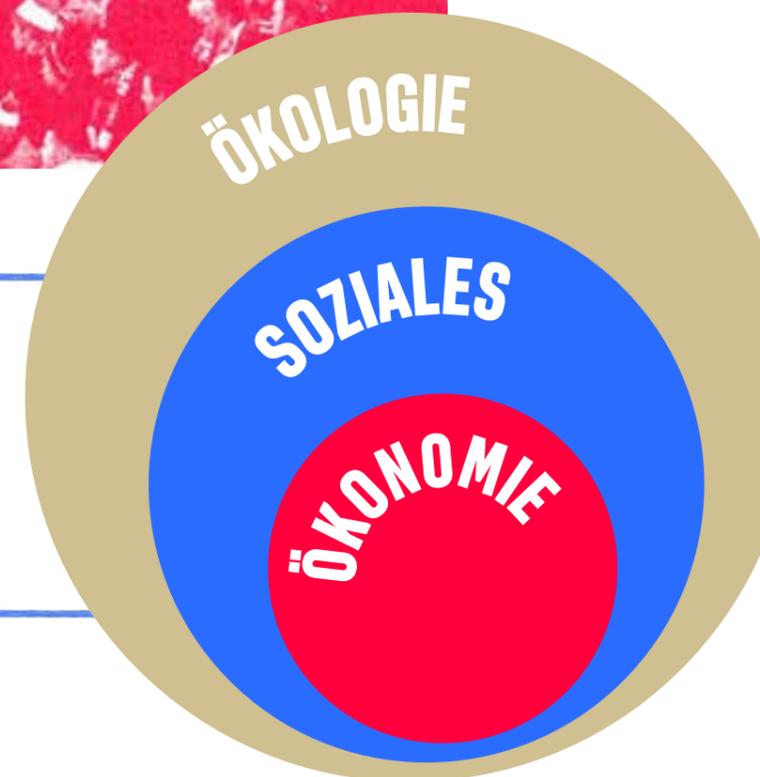
Aktuell steht die Welt vor großen Herausforderungen. Klimawandel, soziale Ungleichheit und verschiedenste Krisen konfrontieren uns jeden Tag damit, dass es ein „Weiter so!“ in vielen Bereichen nicht mehr geben darf und unsere Fähigkeit, uns weiterzuentwickeln, jetzt besonders gebraucht wird.

Unseren Werten entsprechend wollen auch wir Verantwortung übernehmen, um unseren eigenen Erwartungen sowie denen der Gesellschaft und den Bedürfnissen des Planeten gerecht zu werden. Als Teil und Aushängeschild des Sports haben wir Einfluss auf unsere Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft, ebenso wie auf die Sichtweise und das Bewusstsein vieler Menschen – die berühmte Strahlkraft und Reichweite des Spitzensports ist gefragt wie nie zuvor, und der FC Bayern ist bereit.

Wir haben gezeigt, dass wir die sportliche Reise von München über Bayern in die Welt erfolgreich gestalten können. Jetzt wollen wir nachhaltig von München über Bayern in die Welt wirken und dabei auf allen drei Ebenen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie und Soziales – agieren. In diesem Bericht legen wir dar, was wir unter Nachhaltigkeit verstehen und wie wir uns als Club nachhaltig entwickeln.

Nachhaltigkeit aus der Systemperspektive

Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit werden in ihrer Beziehung und Abhängigkeit voneinander betrachtet: Nur in einer gesunden Umwelt (Ökologie) finden wir Lebensbedingungen vor, um eine gerechte Gesellschaft (Soziales) zu etablieren. Ohne Gesellschaft gibt es wiederum keine florierende Wirtschaft (Ökonomie).



In Gedenken an den Kaiser: Danke Franz Beckenbauer	2
Mitnand – Vorwort	4
Verantwortung übernehmen – wir als FC Bayern sind bereit	6

Über uns

„Auch neben dem Platz kann der FC Bayern viel erreichen“	12
Nachhaltigkeit betrifft uns alle	14
Konstanter sportlicher Erfolg	16

Nachhaltigkeit beim FC Bayern

Unsere Nachhaltigkeits-Roadmap	18
Die Entwicklung unserer Nachhaltigkeits- strategie	20
Nachhaltigkeit betrifft alles und alle – unser Nachhaltigkeitsverständnis	26
Unser unternehmerisches Selbstverständnis	28
Nachhaltigkeitsmanagement als Querschnittsaufgabe	34
Status go!	36

Vielfalt & Inklusion 40

Grundhaltung des FC Bayern	42
„Soziales Engagement ist kein Wettrennen“	43
Haltung zeigen!	44
„Miteinander lernen, leben, lachen“	48
„Es steht für eine Gesellschaft alles auf dem Spiel, wenn die Vergangenheit wieder zur Gegenwart wird	49
„Jeder Cent zählt, hilft, bewirkt Gutes“	52
Riesen-Hilfe	54
Einmal noch ... zum FC Bayern	56
FC Bayern für alle	57

Gesundheit & Sicherheit 60

Gemeinsam für eine Kultur des Hinsehens	63
Kinder schützen und stark machen	64
Mentale Gesundheit und persönliche Entwicklung haben Priorität	66
Förderung der Jüngsten – Bewegung, Bildung und vieles mehr	68
Mach das Beste aus dir – mit uns!	70
Begeistern, inspirieren und die Gesundheit fördern	74
Beste Arbeitsbedingungen – auf und neben dem Platz	76

Klima & Umwelt 78

Unser Ansatz für Klima- und Umweltschutz	80
Umweltrichtlinie des FC Bayern	82
Messen, wissen, handeln	84
Die Aufbruchstimmung ist spürbar	88
Wir sind unterwegs: Nachhaltigkeit in der Allianz Arena	90
Wir sind unterwegs: Umweltmanagement beim FC Bayern	92
„Du bist was du isst.“	96

Materialien & Lieferkette 98

Phase 2	100
---------	-----

Der Nachhaltigkeitsbericht 2022 / 2023
des FC Bayern München steht auch als
englische Übersetzung zur Verfügung. Bei
Abweichungen geht die deutsche Fassung
der englischen vor.



„AUCH NEBEN DEM PLATZ KANN DER FC BAYERN VIEL ERREICHEN“



JAN-CHRISTIAN DREESEN

CEO
FC Bayern München AG

Herr Dreesen, was bedeutet Nachhaltigkeit für den FC Bayern?

Jan-Christian Dreesen: Es bedeutet in erster Linie, Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen. Vor einigen Jahren hatte Nachhaltigkeit oft noch nicht diese Bedeutung wie heute. Inzwischen haben wir alle ein wesentlich umfassenderes Verständnis entwickelt. Es sind Themen und Herausforderungen, die unseren Club und seinen Kern bereits seit seiner Gründung beschäftigen. Eine Grundlage unseres Erfolgs war schon immer das nachhaltige, schuldenfreie Wirtschaften, was uns langfristige, finanzielle Stabilität ermöglicht. Gleichzeitig wollen wir unsere sportlichen wie wirtschaftlichen Erfolge für Impulse in der Gesellschaft nutzen. Die Führungspersonalitäten des Vereins hat immer ausgezeichnet, dass sie über den Spielfeldrand hinausschauen.

Was sind die größten Herausforderungen?

JCD: Heute stehen wir als Gesellschaft vor ganz anderen Aufgaben als noch vor einigen Jahren und erst recht Jahrzehnten. Dementsprechend müssen wir unser Verständnis von Nachhaltigkeit permanent überarbeiten und laufend am Ball bleiben. Klima und Umwelt, Toleranz und Vielfalt, Gesundheit, Sicherheit, Wohlbefinden – auch der FC Bayern muss Tag für Tag für diese Themen einstehen. Das erwarten alle: Unsere Mitglieder und Fans,

Partner und Sponsoren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – und nicht zuletzt wir selbst von uns.

Wie geht der FC Bayern seine Rolle an?

JCD: Wir müssen das verantwortungsbewusste Wirtschaften und unseren sozialen Kern, das „Miteinander und Füreinander“ beibehalten und darüber hinaus dort ansetzen, wo es die ökologischen Herausforderungen und gewandelten Erwartungen der Gesellschaft notwendig machen. Wir haben daher in einem clubübergreifenden Strategieprozess Handlungsfelder identifiziert, innerhalb derer wir unser Nachhaltigkeitsverständnis umsetzen. Wichtig ist es, den Strategieprozess weder kurzfristig zu betreiben noch als abgeschlossen zu betrachten. Wir wollen uns stetig weiterentwickeln und stetig hinterfragen.

Welche Handlungsfelder hat der Club für sich identifiziert?

JCD: Vielfalt und Inklusion, Gesundheit und Sicherheit sowie Klima und Umwelt. Dabei handelt es sich nicht um exklusive Bereiche, denen andere Tätigkeitsfelder weichen müssen. Vielmehr wollen wir ein ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit etablieren, auf das die Bearbeitung weiterer Handlungsfelder aufgebaut werden kann. Wichtig dabei ist, dass wir Nachhaltigkeit als Querschnittsfunktion über den ganzen Verein hinweg angehen.

Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung des Clubs im Bereich Nachhaltigkeit ein?

JCD: Unser Zweck als Verein ist es bereits von der Gründung an, Positives bei unseren Fans und damit auch in der Gesellschaft zu bewirken. Das hat sich nicht geändert. Wir wollen dabei mit der Zeit gehen und insbesondere auf die Bedürfnisse der jungen Generation eingehen – denn es ist ihre Zukunft, die wir heute beeinflussen.

Herr Pešić, welche Rollen spielen der Profisport generell und der FC Bayern insbesondere, wenn es darum geht, nachhaltig in die Gesellschaft zu wirken?

„WIR KÖNNEN ZEIGEN, DASS ES KEINE GRENZEN GIBT.“

Marko Pešić: Der FC Bayern hat als Weltverein eine riesige Strahlkraft, die über den Sport hinausgeht. Das bedeutet eine Verantwortung und zugleich eine Verpflichtung. Der Sport steht generell für Vielfalt, und auch der FC Bayern besteht nicht allein aus Fußball: Mit dem FC Bayern Basketball haben wir viele Möglichkeiten, unsere gesellschaftlichen Werte zu transportieren. Wenn ich da allein an die clubübergreifende Initiative „Rot gegen Rassismus“ denke – das ist im Basketball ein wichtiges Thema, und wir positionieren uns regelmäßig. Unter dem Motto #WeCareTogether führen wir außerdem zahlreiche Projekte in der ganzen Stadt oder Aktionsspieltage durch, engagieren uns zum Beispiel regelmäßig bei der Tafel München. Wir wollen Verantwortung tragen – für die Sportkultur, die Gesellschaft und die Stadt, in der wir leben.



Frau Rech, wie sehen Sie die gesellschaftliche Verantwortung mit Blick auf die FC Bayern Frauen?

Bianca Rech: Ich denke, dass die FC Bayern Frauen vor allem jungen Fans zeigen können, dass es keine Grenzen gibt, wenn man an seine Ziele glaubt und immer alles gibt. Unsere Spielerinnen sind Role-Models, über die der Verein nicht zuletzt Familien erreicht. Wir entwickeln Konzepte und Maßnahmen immer aus der Sicht des Gesamtvereins, können aber zugleich die verschiedenen Identifikationsmöglichkeiten mit den Profibereichen Männerfußball, Frauenfußball und Basketball nutzen. Es ist auch ein gutes Signal, wie die natürliche Einbindung des Frauenfußballs in den Club gelingen kann: Beim FC Bayern ist das allein schon historisch bedingt – Frauenfußball gibt es hier bereits seit über 53 Jahren, auf so eine Tradition blickt kaum ein anderer internationaler Top-Club zurück. Wir haben hier ein Zuhause, entwickeln uns stetig weiter und können authentisch aufzeigen, was alles möglich ist.



MARKO PEŠIĆ

Geschäftsführer FC Bayern München Basketball GmbH

Herr Pešić, gibt es besondere Beispiele des Zusammenspiels im Sinne der Nachhaltigkeit?

MP: Neben „Rot gegen Rassismus“ fällt mir da spontan die Entwicklung des FC Bayern Kinderschutzkonzepts „Rote Linie“ ein, bei dem Joshua Kimich von den Fußballern, Andi Obst aus dem Basketball und die frühere FCB-Torhüterin Laura Benkarth beteiligt waren. Die Chancen, die sich aus dieser sportarten- und geschlechterübergreifenden Wirkungsmöglichkeit ergeben, sind herausragend. Der FC Bayern Basketball ist seit Jahren in der Metropolregion München als Unterstützer und Förderer von Menschen in Not aktiv. Unsere Aufgabe ist es, dass wir Menschen nicht nur mit Spitzensport und Ergebnissen erfreuen, sondern dass wir uns auch engagieren und unsere gesellschaftliche Verantwortung mit Leben füllen. Auch die Bewegungsförderung ist uns ein großes Anliegen. Hier agieren alle Sportabteilungen des FC Bayern Hand in Hand, um junge Menschen zu bewegen – in jeglicher Hinsicht.

Frau Rech, sportliche Ziele sind elementar – und was darüber hinaus?

BR: Wir sind sehr stolz darauf, dass wir immer mehr Kinder, unabhängig vom Geschlecht, zum Sport inspirieren und für den FC Bayern begeistern können. Die sich daraus ergebenden Chancen, bereits die Jüngsten zugleich auch für derart wichtige Themen wie Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, wollen wir nutzen. Der FC Bayern ist eine Heimat für jeden Menschen, egal, welchen Hintergrund er hat – und das nicht nur im Sport, sondern darüber hinaus.

BIANCA RECH

Abteilungsleiterin Frauenfußball FC Bayern München AG

NACHHALTIGKEIT BETRIFFT UNS ALLE

Mitglieder & Fans

316.000

Offizielle Vereinsmitglieder

4.545

Fanclubs

732

Internationale Fanclubs

3.813

Nationale Fanclubs

339.650

Fanclubmitglieder

51.065

Internationale Fanclubmitglieder

288.585

Nationale Fanclubmitglieder

50.000

Kids-Club-Mitglieder

Fanclub-Events 2023

Sieben Veranstaltungen mit 325 Vertreterinnen und Vertretern aus 175 Fanclubs bei einer Reichweite von über 22.600 registrierten Fanclubmitgliedern

Social-Media-Follower

Unsere Social-Media-Kanäle erzielen extrem hohe Reichweiten mit über 169 Mio. Followern weltweit

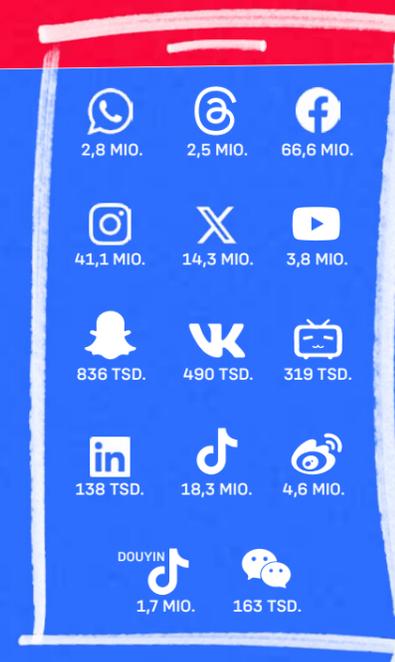
157 MIO.

Follower auf den Herren-Hauptseiten

5,5 MIO. + 6,7 MIO.

Follower FC-Bayern-Frauen-Kanälen

Weitere Follower auf allen Kanälen unserer FC-Bayern-Assets



5,5 MIO

FC-Bayern-Frauen-Follower

1,5 MIO

Follower von Maskottchen Berni, Mia und Ben

1 MIO

FC-Bayern-Basketball-Follower

110 TSD

Fanbetreuung-Follower

1,6 MIO

Allianz-Arena-Follower

2,3 MIO

Exchange through Campus

236 TSD

FC-Bayern-Legends-Follower

News (Print und Online)

155.000

Über 155.000 News-Artikel werden monatlich weltweit über den FC Bayern verfasst.

Allianz Arena

88%

der Stadionbesucher*innen nehmen die Allianz Arena als familienfreundlich wahr.

70%

der Stadionbesucher*innen finden, dass sich die Allianz Arena um einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Betrieb bemüht.

76%

der Stadionbesucher *innen sind mit der Auswahl der Speisen zufrieden, 73% mit deren Qualität.

Die Arena belegt Platz 3 im Europa-Ranking der Stadionbesucher*innen (Anzahl Besucher*innen, Fußballspiele 2022/2023).

Statements zum FC Bayern

83%

der Fußballinteressierten in Deutschland bezeichnen den FC Bayern als würdigen Vertreter auf internationaler Ebene.

71%

der Fußballinteressierten bezeichnen den FC Bayern als ein internationales Aushängeschild für Deutschland.

Frauenfußball

24.000

Tickets beim Spiel gegen den FC Barcelona verkauft - Rekordkulisse für Frauenfußball in der Allianz Arena.

97%

der FC-Bayern-Fans sehen die Frauen des FC Bayern als starke und wichtige Vorbilder.

KONSTANTER SPORTLICHER ERFOLG

Wir sind einer der erfolgreichsten Fußballclubs der Welt und leidenschaftliche Trophäenjäger*innen.

Pokale Männerfußball



UEFA CHAMPIONS LEAGUE



WELTPOKAL/FIFA KLUB-WELTMEISTERSCHAFT



DEUTSCHE BUNDESLIGA



UEFA SUPERCUP



DFB-POKAL



UEFA CUP



EUROPAPOKAL DER POKALSIEGER



DFL-SUPERCUP/DFL-LIGAPOKAL

Pokale Frauenfußball



DEUTSCHER MEISTER



DEUTSCHER VIZEMEISTER



DFB-POKAL



ENDSPIELTEILNAHME DFB-POKAL



BUNDESLIGACUP



BAYERISCHER MEISTER DAVON 19-MAL IN FOLGE



BAYERISCHER POKAL-SIEGER

Pokale Basketball



DEUTSCHER MEISTER



DEUTSCHER POKALSIEGER



DBB-POKALSIEGER



REGIONALLIGA-MEISTER



MEISTER IN DER 2. BUNDESLIGA SÜD



MEISTER IN DER 2. BASKETBALL-BUNDESLIGA PROA

UNSERE NACHHALTIGKEITS-ROADMAP

Berichtskreis und Berichtszeitraum

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf alle Aktivitäten des Clubs FC Bayern München einschließlich des FC Bayern München eV, der FC Bayern München AG und der FC Bayern München Basketball GmbH.

Prägend für das Nachhaltigkeitsverständnis des FC Bayern ist die ganzheitliche Herangehensweise. Damit ist nicht nur die thematische Adressierung aller drei Nachhaltigkeitsebenen Ökologie, Soziales und Ökonomie gemeint, sondern auch der clubweite, abteilungs- und sportartenübergreifende Umgang mit diesen Ebenen. Es zeichnet den FC Bayern aus, dass er seinen Einflussbereich über die Vereinsstrukturen hinaus immer wieder nutzt, um in die Gesellschaft zu wirken.

Darin kommt eine Grundhaltung des FC Bayern zum Ausdruck: Nachhaltigkeit betrifft uns alle und wird daher von allen beim FC Bayern ernst genommen. Unser Handeln ist nicht nur auf punktuelle Maßnahmen beschränkt. Dementsprechend umfasst dieser Bericht den Prozess der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und die Umsetzung des Nachhaltigkeitsverständnisses des FC Bayern in der Saison 2022/2023.

FC Bayern München Konzernstruktur (Saison 2022/2023)



DIE ENTWICKLUNG UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Unser Weg

Unser Nachhaltigkeitsverständnis und unsere Nachhaltigkeitsstrategie sind Ergebnis eines Strategieentwicklungsprozesses, der sukzessive vorangetrieben wurde und zwischen 2021 und 2023 zu ersten Ergebnissen führte. Die Entwicklung der Strategie und die Identifikation von Schwerpunktthemen haben der AG-Vorstand, der Vereins-Präsident, der Vereins-Geschäftsführer und der Basketball-CEO bereits in der Saison 2020/2021 angestoßen.

Von Beginn an war es dabei für alle Beteiligten selbstverständlich, dass die Ergebnisse regelmäßig evaluiert werden und die Strategie dementsprechend weiterentwickelt werden muss. Nur durch diese Herangehensweise kann der dynamischen Entwicklung von gesellschaftlicher Erwartung, regulatorischen Vorgaben, wissenschaftlichen Erkenntnissen und den daraus resultierenden Notwendigkeiten begegnet werden. Nur so ist es möglich, dem eigenen Anspruch gerecht zu werden.

Der Beginn

Am Anfang des geschilderten Prozesses der Strategieentwicklung stand eine grobe Skizzierung eines Nachhaltigkeitsverständnisses, dem der FC Bayern gerecht werden möchte: Ökologie, Soziales und Ökonomie als Dimensionen, die in Abhängigkeit zueinander stehen und entlang derer langfristig von innen heraus Wirkung für Umwelt und Gesellschaft erzielt werden soll. In einer ersten Bestandsaufnahme analysierten wir alle bereits bestehenden Maßnahmen des FC Bayern. Dabei wurde deutlich, dass nachhaltiges Wirtschaften den FC Bayern seit Jahrzehnten prägt und daher den Status quo jeglicher Strategieplanung beim FC Bayern darstellt. Außerdem zeigte sich, dass der FC Bayern in den Bereichen Ökologie und Soziales in vielen Einzelbereichen bereits sehr aktiv ist – seinem sozialen Kern entsprechend –, und es nun um eine Weiterentwicklung in den Punkten Strategie, Fokussierung sowie organisationsstrukturellen Verankerungen für die Nachhaltigkeitsthemen gehen muss. Diese wurde als erforderlich identifiziert, um Synergien zwischen den Einzelbereichen optimal nutzen und noch wirkungsorientierter agieren zu können.

Der Rahmen

Um eine entsprechende clubübergreifende Organisationsstruktur und Nachhaltigkeitsstrategie schaffen zu können, die effektiv auf wissenschaftlich determinierte Wirkungsbereiche zielt, hat der FC Bayern sich vor allem an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (United Nations Sustainable Development Goals, „SDGs“) orientiert:



Sustainable Development Goals (SDGs)

2015 verabschiedete die Generalversammlung der Vereinten Nationen die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, um die Lebenssituation von Menschen weltweit zu verbessern. Teil dieser Agenda waren die 17 Nachhaltigkeitsziele, die sich ursprünglich an Staaten richteten, aber auch als Referenzrahmen für Unternehmen, Sportvereine und Sportverbände in Betracht kommen. Die SDGs schließen alle Nachhaltigkeitsdimensionen (Ökonomie, Ökologie und Soziales) ein; ihnen vorangestellt sind fünf handlungsleitende Prinzipien: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft.



Unsere Handlungsfelder

Aus diesen 17 Nachhaltigkeitszielen leitete der FC Bayern, mit der Unterstützung externer Expert*innen, zunächst zwölf potenzielle Handlungsfelder ab, die als Grundlage einer neuen, wirkungsorientierten Nachhaltigkeitsstrategie dienen sollten.

Die SDGs ordnen sich diesen Handlungsfeldern wie folgt zu:

12 klar voneinander abgegrenzte Kategorien dienen als potenzielle Handlungsfelder für den FC Bayern



Neben den 17 SDGs bezieht sich der FC Bayern zudem auf weitere Referenzrahmen, wenn und soweit dies themenspezifisch sinnvoll und erforderlich ist. So orientieren wir uns etwa beim Thema Menschenrechtsschutz an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UN Guiding Principles on Business and Human Rights). Dementsprechend wurde im Rahmen der Jahreshauptversammlung 2023 und dem damit abgeschlossenen Satzungsänderungsprozess unseres Vereins die hohe Bedeutung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte für den FC Bayern nochmals bestätigt.

„(Der Club) bekennt sich zur Achtung aller international anerkannten Menschenrechte unter Berücksichtigung der Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie zu nachhaltigem Handeln.“

(Satzung des FC Bayern München eV, § 2 Zweck, Aufgaben und Werte, Abs. 4)

Durch die Verbindung der Achtung der Menschenrechte mit dem Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln in der Satzung des FC Bayern eV als größtem Anteilseigner der FC Bayern AG wird deutlich, dass die Achtung der Menschenrechte Teil des Nachhaltigkeitsverständnisses des gesamten FC Bayern ist. Die UN-Leitprinzipien stellen auch deshalb einen weiteren Referenzrahmen für die Nachhaltigkeitsstrategie unseres Vereins dar.

Unsere wichtigsten Interessengruppen – Fans, Sponsoren, Politik, Mitarbeitende

Um aus den zwölf potenziellen Handlungsfeldern die zu identifizieren, in denen der FC Bayern die größte Wirkung erzielen kann, wurden interne wie externe Interessengruppen (Stakeholder) zu Nachhaltigkeitsthemen befragt. Sie sollten bewerten, welche der genannten Handlungsfelder den größten Einfluss auf den Nachhaltigkeitsimpact beziehungsweise die Wirkung des FC Bayern auf eine nachhaltige Entwicklung von Umwelt und Gesellschaft haben (sog. Inside-out-Perspektive).

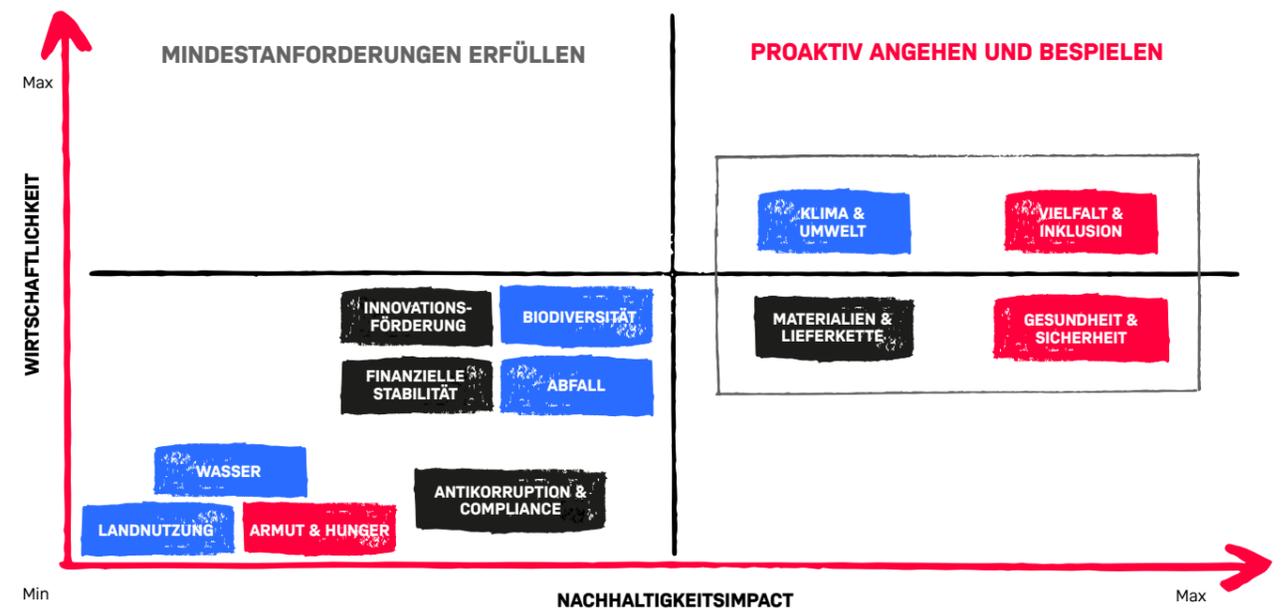
Außerdem wurden die beteiligten Stakeholder zu ihren Erwartungen, Bedürfnissen und Interessen hinsichtlich des (nachhaltigen) Wirkens des FC Bayern befragt. Diese kombinierte Wesentlichkeits- und Anspruchsgruppenanalyse wird zukünftig regelmäßig wiederholt, um den geschilderten dynamischen Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit gerecht zu werden.

Bei den befragten und beteiligten Stakeholdergruppen handelte es sich um:

- Fans und Mitglieder
- Sponsoren und Partner
- Politik und Kommune
- Mitarbeitende
- weitere themenspezifische Stakeholdergruppen

Die Ergebnisse der Befragungen wurden einer abschließenden Bewertung unterzogen und um die Perspektiven Umsetzbarkeit und Wirtschaftlichkeit ergänzt.

Die Wesentlichkeitsanalyse legt die Prioritäten der Handlungsfelder fest



Ergebnisse aus Ansatz zwei – Stakeholder Priorisierung

- ✓ Priorität A
- ✓ Priorität B
- ✗ Depriorisiert

KATEGORIE	FANS	PARTNER & SPONSOREN	KOMMUNE	MITARBEITENDE
Vielfalt & Inklusion	✓	✓	✓	✓
Armut & Hunger	✓	✗	✓	✗
Gesundheit & Sicherheit	✓	✓	✗	✓
Abfall	✓	✗	✓	✗
Klima & Umweltschutz	✓	✓	✓	✓
Wasser	✗	✗	✗	✗
Biodiversität	✓	✗	✗	✓
Landnutzung	✗	✗	✗	✗
Antikorrumpion & Compliance	✗	✗	✗	✗
Materialien & Lieferkette	✓	✓	✗	✓
Finanzielle Stabilität	✓	✗	✓	✓
Innovationsförderung	✓	✗	✗	✗

Unsere Gleichung für mehr Nachhaltigkeit: Analyse + Bewertung + Ergänzung = Ergebnisse

Die kombinierten Ergebnisse aus Referenzrahmen sowie Wesentlichkeits- und Stakeholderanalyse wurden final von internen wie externen Expert*innen analysiert und bewertet, inwieweit sie sich als Basis für die Nachhaltigkeitsstrategie des FC Bayern eignen. Neben

den Stakeholderinteressen waren dabei insbesondere die Frage von Synergiepotenzialen mit dem Status quo und Ausbaupotenzialen im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen der Nachhaltigkeitsstrategie entscheidend.

Als Ergebnis dieser Methodik konnten insgesamt vier Handlungsfelder identifiziert werden, die den Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden:

VIelfalt & INKLUSION
GESUNDHEIT & SICHERHEIT
KLIMA & UMWELT
MATERIALIEN & LIEFERKETTE

BILDUNG

Insbesondere das Thema „Gesundheit“ wurde dabei um „Sicherheitsthemen“ ergänzt, da der FC Bayern vor allem mit Blick auf verletzte Gruppen wie Kinder oder (bestimmte) Stadionbesucher*innen einerseits die Möglichkeit sieht, auf bestehenden Maßnahmen aufzubauen und andererseits dem Schutz und der Sicherheit verletzlicher Gruppen eine hohe Priorität beimisst.

Ergänzt werden die vier Handlungsfelder um „Bildung (für nachhaltige Entwicklung)“ als Träger und Multiplikator für unsere Konzepte und Maßnahmen. Unser integrativer Ansatz, der alle Stakeholder, vor allem unsere Fans, zu wesentlichen Akteuren unserer nachhaltigen Entwicklung macht, ermöglicht es, durch Bildungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen unser Nachhaltigkeitskonzept beim FC Bayern zu einem

Nachhaltigkeitskonzept (vermittelt) durch den FC Bayern für Fans und Gesellschaft zu machen.

Aus der Fokussierung auf diese vier Handlungsfelder folgt nicht, dass das Thema Nachhaltigkeit auf wenige Handlungsfelder reduziert wird. Vielmehr priorisieren wir diese Themen lediglich, um dort anzusetzen, wo wir uns zunächst das größte Wirkungspotenzial zuschreiben.

Die Schritte im Detail – Phase 1 und Phase 2

Innerhalb der vier priorisierten Handlungsfelder wurde weiterhin zwischen einer Phase 1 und Phase 2 der Umsetzung differenziert. Diese Differenzierung führte unter anderem dazu, dass die Handlungsfelder Vielfalt und Inklusion, Gesundheit und Sicherheit sowie Klima und Umwelt in der Phase 1 der Umsetzung adressiert werden sollten (insbesondere in den Kalenderjahren 2021 – 2023) und das Handlungsfeld Materialien und Lieferkette in Phase 2 (insbesondere ab der Saison 2023/2024).

Diese Unterscheidung ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass der Umgang mit Materialien und Lieferketten seit dem 01.01.2024 für den FC Bayern sukzessive durch gesetzliche und regulatorische Vorgaben (unter anderem das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG), die EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und die Nachhaltigkeitsrichtlinie der Deutschen Fußball Liga (DFL)) umfassend reglementiert wird, sodass die Entwicklung und Umsetzung der clubeigenen Nachhaltigkeitsstrategie synchron zu den zeitlichen Vorgaben dieser Regelwerke verlaufen soll.

Der vorliegende Bericht konzentriert sich entsprechend dem oben genannten Berichtszeitraum daher zunächst auf Phase 1 der Umsetzung der clubeigenen Nachhaltigkeitsstrategie.



NACHHALTIGKEIT BETRIFFT ALLES UND ALLE – UNSER „NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS“

Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich:

- thematisch entlang der drei Dimensionen Ökonomie, Soziales sowie Ökologie und orientieren uns dabei an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen und weiteren themenspezifischen Referenzrahmen, wie den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte,
- organisatorisch club-, abteilungs- und sportartenübergreifend sowie
- methodisch durch Bildungs- und Aufklärungsarbeit (inklusive Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)) auf allen Ebenen, als Grundlage für unsere Vision einer nachhaltigen Entwicklung von Club, Umwelt und Gesellschaft.

Nachhaltigkeit beginnt für uns im Inneren: Wir wollen interne Weichen stellen, um unsere externe Reichweite glaubwürdig für eine nachhaltige Entwicklung von Umwelt und Gesellschaft zu nutzen.

Zielgerichtet wirken - unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Den Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden die vier Handlungsfelder Vielfalt und Inklusion, Gesundheit und Sicherheit, Klima und Umweltschutz sowie Materialien und Lieferkette. Innerhalb dieser Handlungsfelder ist es das übergeordnete Ziel des FC Bayern, seine nachhaltigkeitsbezogene Wirkung jeweils zu verbessern und hierfür innerhalb jedes der Handlungsfelder konkrete Konzepte, Maßnahmen und Evaluationsmechanismen zu entwickeln, die eine Überprüfung von selbst gesetzten Zwischenzielen ermöglichen.

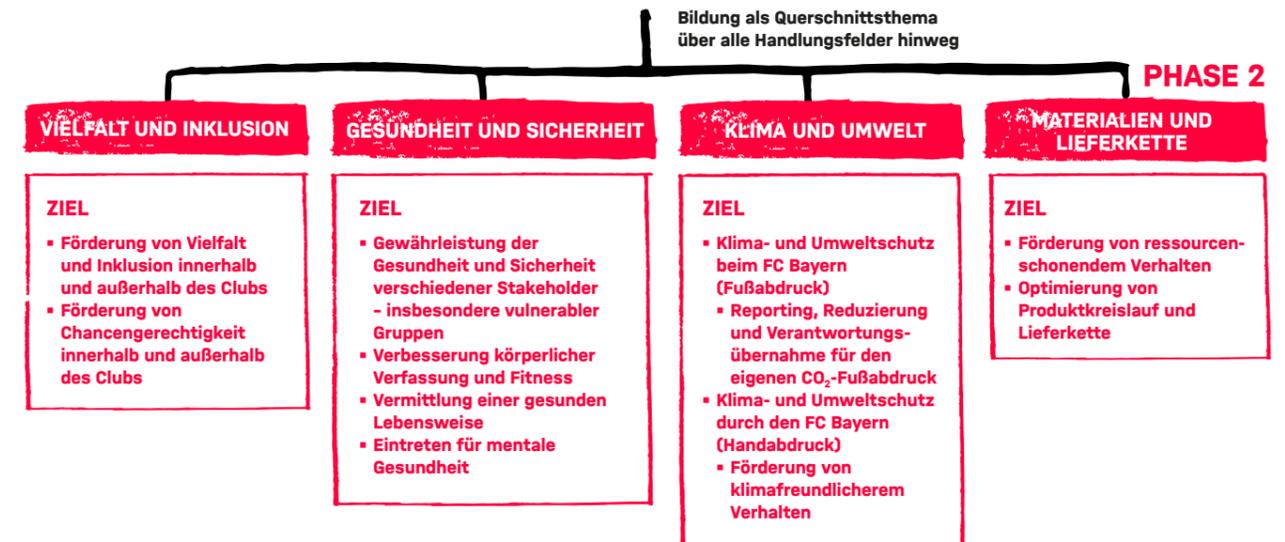
In einer ersten Phase der Strategieumsetzung widmen wir uns den ersten drei dieser vier Handlungsfelder und wollen möglichst viele unserer Interessengruppen an deren Bearbeitung aktiv beteiligen. Wir tun dies einerseits, weil die Beteiligung verschiedener Stakeholder für eine wirkungsorientierte Umsetzung erforderlich ist, andererseits weil wir unsere Reichweite auf diese Weise bereits aktiv nutzen. In einer zweiten Phase widmen wir uns parallel zu regulatorisch-gesetzlichen Entwicklungen ab der Saison 2023/2024 unter anderem dem Handlungsfeld Materialien und Lieferkette.

Nachhaltigkeitsstrategie mit 4 Handlungsfeldern

AMBITION

WIR WOLLEN VORBILDER SEIN, DIE MIT GUTEM BEISPIEL VORANGEHEN. DURCH UNSER VERHALTEN WOLLEN WIR UNSERE FANS UND DIE GESELLSCHAFT INSPIRIEREN UND BEWEGEN.

HANDLUNGSFELDER



Unsere Fans als Impulsgeber*innen

Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitsstrategie haben – wie alles beim FC Bayern – eines gemeinsam: Sie beziehen unsere Fans ein! Die Fans des FC Bayern sind seit jeher mehr als passive Fußballkonsument*innen. Sie tragen diesen Verein und wollen mitgestalten. Die zahlreichen Formate, die bereits für Austausch und Dialog zwischen Fans und Club bestehen, konnten wir nutzen, um Tools des Nachhaltigkeitsmanagements wie Wesentlichkeits- und Stakeholderanalyse niedrigschwellig umzusetzen.

Neben dem Strategieprozess beziehen wir unsere Fans auch in die Entwicklung von Konzepten und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit ein. So zuletzt bei der Erarbeitung unseres Awareness-Konzepts OBACHT für mehr Sicherheit im Stadion.

Mehr dazu auf Seite 63



UNSER UNTERNEHMERISCHES SELBSTVERSTÄNDNIS

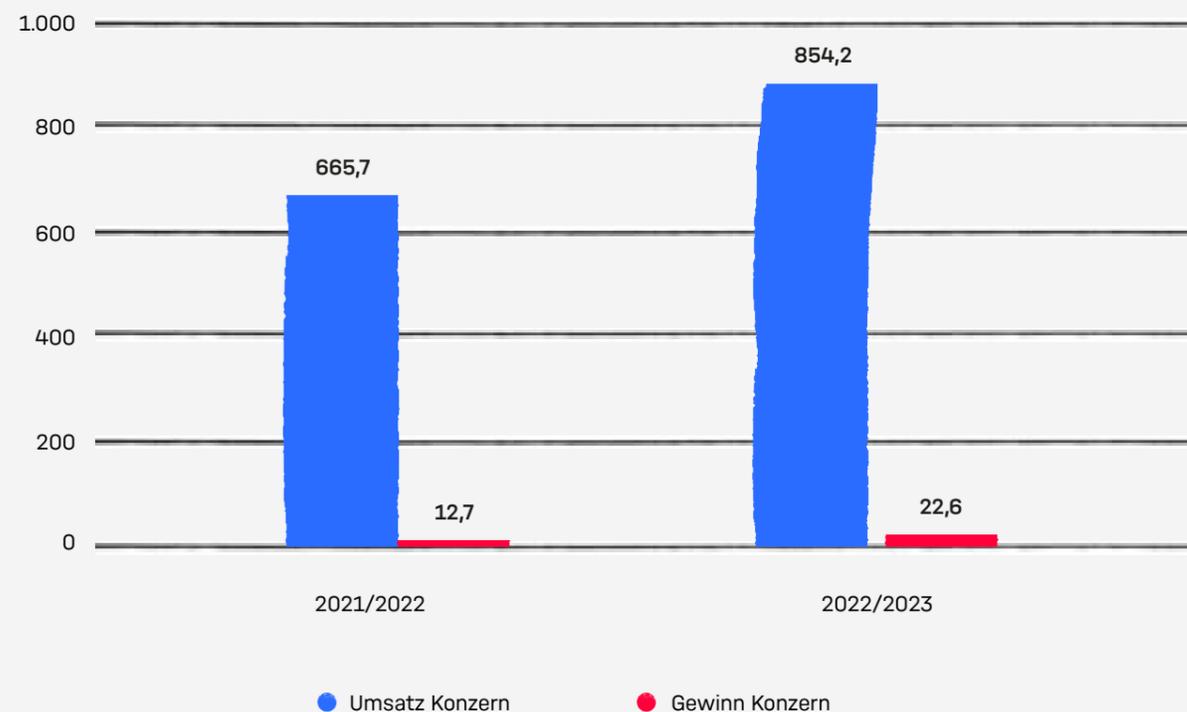
Umsichtiges Wirtschaften

Obwohl der Begriff „Nachhaltigkeit“ dem (Sport-) Sprachgebrauch erst seit verhältnismäßig kurzer Zeit angehört, erfüllt der FC Bayern eine zentrale Vorgabe von Nachhaltigkeit im ökonomischen Kontext bereits seit Jahrzehnten: nachhaltiges Wirtschaften durch schuldenfreies und wirtschaftlich verantwortungsbewusstes Agieren. Diese Maxime hat uns krisenfest und zu einem Weltclub gemacht. Selbst die größten und teuersten Projekte, etwa die Verpflichtung von Topspielern wie Harry Kane oder die Errichtung der Allianz Arena, erfolgten beim FC Bayern niemals unter Inkaufnahme eines unkalkulierbaren Risikos.

„Der FC Bayern blickt einmal mehr auf ein außerordentlich erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. In einem gesamtwirtschaftlich schwierigen Umfeld, das von Inflation und einer Rezession in Deutschland geprägt ist, verzeichnen wir einen Rekordumsatz sowie eine deutliche Profitabilitätssteigerung im Vergleich zur Vorsaison. Dieses Ergebnis zeugt von unserer finanziellen Stärke und hebt unser Eigenkapital auf ein neues Rekordniveau. Gleichzeitig bleibt der FC Bayern schuldenfrei – eine Ausnahmeerscheinung im europäischen Spitzenfußball und ein weiteres Merkmal unserer finanziellen Unabhängigkeit.“

Dr. Michael Diederich, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der FC Bayern München AG

UMSATZ UND GEWINN FC BAYERN MÜNCHEN KONZERN IN MIO. EURO



Compliance und Integrität

Diese Entwicklung war auch deshalb möglich, weil wir grundlegende Aspekte nachhaltigen und werteorientierten Wirtschaftens, wie Good Governance, Compliance und Integrität, konsequent berücksichtigt haben.

Der FC Bayern hat vor einigen Jahren ein Compliance-Management-System (CMS) installiert und dieses im Jahr 2023 um ein Hinweisgebersystem ergänzt, das es einschlägigen Interessengruppen ermöglichen soll, den Club auf Missstände hinzuweisen. Parallel wird ein Code of Conduct erarbeitet, der die wichtigsten Verhaltensvorgaben für unsere Mitarbeiter*innen, zum Beispiel zu den Themen Geldwäscheprävention, Datenschutz oder Korruption, beinhaltet. Insgesamt ist es auch dieses Bekenntnis zu Integrität und

Ehrlichkeit, das den wirtschaftlichen Erfolg des FC Bayern ermöglicht hat. „Mia san mia“ ist immer auch verbunden mit werteorientiertem Wirtschaften, und das wird im Bereich Good Governance und Compliance besonders deutlich.

Dabei werden alle Stakeholder einbezogen. Im Sommer 2023 besuchten wir verschiedene Fan-Clubs, um auf datenschutzrechtliche Anforderungen im Verhältnis von Club und Fans hinzuweisen, Fans für die Erfordernisse des Datenschutzes zu sensibilisieren und an entsprechenden Compliance-Maßnahmen im Club zu beteiligen.

Gleichwohl ist es auch für den FC Bayern nicht ausgeschlossen, dass es bei Einzelnen zu einem Fehlverhalten kommt. Für diese Fälle haben wir ein umfangreiches Case-Managementsystem implementiert, das von der eigenen Aufarbeitung und Sanktionierung von Fehlverhalten bis zu einer etwaigen Kooperation mit Behörden reicht.

Werteorientierte Partnerschaften

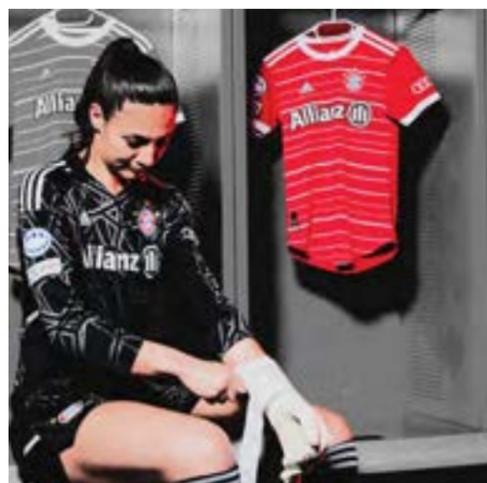
Nachhaltiges Wirtschaften erfährt beim FC Bayern zugleich eine weitere Bedeutung, indem wir darauf achten, wertorientierte Partnerschaften einzugehen. Partnerschaften sind eine elementare Grundlage für unser etabliertes, solides Wirtschaften und unterstützen gleichzeitig mit zukunftsorientierten Lösungen die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Darin sehen wir eine ideale Symbiose. Unsere Geschäftspartner*innen tragen mit ihren Ideen, Produkten und Dienstleistungen aktiv dazu bei, die nachhaltige Entwicklung des FC Bayern zu bereichern; ebenso wirkt der FC Bayern auf die nachhaltige Entwicklung bei unseren Partnern.

Diese Grundentscheidung zeigt sich zum Beispiel – aber nicht ausschließlich – bei der Zusammenarbeit mit unseren vier Hauptpartnern: Audi AG, Allianz SE, Adidas AG und Deutsche Telekom AG.

Audi AG: Die Audi AG ist seit über 20 Jahren der Mobilitätspartner unserer Profimannschaft und seit einigen Jahren auch Mobilitätspartner der FC Bayern Frauen und im Bereich Jugendfußball. Nachhaltige Performance steht bei Audi im Vordergrund. So werden etwa den Spielern der Lizenzspielermannschaft im Fußball vor Beginn jeder Saison ausschließlich Elektrofahrzeuge zur Verfügung gestellt, um Dienstfahrten emissionsreduziert zurücklegen zu können. Parallel zu dieser Entwicklung in unserer Partnerschaft wurden E-Ladestationen an der Allianz Arena in verschiedenen Bereichen für das Team und die Gäste sowie an der Säbener Straße aufgebaut. Ein Batteriespeicher aus Second Life Batterien wurde zudem für die Ladeinfrastruktur in der Säbener Straße errichtet. Ziel ist es, durch diese Entwicklungen und Maßnahmen auch das Bewusstsein der Fans für die verschiedenen Möglichkeiten nachhaltiger Mobilität zu stärken. Zugleich profitiert unser Partner Audi von der Möglichkeit, sein weiterentwickeltes Elektromobilitätsportfolio und weitere Lösungen für eine nachhaltigere Mobilität einer Vielzahl von Fans bekannt zu machen. Auch in dieser Partnerschaft ist es demnach unser Ziel, Synergien zwischen unseren Werten und wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Notwendigkeiten zu schaffen.

Zudem kooperieren wir mit dem Audi-Mutterkonzern – der VW AG – im Rahmen des GEMINI (Greening European Mobility through cascading innovation INitiatives)-Projekts. Ziel dieses Projekts ist es, innerstädtische Mobilität, zum Beispiel auf dem Weg zur Allianz Arena, durch die Erhebung von Echtzeitdaten und entsprechenden Empfehlungen (zum Beispiel per App) zu optimieren. Optimierte Mobilität und Lösungen für diesbezügliche Herausforderungen sind einerseits essenziell für den Schutz von Umwelt und Klima, andererseits aber auch für eine funktionierende innerstädtische Infrastruktur. Zu diesen Zielen leisten wir mit unseren Partnern einen wichtigen Beitrag.

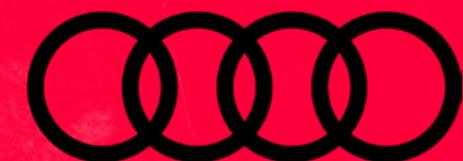
Allianz SE: Die Allianz SE, der offizielle Versicherungs- und Stadionpartner des FC Bayern München und Trikotsponsor FC Bayern Frauen, steht für weitere wichtige Werte des FC Bayern: Sicherheit und Verlässlichkeit. Ein Beispiel, wie wir diese Werte und unsere Partnerschaft mit der Allianz verbinden, ist die Unterstützung des Frauenfußballs. Der FC Bayern hat in den letzten Jahren ein großes Augenmerk auf die Professionalisierung des Frauenfußballs im Club gelegt. Die Allianz hat parallel zu dieser Entwicklung ein eigenes Konzept zur Unterstützung von Sportlerinnen entwickelt, zum Beispiel bei der finanziellen Absicherung. Beide Entwicklungen überschneiden sich zeitlich und inhaltlich. Demnach war zum Beispiel das Trikot-Sponsoring unserer Frauenmannschaft eine logische Konsequenz der geteilten Werte beider Partner. Außerdem unterstützt die Allianz unsere Fußballerinnen auch in verschiedenen Bereichen außerhalb des Sports, zum Beispiel durch Workshops zur Planung der Karriere nach der Karriere. Diese Entwicklungen entsprechen dem Grundverständnis des FC Bayern und der Allianz von Sicherheit und Verlässlichkeit für alle Geschlechter, auch außerhalb des Sports.



adidas AG: Auch mit der adidas AG, dem Ausrüster des FC Bayern, verbindet uns mehr als eine rein wirtschaftliche Zusammenarbeit. Als unser Merchandising-Partner teilt adidas unser Bemühen, Produktion, Beschaffung und Lieferung von Artikeln nachhaltiger zu gestalten. Dieses Ziel nehmen wir insbesondere in Phase 2 der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in Angriff. Gemeinsam mit unserem Partner adidas verarbeiten wir bereits heute nachhaltigere Materialien und stellen faire und sichere Arbeitsbedingungen bei unseren Zulieferern sicher; diesen Weg werden wir auch in Zukunft weitergehen. Neben dieser Fokussierung auf das Kerngeschäft lebt die Partnerschaft mit adidas aber zugleich von der wechselseitigen Unterstützung von Initiativen und Projekten zur Förderung von nachhaltigerem Handeln in der Gesellschaft. Zum Beispiel verbindet uns mit adidas der gemeinsame Einsatz für Diversität und gegen Diskriminierung jeder Art. So unterstützte adidas den FC Bayern bei der Organisation des „Diversity Mountains“, einer Veranstaltung zur Förderung von Vielfalt am Sugar Mountain in München. Aber auch der FC Bayern unterstützt adidas bei seinen vielfältigen Nachhaltigkeitsinitiativen. Dazu gehört zum Beispiel die Initiative „Move for the Planet“, an der der FC Bayern sich beteiligte, um gemeinsam mit adidas auf die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz aufmerksam zu machen und zugleich zu mehr gesundheitsfördernder Bewegung in der gesamten Gesellschaft zu motivieren.

Deutsche Telekom AG: Mit unserem Hauptsponsor Deutsche Telekom AG haben wir eine Kampagne gegen Hass im Netz gestartet. Wir woll(t)en es gemeinsam nicht mehr hinnehmen, dass unter dem Deckmantel der (Meinungs-) Freiheit im Netz ehrverletzende und die Menschenwürde beeinträchtigende Kommentare verbreitet werden. Menschenrechte gelten für alle Menschen, Fans, Fußballspieler*innen und alle anderen Mitglieder der Gesellschaft. Die Partnerschaft mit der Telekom hat uns gezeigt, welche Potentiale in einem koordinierten Vorgehen liegen. Der FC Bayern und die Deutsche Telekom erarbeiten daher gerade einen ganzheitlichen gemeinsamen Nachhaltigkeitsplan, um die – im doppelten Sinne – bestehende „Reichweite“ beider Partner als Grundlage für weitere Initiativen zum Schutz unserer gemeinsamen Werte zu erarbeiten.

Allianz



Interview

DR. MICHAEL DIEDERICH

stellvertretender
Vorstandsvorsitzender der
FC Bayern München AG



Herr Diederich, der FC Bayern ist ein Leuchtturm beim Eigenkapital und damit für ökonomische Stabilität und Nachhaltigkeit. Wie gelingt es dem FC Bayern, über viele Jahre wirtschaftlich so nachhaltig erfolgreich zu sein?

Beim FC Bayern gilt seit jeher das Prinzip, nicht mehr Geld auszugeben als man einnimmt. Selbst in der Corona-Zeit war der Club nicht mit einem einzigen Euro verschuldet. Unser Weg ist nachhaltig erfolgreich. Auf der Jahreshauptversammlung 2023 konnten wir erneut Rekordergebnisse verkünden.

Der Umsatz stieg um 30 Prozent auf 854 Millionen Euro, und das Eigenkapital kletterte auf sage und schreibe 536 Millionen Euro. Es gibt keinen anderen Verein mit einem ähnlichen Eigenkapital. Diese Strategie fortzusetzen, ist Teil unserer Freiheit.

Wie beeinflusst das Thema Nachhaltigkeit Ihren Geschäftsbereich?

Nachhaltigkeit ist eines der zentralen Themen unserer Zeit – für jeden von uns, für jeden Geschäftsbereich, für unseren Club, unsere Gesellschaft und natürlich für unsere Fans. Alles, was wir beim FC Bayern anstreben, machen wir für unsere Fans. Wir verfolgen große Ziele: sportlicher und wirtschaftlicher Erfolg sowie die Übernahme von Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft.

Wie wirkt sich das Thema Nachhaltigkeit auf die Partnerschaften des FC Bayern aus?

Es ist ein permanenter Austausch. Das ist bei Partnerschaften mit dem FC Bayern aber nichts Neues: Die Werte des Clubs haben sein Wirtschaften schon immer maßgeblich beeinflusst – *mia san mia*. In den vergangenen Jahren wurden Themen wie Klima- und Umweltschutz zunehmend bedeutsamer. Nehmen Sie als Beispiel unsere Partnerschaft mit Viessmann. Das Familienunternehmen unterstützt uns in den Bereichen der nachhaltigen und energieeffizienten Heizungs-, Klima-, Kühlungs- und Belüftungstechnologie – und der FC Bayern hilft mit seiner internationalen Strahlkraft, auf solche innovativen Klimälösungen aufmerksam zu machen. Gemeinsam wollen wir Fans auf der ganzen Welt erreichen, sensibilisieren und ein Vorbild sein. Eine Win-win-Situation. Berücksichtigt man zugleich noch die beiderseitigen Einnahmen, die aus einer solchen Partnerschaft hervorgehen, wird daraus unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten sogar ein Double Win-win.

Warum ist das Thema Nachhaltigkeit dem Club so wichtig?

Weil auch das den FC Bayern auszeichnet: Der Club gestaltet seine Geschäftstätigkeit möglichst nachhaltig und sozial verantwortungsvoll. Das heißt, dass wir ökologisches, soziales und ökonomisches Verhalten miteinander verbinden – und das müssen wir auch. Wir wirtschaften beispielsweise mit deutlich geringeren Fernseheinnahmen als die internationale Konkurrenz. Einer unserer größten Wettbewerbsvorteile ist die wertorientierte wirtschaftliche Stabilität – und unsere Rendite sind am Ende Titel.

„ WERTEORIENTIERTES
WIRTSCHAFTEN ALS
WETTBEWERBSVORTEIL „



NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT ALS QUERSCHNITTSAUFGABE



Ein Blick in die interne Schnittstelle für vereins- und abteilungsübergreifendes Nachhaltigkeitsmanagement

In dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht veranschaulichen wir das ganzheitliche Wirken des FC Bayern im Bereich Nachhaltigkeit. Während wir an verschiedenen Stellen dieses Berichts auf unsere strategischen Schwerpunkte eingehen, soll sich dieser Abschnitt dem Nachhaltigkeitsmanagement als ganzheitlicher Aufgabe widmen. „In der Nachhaltigkeitsstrategie fokussieren wir uns bewusst auf konkrete Handlungsfelder, in denen wir die größtmögliche Wirkung erzielen können“, sagt Dr. Daniel Högele, Direktor Corporate Strategy & Business Development. „Dabei stehen ökonomische, ökologische und soziale Dimensionen allerdings nicht isoliert nebeneinander, sondern beeinflussen sich gegenseitig. Nachhaltigkeit ist eine Querschnittsfunktion, die alle Bereiche unseres Clubs betrifft“, sagt Daniel Högele.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, haben wir vor ca. eineinhalb Jahren ein Kompetenzteam installiert. Das Team fungiert als Schnittstelle für unser ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement und verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe beim FC Bayern weiter auszubauen: „Alle Abteilungen und Sportarten des FC Bayern haben Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung des Clubs und gestalten diese. Das Nachhaltigkeitsteam hält die Fäden zusammen, fungiert als Kompetenzzentrum, setzt strategische Impulse und stößt die Umsetzung weiterer

Nachhaltigkeitsmaßnahmen an“, sagt Denise Heinemann, Team Lead Sustainability.

Je breiter der Aufgabenbereich Nachhaltigkeit organisatorisch und strukturell aufgehoben wird, desto eher kann die angestrebte Wechselwirkung erreicht werden. Auch gesetzliche und regulatorische Vorgaben verlangen zunehmend, Nachhaltigkeit als Bestandteil in die Gesamtstrategie zu integrieren. Hierfür sind eine abteilungsübergreifende Steuerung und Koordination sowie strukturelle Verankerung erforderlich. „Obwohl alle an einem Strang ziehen, benötigt diese Entwicklung in einem so großen Club Zeit. Uns ist es wichtig, gründlich und Schritt für Schritt vorzugehen. Gleichzeitig wissen wir um die akuten Herausforderungen und die Dringlichkeit, die mit dem Themenbereich verbunden sind“, sagt Denise Heinemann.

Aufgrund dieses ganzheitlichen Ansatzes ist es für den FC Bayern außerdem von großer Bedeutung, dass die Fans nicht nur Adressat dieses Nachhaltigkeitsberichts sind. Wir wollen sie auch einladen, an unserer nachhaltigen Entwicklung mitzuwirken. „Unter anderem deshalb ist der Bericht barrierefrei gestaltet. Zudem gibt es neben der deutschen und englischen Version und eine Version in einfacher Sprache. Nachhaltigkeit betrifft uns eben alle und möglichst viele sollen sich beteiligen können“, sagt Denise Heinemann. Die Fans sind dieser Einladung zum Mitmachen auch schon umfangreich nachgekommen.

In den Abschnitten zu „Vielfalt und Inklusion“ sowie „Gesundheit und Sicherheit“ finden sich Beispiele für Nachhaltigkeitskonzepte und -maßnahmen, die gemeinsam mit Fans entwickelt und umgesetzt wurden.

„Wir sind der mitgliederstärkste Sportverein der Welt. Die gesellschaftlichen Herausforderungen gemeinsam mit unseren Fans und Mitgliedern zu bestreiten, ist für uns selbstverständlich und der einzig richtige Weg“, sagt Benny Folkmann, Geschäftsführer des FC Bayern München eV.

Markus Meindl, Direktor für Fan- und Fanclubbetreuung, kann ihm da nur beipflichten: „Diesen Weg konsequent zu beschreiten und dabei immer wieder alle relevanten Interessengruppen und Interessenlagen einzubeziehen, allen voran unsere Fans, ist uns wichtig, zum Beispiel über unseren institutionalisierten Fandialog.“

STATISTIKS

GO!

UNSERE DREI PRIORISIERTEN HANDLUNGSFELDER IN DER SAISON 2022/2023

In der Saison 2022/2023 haben wir zunächst die folgenden drei Handlungsfelder priorisiert: Vielfalt und Inklusion; Gesundheit und Sicherheit; Klima und Umwelt.

Eine umfassende Bestandsaufnahme ermöglichte es uns zu ermitteln, welche der zu Beginn des Berichtszeitraums bereits umgesetzten Maßnahmen im Club schon auf die einzelnen Handlungsfelder einzahlen und daher beibehalten beziehungsweise ausgebaut werden müssen. Zugleich lieferten Wesentlichkeitsanalyse, Stakeholderbeteiligung und deren Bewertung und Analyse durch interne und externe

Expert*innen wertvolle Erkenntnisse, um dort anzusetzen, wo neben bisherigen Clubmaßnahmen weiterer Handlungsbedarf besteht.

Die nachfolgend dargestellten Initiativen, Maßnahmen und Konzepte zur Bearbeitung der einzelnen Handlungsfelder sind daher Ausdruck einer umfangreichen Analyse und werden zugleich regelmäßig hinsichtlich Zielsetzung und -erfüllung evaluiert, gegebenenfalls weiterentwickelt und angepasst.

Rot gegen Rassismus

Innerhalb von drei Jahren ist aus der Kampagne für Vielfalt und Toleranz, gegen Ausgrenzung und Diskriminierung ein vielschichtige Initiative mit unterschiedlichsten Formaten geworden - über alle Abteilungen, bei den Fußballerinnen und Fußballern sowie bei den Basketballern und in den Jugend- und Breitensportabteilungen des Clubs.

Arena of Change

Durch die innovative Bildungsinitiative unseres Vereins und der SOS-Kinderdörfer weltweit bringen wir pro Jahrgang 60 Kids aus Münchner Schulen auf dem Campus zusammen: um sich zu bewegen, zu lernen, zu lachen.

Erinnerungsarbeit

Erinnerungsarbeit, Diversität und Gleichstellung - wir setzen Zeichen auf wie neben dem Platz. Zuletzt mit einem Projekt zur Aufarbeitung des Vereinslebens während der NS-Diktatur.

Rote Linie

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen beim FC Bayern München genießt seit Jahren höchste Priorität. Mit dem Kinderschutzkonzept „Rote Linie - Kinder schützen und stark machen“ setzen wir clubübergreifend klare Standards, geben Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen in der Prävention und zur Intervention.

Obacht

Gemeinsam mit unseren Fans haben wir ein Konzept erarbeitet, um auch in der Allianz Arena eine Kultur des Hinsehens zu schaffen und den Besuch der Heimspiele unserer Mannschaften noch sicherer zu gestalten.

Bewegung

Um in der Stadt Verantwortung wahrzunehmen, nutzt der FC Bayern seine Strahlkraft, macht diverse Sportangebote und motiviert Kinder und Jugendliche, sich zu bewegen.

Hilfe e.V. (eigenständige Organisation)
Zweck des FC Bayern Hilfe e.V. ist die selbstlose Unterstützung unschuldig in Not geratener Personen mit finanziellen Mitteln und die Beschaffung von Mitteln als Förderkörperschaft zur Förderung von Bildung und Erziehung, der Jugend- und Altenhilfe, des Sports sowie Unterstützung hilfsbedürftiger Personen durch eine andere steuerbegünstigte Körperschaft oder eine Körperschaft des öffentlichen Rechts.

VIELFALT & INKLUSION

Die Vorbeugung und Bekämpfung aller Formen von Diskriminierung ist Teil unserer Geschichte und unserer zukünftigen Maßnahmen; Gleiches gilt für die aktive Inklusion aller Menschen mit ihren individuellen und vielfältigen Biografien.

Inklusion und Barrierefreiheit

Um die Bedürfnisse und Ideen unserer Fans mit Behinderung zu berücksichtigen und weiterzuentwickeln, findet ein regelmäßiger Austausch mit dem Verein statt. Die so erlangten Impulse setzen wir an unseren verschiedenen Standorten um, in der Allianz Arena, dem BMW Park aber auch dem FC Bayern Museum.

Helpside

Im clubeigenen Charity-Programm HELPSIDE bündeln unsere FC-Bayern-Basketballer ihr soziales und gesellschaftliches Engagement in der Metropolregion München - für Inklusion, für den Nachwuchs, für Hilfsbedürftige und für ein vielfältiges, buntes München.

Soziale Angelegenheiten

Unser Team Soziale Angelegenheiten erfüllt seit über 30 Jahren unseren schwerstkranken Fans Herzenswünsche.

Den Schutz von Klima und Umwelt begreifen wir als zentrale globale Herausforderung, ohne uns der eigenen Verantwortung zu entziehen. Wir wissen, dass wir Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern umsetzen müssen, aber auch (vermittelt) durch den FC Bayern in der Gesellschaft verbessern können.

KLIMA & UMWELT

Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern

Diese Kombination aus Reichweite und vielfältigen Anspruchsgruppen wollen wir nutzen, um für die Themen Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren, aufzuklären und vor allem Mitstreiter*innen im Kampf gegen die globale Erderwärmung zu gewinnen.

Umweltmanagement

Aktuell und in den kommenden Jahren widmen wir uns im Handlungsfeld Klima und Umwelt ebenfalls verstärkt den Themen Biodiversität, Abfallmanagement, Ressourcenschonung sowie Lebensmittel und Ernährung.

Klimastrategie

Unsere Strategie für Klima- und Umweltschutz setzt an zwei Stellen an: Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern sowie Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern.

Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern

Mit Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern meinen wir in erster Linie - und in der Phase 1 der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie - die Reduktion der von uns verantworteten Treibhausgas-Emissionen.

CO₂-Fußabdruck des FC Bayern

Die Grundlage für unsere Klimastrategie bilden die Berechnung der eigenen CO₂e-Emissionen und ein genaues Verständnis der verschiedenen Emissionsquellen.

MITMANN

VON MÜNCHEN ÜBER BAYERN IN DIE WELT.

GESUNDHEIT & SICHERHEIT

Der FC Bayern legt Wert darauf, dass alle Mitglieder seiner Familie gesund sind, ihre körperliche und geistige Integrität und ihr Wohlbefinden geschützt werden und jeder Mensch den Raum zur Entfaltung seiner Individualität innerhalb der FC Bayern-Familie erhält.

Mitarbeiter*innen-Gesundheit und -Sicherheit

Die Förderung der Gesundheit aller Mitarbeitenden zählt zu den wichtigsten Anliegen des FC Bayern. Oberstes Ziel bleibt, durch verschiedene Maßnahmen und ein umfangreiches Angebot Präventionsarbeit zu leisten.

Kids Club

Ob bei der Vermittlung der Vereinswerte oder der Förderung von Spaß und Freude an Bewegung: Die altersgerechte Ansprache der Kinder im KIDS CLUB und die vielfältige Programmgestaltung geben den jungen Fans des FC Bayern eine Heimat.

Psychosoziales Team

Wer bin ich? Und was ist eigentlich Erfolg? Was mache ich, wenn ich Angst oder Sorgen habe? Die Fragen des Lebens sind am Campus genauso wichtig wie das Erlernen der perfekten Freistoßtechnik.

Pathway, Youth Cup und World Squad

Talentförderung, Bewegungs- und Wertevermittlung kennen keine Grenzen: Mit einem innovativen ganzheitlichen Konzept fördern wir weltweit Talente, Bewegung und unsere Werte.

BILDUNG

Parallel zur regulatorischen Entwicklung, insbesondere dem Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG), wollen wir uns ab der Saison 2023/2024 verstärkt den Sorgfaltspflichten gegenüber unseren Lieferketten widmen.

PHASE 02

MATERIALIEN & LIEFERKETTE

VIELFALT &

INKLUSION



VIelfalt & INKLUSION

Die Vorbeugung und Bekämpfung aller Formen von Diskriminierung ist Teil unserer Geschichte und unserer zukünftigen Maßnahmen.

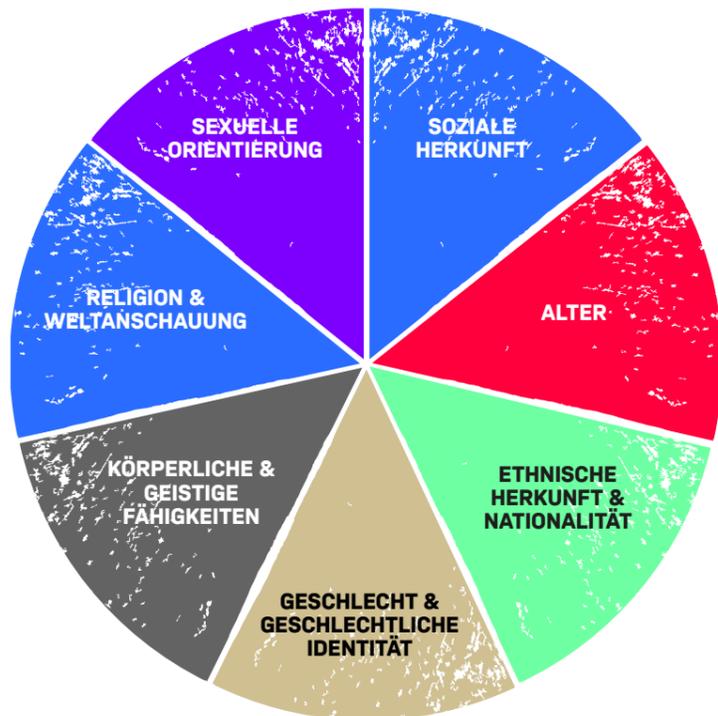
Grundhaltung des FC Bayern

Der FC Bayern München positioniert sich aufgrund seiner Geschichte, seiner Werte und seiner gesellschaftlichen Verantwortung klar und deutlich gegen Rassismus, Diskriminierung und Gewalt. Wir stehen mit all unseren Mannschaften, all unseren Spielern und Spielerinnen aus den unterschiedlichsten Nationen, mit all unseren Mitgliedern, Partner*innen und Freund*innen für eine Welt, in der Rassismus, Diskriminierung, Hass, Ungerechtigkeit, Intoleranz und Gewalt keinen Platz haben. Hierfür engagiert sich der FC Bayern München mit konkreten Aktionen und Initiativen gegen Diskriminierung und Rassismus.

Wer sich dem verschließt, ist bei uns eindeutig im falschen Verein.

Der Club tritt verfassungs- und fremdenfeindlichen sowie antidemokratischen Bestrebungen und jeder weiteren Form von diskriminierenden oder menschenverachtenden Einstellungen, insbesondere aufgrund der Nationalität, der Religion, des Geschlechts, des Alters, der sexuellen Identität oder einer Behinderung, entschieden entgegen. Dies gilt ebenso für jede Form von Gewalt, unabhängig davon, ob sie körperlicher oder seelischer Art ist. Der Club bietet Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen unabhängig von Herkunft, Hautfarbe, Glaube, Geschlecht, sexueller Orientierung und sozialer Stellung eine sportliche und wertebasierte Heimat.

Wir halten zusammen. Wir sind ein Club, eine Gemeinschaft. Wir funktionieren als Team.



Unsere Ziele:

- **FÖRDERUNG VON VIelfalt UND INKLUSION INNERHALB UND AUSSERHALB DES CLUBS**
- **FÖRDERUNG VON CHANCENGERECHTIGKEIT INNERHALB UND AUSSERHALB DES CLUBS**

Interview

„SOZIALES ENGAGEMENT IST KEIN WETTRENNEN“

Herr Hainer, soziale Nachhaltigkeit hat den FC Bayern schon ausgezeichnet, als man den Begriff noch gar nicht kannte. Woher rührt das?

Da ist in erster Linie natürlich Uli Hoeneß zu nennen, der den familiären Grundgedanken des Vereins und die Verantwortung, die daraus entsteht, entscheidend etabliert und geprägt hat. Zusammenhalt ist immer elementar – und dass man sich gerade dann nicht blenden lassen darf, wenn einem die Scheinwerfer dieser Welt gehören, weil es im Schatten immer wieder jemanden gibt, der Hilfe benötigt. Ich denke, es ist ein Teil des Mia san Mia, dass man nie vergisst, woher man kommt und wofür man steht. Das macht den FC Bayern aus.

Unser Verständnis von Vielfalt und Inklusion und was wir daraus machen

Für Vielfalt und Inklusion, gegen Diskriminierung und Ausgrenzung. Als Sportverein möchten wir allen FC Bayern-Fans ein Zuhause bieten. Unabhängig von der Nationalität, der Religion, des Geschlechts, der sozialen Herkunft, des Alters, der sexuellen Identität oder einer Behinderung sind alle Mitglieder, Fans, Mitarbeitende, Partner*innen und Freund*innen Teil der FC Bayern-Familie. Alle Vielfaltdimensionen unter diesen Anspruchsgruppen möchten wir durch die inklusive Gestaltung unserer Angebote und Aktivitäten willkommen heißen, denn wir verstehen Vielfalt als Erfolgsfaktor; Vielfalt war für uns als Sportverein schon immer eine Selbstverständlichkeit. Unsere Verantwortung endet aber nicht bei dieser Selbstverständlichkeit. Wir sind bestrebt, als Vorbilder positive Veränderungen in der Gesellschaft zu fördern und auf negative Entwicklungen hinzuweisen, indem wir clubintern versuchen, mit gutem Beispiel voranzugehen und aus dem Club heraus in die Gesellschaft zu wirken.

Der Verein widmet sich mehr denn je den Themen unserer Zeit wie Erinnerungskultur, den Einsatz für Vielfalt oder Inklusion.

Das war schon immer der Kern des Clubs; bereits zu seinen Anfängen war der Verein weltoffen und vorwärtsgerichtet, und die Geschichte von Kurt Landauer steht ohnehin für sich. Leider kommt es noch immer im Sport wie im Alltag vor, dass Menschen aufgrund ihrer Religion, Herkunft, Sexualität oder auch weil sie gehandicapt sind, ausgegrenzt werden – dafür darf es keinen Spielraum geben. Das Ziel ist, gemeinsam ein nachhaltiges Bewusstsein für Vielfalt zu erreichen. Auch ein geschlossenes Auftreten gegen Rechtsextremismus ist uns wichtig – wir sind zum Beispiel mit unserer Initiative „Rot gegen Rassismus“ bei Demonstrationen vertreten und auch ein Teil des „Dialogs für Demokratie“, die der Münchner Oberbürgermeister Dieter Reiter initiiert hat.

Wie kann der FC Bayern generell wirken?

Strahlkraft bedeutet Verantwortung. Unsere Gesellschaft, aber auch wir als FC Bayern haben noch eine Menge an Möglichkeiten, mehr zu tun. Aber wir sind aktiv – Beispiel Inklusion, wo wir vergangene Saison mit unserem „Red Deaf FC Bayern Fanclub“ Gebärdensprache für unsere Spielerinnen und Spieler entwickelt haben. Diversität und Inklusion sind mächtige Begriffe, denen man gerecht werden muss. Kim Krämer, unser Behindertenfanbeauftragter, sagte mir mal, ihm käme es oft so vor, als würde jeder von Inklusion sprechen, weil es gerade Trend ist – der FC Bayern gehe bei dieser Thematik aber schon lange vorbildlich vor. Denn Barrierefreiheit beginnt im Kopf. Wir wollen eine große Familie sein – nicht nur für diejenigen, die schnell laufen



HERBERT HAINER

Präsident des FC Bayern München eV

können oder ein gutes Kopfballspiel haben, sondern für alle Menschen, die durch den Sport und einen Verein wie den FC Bayern verbunden sind: Alle sollen die Chance haben, ihrer Leidenschaft nachzugehen zu können und damit Zusammenhalt zu leben.

Was bedeutet das Thema soziale Nachhaltigkeit für den Verein?

Dass wir nicht nachlassen werden. Und dass das, was wir umsetzen, bei den Menschen ankommt. Wir machen uns viele Gedanken, dass unsere sozialen Aktionen keine Eintagsfliegen sind. In so einem sensiblen Themenfeld ist es auch nicht entscheidend, jedes Mal der Erste zu sein. Soziales Engagement ist kein Wettrennen. Man muss es vielmehr gut machen und vor allem leben – wir wollen letztlich nicht nur auf dem Spielfeld erfolgreich sein. Es geht auch darum, gemeinsam Erfahrungen zu sammeln, und im Bereich Vielfalt, beim Einsatz gegen Rassismus, Homophobie und Ausgrenzung egal welcher Art baut der FC Bayern weiter alles auf einem sehr stabilen Fundament auf.



HALTUNG ZEIGEN!

Innerhalb von drei Jahren ist aus der Aktion für Vielfalt und Toleranz, gegen Ausgrenzung und Diskriminierung ein wichtiges Projekt mit unterschiedlichsten Formaten geworden - über alle Abteilungen, bei den Fußballerinnen und Fußballern sowie bei den Basketballern und in den Jugend- und Breitensportabteilungen des Clubs.

Im März 2020 startete der FC Bayern München die Initiative „Rot gegen Rassismus“, bei der sich Fußballer*innen, Basketballer, Verantwortliche und Fans – die ganze Bayern-Familie – gegen Gewalt und Ausgrenzung positionierten. „In einer funktionierenden Gesellschaft kann man nicht immer von einer offenen Welt und großen Werten sprechen, nur wenn es einem Vorteile bringt. Es geht um ein vernünftiges Miteinander, einen gemeinsamen Austausch, gegenseitigen Respekt und Toleranz“, sagte Bayern-Spieler Thomas Müller. „Wir werden nicht müde, für das Thema Rassismus zu sensibilisieren.“

Seit dem Start ist vieles passiert. Unter der Federführung von Präsident Herbert Hainer wurde die Initiative vorangetrieben – in allen Abteilungen des Vereins, bei den Fußballerinnen und Fußballern sowie den Basketballern. Mittlerweile arbeitet ein 20-köpfiges Team aus den unterschiedlichsten Fachbereichen des Clubs ehrenamtlich für „Rot gegen Rassismus“. Bei regelmäßigen Treffen werden aktuelle Aktionen sowie alles rund um die Initiative geplant und besprochen.

Die Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, intern und extern zu wirken und eine klare Haltung für Vielfalt zu zeigen, zu leben und zu festigen. Dazu gehört, die gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen, sich in der Öffentlichkeit klar zu positionieren und möglichst viele Menschen in unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen. Damit wurde eine Dachmarke für Vielfalt sowie gegen jegliche Art von Diskriminierung etabliert.

Ein genauso wichtiger Bestandteil der Initiative ist es, sich im Inneren in einem permanenten Austausch und Dialog unter Sportlerinnen und Sportlern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Mitgliedern, Fans und Partnern mit der Thematik zu befassen, selbstkritisch zu reflektieren und sich

weiterzuentwickeln. Das geschieht beispielsweise bei Podiumsdiskussionen und Workshops mit externen Expert*innen, durch gezielte gemeinsame Aktionen aller Abteilungen und regelmäßige Abstimmungen darüber, wie man die Inhalte der Initiative am nachhaltigsten im Bewusstsein der Menschen etabliert.



Rot gegen Rassismus ÜBERBLICK SAISON 2022/2023

FÖRDERUNG VON VIELFALT UND CHANCENGERECHTIGKEIT

Innerhalb des Clubs

Außerhalb des Clubs

MITARBEITER* INNEN	SPIELER*INNEN, TRAINER*INNEN	ÖFFENTLICHKEIT	FANS
After-Work-Workshop zu Alltagsrassismus	Antirassismus-Workshops	Diversity Mountain	Gebärdensprache
Antirassismus-Workshops	World Squad	Antirassismus-Wochenende	Erinnerungstag/Synagogen-Besuch
Erinnerungstag/Synagogen-Besuch	Rote Linie - Kinderschutz	Branding	Liefer-App
Mitarbeiter*innen-Shooting	Zeitzeugen-Gespräch	Special Olympics	Autogrammkarten-Shooting
Zeitzeugen-Gespräch		bunkkickgut-Festival	

WIRKKRAFT

DAS GANZE JAHR ÜBER

Bei „Rot gegen Rassismus“ ist es für den FC Bayern entscheidend, „nicht nur einmal im Jahr einen Slogan auf ein T-Shirt oder an die Wand zu werfen, sondern nachhaltig und das ganze Jahr über zu wirken – nach innen wie nach außen“, erklären Benny Folkmann und Andreas Werner, die Leiter der clubübergreifenden Initiative. Mit „Rot gegen Rassismus“ wurde die klare Haltung des Vereins zum Thema Vielfalt und dem Einsatz gegen Diskriminierung jeder Art etabliert. Festgehalten ist diese Haltung in der Clubsatzung und einem Handlungsfaden. „Wir hinterfragen uns selbstkritisch, tauschen uns mit Expertinnen und Experten zum Themenfeld aus und wollen über Veranstaltungen sowie unsere Reichweite als FC Bayern gesellschaftlich sensibilisieren“, skizziert Folkmann Vorgehen und Ziele.

In einem Kernteam mit rund 20 freiwilligen Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Bereichen des FC Bayern, das in regelmäßigen Jours Fixes und Workshops die Schwerpunkte von Projekten festlegt, werden Ideen entwickelt, deren Umsetzung organisiert und die Initiative im Austausch mit Expertinnen und Experten, Partnern und Verbänden stetig weiterentwickelt. Das Netzwerk wächst sukzessive: von Kontakten in der Erinnerungskultur über die queere Szene bis zum Bereich Inklusion. Im permanenten Austausch entstehen langfristig aufgebaute Formate oder auch solche, die auf aktuelle Ereignisse reagieren.

Als besondere Aktionen in den vergangenen zwölf Monaten blieben unter anderem Veranstaltungen wie das Afterwork-Event „Verein(t) für Vielfalt“ mit über 120 Mitarbeitenden oder der „Diversity Mountain“ mit über 800 Besucherinnen und Besuchern haften. Generell stark sei die Eigendynamik, die mit dieser Initiative aus dem Verein heraus entstanden ist, so das Leitungsduo – und wie sehr „Rot gegen Rassismus“ inzwischen innerhalb des FC Bayern gelebt wird, sei es durch

Fotoshootings mit Mitarbeitenden, die Integration auf Trikots oder Autogrammkarten oder die zunehmenden Anfragen an Beteiligungen wie Events zum Beispiel vom Format des Superbloom Festivals im Olympiapark im September 2023.

Als persönliches Highlight nennt Folkmann die gemeinsamen Schabbat-Feiern mit FCB- Mitgliedern und der Israelitischen Kultusgemeinde von München und Oberbayern (IKGM) anlässlich des Internationalen Holocaust-Gedenktags: „Das hat uns alle sehr berührt, 2024 haben wir das Programm zudem über unser FC Bayern Museum noch mit Stadtführungen auf den Spuren der Zeit in der NS-Diktatur ergänzt. Ein Vorstandsmitglied von der IKGM sagte, wir könnten uns gar nicht vorstellen, wie viel es den Gemeindemitgliedern bedeute, dass der FC Bayern solche Veranstaltungen der Begegnung organisiert, um Brücken zu bauen.“ Werner erinnert sich besonders gerne daran, „wie wir im Rahmen der US-Tour 2022 in Washington eine Podiumsdiskussion im ‚National Museum of African American Culture & History‘ ausgerichtet haben. Danach führte der Kurator eine Delegation um Präsident Herbert Hainer durch das Museum und äußerte mehrfach, wie außergewöhnlich die Anfrage des FC Bayern gewesen sei – und wie wichtig, dass sich ein Weltverein so intensiv mit dem Thema Rassismus auseinandersetzt.“ Ebenfalls ein wichtiges Projekt aus dem Bereich Inklusion sei außerdem gewesen, gemeinsam mit dem „Red Deaf FC Bayern Fanclub“ Gebärden für die Spielerinnen und Spieler entwickelt zu haben: „Ein Projekt aus der Mitte der Fans, daher extrem nachhaltig.“



DREI BESONDERE MOMENTE DER INITIATIVE „ROT GEGEN RASSISMUS“ IN DER SAISON 2022/2023

Highlights in der Saison 2022/2023 von „Rot gegen Rassismus“: Gedenkwochenenden im Rahmen der aktiven Erinnerungskultur mit der Israelitischen Kultusgemeinde, eine interne Veranstaltung für Mitarbeiter*innen rund um die internationalen Wochen gegen Rassismus, das Festival „Diversity Mountain“ im Herzen von München mit über 800 Besucher*innen, Beteiligung am Superbloom Festival im Münchner Olympiapark mit internationalen Topstars, Entwicklung von Gebärden für Spieler*innen der Profimannschaften sowie der Empfang der Teams aus Kanada und Mauritius bei den Special Olympics.



Gemeinsame Schabbat-Feier: „Erinnern allein reicht nicht!“

Anlässlich des Erinnerungstags zum Gedenken an die Opfer des Nationalsozialismus haben der FC Bayern und seine Mitglieder mit der Israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern (IKG) bisher schon zweimal ein Wochenende im Zeichen der Erinnerungskultur abgehalten. „Unser Grundgedanke lautet: ‚Gemeinsam erinnern – gemeinsam die Zukunft gestalten‘“, erläuterte Präsident Herbert Hainer bei einer Gesprächsrunde mit Dr. h.c. mult. Charlotte Knobloch, Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde, vor 180 geladenen Gästen, darunter der langjährige bayerische Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber. „Denn Erinnern allein reicht nicht!“

Gegen Alltagsrassismus. „Verein(t) für Vielfalt“

Gemeinsam mit der Bildungswissenschaftlerin Jennifer Danquah von der Universität Würzburg organisierte der FC Bayern interne Workshops und Impulsvorträge für Mitarbeitende zum Thema Alltagsrassismus. Zusätzlich gab es die interne Veranstaltung „Verein(t) für Vielfalt“, um sich auch mit den Themen Antisemitismus, Homophobie und Inklusion auseinanderzusetzen. Außerdem wurde den Mitarbeitenden des Clubs ein Handlungsfaden zum Thema Rassismus vorgestellt und zugänglich gemacht.

Tag der Vielfalt beim „Diversity Mountain“

Der FC Bayern lud Fans, Mitglieder und generell Interessierte zu einem Tag der Vielfalt auf dem Münchner Kulturgelände Sugar Mountain ein. Unter dem Motto „Diversity Mountain“ gab es Fußball, Basketball, Tischtennis, Schach, Zirkusakrobatik oder Skateboardfahren, und es bestand die Möglichkeit, Erfahrungen im Blindenfußball zu sammeln. Clubpräsident Herbert Hainer ließ sich außerdem vom Fanclub „Red Deaf“ in das Projekt einführen, bei dem die gehörlosen Fans Gebärden für die Spielerinnen und Spieler des FC Bayern entwickelt haben. Den Abschluss bildete eine Podiumsdiskussion mit Expert*innen zum Thema Vielfalt.

ARENA OF CHANGE

„MITEINANDER LERNEN, LEBEN, LACHEN“

Durch die innovative Bildungsinitiative unseres Vereins und der SOS-Kinderdörfer weltweit bringen wir pro Jahrgang 60 Kids aus Münchner Schulen auf dem Campus zusammen.

Nicht jedes Kind findet sich im Schulunterricht wieder; bei uns soll sich aber jedes Kind wiederfinden, mindestens in der Arena of Change. Die „Arena of Change“ ist ein pädagogisches Format, das es so in Deutschland noch nicht gegeben hat – und schafft einen kreativen Freiraum, in dem Kinder sich jede Woche individuell ausprobieren können. Im Sommer 2022 startete das innovative Bildungskonzept, um Sport und

Wertevermittlung zu kombinieren, in die zweite Runde. Die Idee: 60 Kinder zwischen 8 und 14 Jahren aus fünf unterschiedlichen Münchner Schulen kommen in vier Gruppen einen Nachmittag in der Woche zusammen, um Werte wie Gemeinschaftssinn, Solidarität sowie Toleranz zu erfahren und zu leben. Mädchen und Jungen unterschiedlicher sozialer Herkunft fordern sich selbst heraus, wachsen miteinander und stärken ihre Persönlichkeiten. Change, also Wandel, steht dabei für das Kennenlernen neuer Perspektiven – auf sich selbst und die eigene Umwelt – sowie für die eigene Weiterentwicklung. Jedes Treffen beginnt mit einem gemeinsamen, gesunden Mittagessen. Zwei Pädagoginnen gestalten das wöchentliche Programm, punktuell

werden sie dabei von externen Expert*innen und Sportstars des FC Bayern unterstützt. Neben der Finanzierung des Projekts bringen wir uns mit Räumlichkeiten auf dem Campus ein, die eigens für das Projekt gestaltet wurden. Darüber hinaus unterstützen unsere Mitarbeitenden durch Fachexpertise und trainingswissenschaftliche Kompetenzen und Erfahrungen. Gemeinsam mit den SOS-Kinderdörfern weltweit nehmen wir mit diesem Projekt auch unsere Verantwortung wahr, über den Sport hinaus Kinder zu begeistern und ihnen ein umfangreiches Programm zwischen Sport, Kunst, Wissenschaft und gesellschaftlichen Themen zu bieten. Unser Verein ist in die Weiterentwicklung der Arena of Change fortlaufend involviert.



So wirkte unsere „Arena of Change“ in der Saison 2022/2023

- ca. 60 Workshops rund um „Change“, „Gesundheit, Gesellschaft und Umwelt“, „Technik“, „Kreativität und Medien“ und „Growth Mindset“ pro Jahrgang
- 75% der teilnehmenden Kinder erhöhten nach eigener Auskunft während der Teilnahme ihr individuelles Wohlbefinden (zum Beispiel Selbstakzeptanz, Lob annehmen können, weniger Sorge vor der Zukunft)
- 88% der teilnehmenden Kinder zeigten eine Verbesserung in den Disziplinen des renommierten deutschen Motoriktests (der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft und dem Karlsruher Institut für Technologie) im Vergleich zu dem Anfang des Jahrgangs durchgeführten Test
- 66% der teilnehmenden Kinder erhöhten, nach Angaben der Eltern, ihre Sozialkompetenzen (zum Beispiel Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein)
- Fokussierung auf gesunde Ernährung im Alltag
- wöchentliche gemeinsame Bewegungszeit fördert Stressreduktion, Sportaffinität und Freude an Bewegung

ERINNERUNGSKULTUR



CHARLOTTE KNOBLOCH

„ES STEHT FÜR EINE GESELLSCHAFT ALLES AUF DEM SPIEL, WENN DIE VERGANGENHEIT WIEDER ZUR GEGENWART WIRD“

Erinnerungsarbeit, Diversität und Gleichstellung – wir setzen Zeichen auf wie neben dem Platz. Zuletzt mit einem Projekt zum Vereinsleben während der NS-Diktatur.

Erinnerungskultur schafft ein Bewusstsein für die Fehler der Vergangenheit, stärkt das Verantwortungsgefühl für die Zukunft und soll sicherstellen, dass unmissverständlich gilt: „Nie wieder!“ Diese Botschaft kann nicht oft genug ausgesendet werden – und so nehmen wir den „Erinnerungstag gegen das Verbrechen im Nationalsozialismus sowie gegen aktuellen Rassismus und jegliche Art der Diskriminierung im deutschen Fußball“ Jahr für Jahr zum Anlass für besondere Aktionen, Sonderführungen, eigens gestaltete Ausstellungen und Lesungen. Die Erinnerungskultur ist ein wichtiger Bestandteil unserer historischen Arbeit.

Seit zwanzig Jahren beschäftigen wir uns beim FC Bayern mit der Aufarbeitung unserer eigenen Geschichte – vor allem dem Vereinsleben in der Zeit des Nationalsozialismus. Was unser Team herausgefunden hat, zeigen wir in Dauer- und Sonderausstellungen im Vereinsmuseum, das seit seiner Gründung 2012 mehr ist als ein Ort, an

dem Pokale ausgestellt und sportliche Erfolge oder Niederlagen präsentiert werden. Sie erinnern an die Biografien jüdischer Vereinsmitglieder, die von den Nazis vertrieben, verhaftet und teilweise ermordet wurden. Im Zentrum stand und steht das ausführlich dokumentierte Leben des früheren FC Bayern-Präsidenten Kurt Landauer, der den Holocaust als Emigrant überlebte. Vier Jahre später entstand in Zusammenarbeit mit der KZ-Gedenkstätte in Dachau die Wanderausstellung „verehrt – vergessen – verfolgt. Opfer des Nationalsozialismus beim FC Bayern München“, die in zahlreichen Museen, Vereinen und Schulen in Deutschland und sogar in den USA im „Museum of Holocaust“ in Los Angeles, der Penn State University (Pennsylvania) oder im Kapitol in Washington zu sehen war.

Im Jahr 2017 schließlich vergab der FC Bayern einen unabhängigen Forschungsauftrag an das Institut für Zeitgeschichte in München zur umfassenden Erforschung der Geschichte des FC Bayern während der Zeit des Nationalsozialismus. So entstand die erste detaillierte Dokumentation der Geschichte eines deutschen Fußballvereins während der NS-Diktatur. Dreieinhalb Jahre lang forschte der Historiker Gregor Hofmann vom

Institut für Zeitgeschichte in Form einer Doktorarbeit. Er wertete 15.000 Dateien-Scans, Akten und Notizen aus beinahe 60 Archiven in Deutschland, Polen, Tschechien, Österreich, der Schweiz, Frankreich, Israel und den USA aus. Die Studie zeigt: Zwischen 1933 und 1945 waren mehr als die Hälfte der Funktionäre in der Vereinsführung des FC Bayern auch Mitglieder der NSDAP. Andererseits hielt der FC Bayern lange, auch öffentlich, an seinen jüdischen Mitgliedern fest. Präsident Herbert Hainer: „Mit dieser Studie leisten wir einen weiteren Beitrag zur Erinnerungskultur – und dazu, dass sich Geschichte nicht wiederholt.“ Auch heute stünden jüdische Menschen im Fadenkreuz von Hass, mahnte Charlotte Knobloch, Präsidentin der Israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern, während der Eröffnung der aktualisierten Wanderausstellung am 29. Januar 2023, aber das Fundament, auf dem nach 1945 auch der FC Bayern wieder aufgebaut wurde, laute: Nie wieder! „Es steht für eine Gesellschaft alles auf dem Spiel, wenn die Vergangenheit wieder zur Gegenwart wird. Darum Danke an den FC Bayern für sein Engagement. Kurt Landauer wäre sehr stolz auf seinen Verein.“



UNSER ENGAGEMENT GEGEN DAS VERGESSEN, GEGEN DISKRIMINIERUNG UND AUSGRENZUNG UND FÜR VIELFALT UND INKLUSION

2022

- JUNI** Lehrerfortbildung „Der FC Bayern und seine jüdische Geschichte“ in Kooperation mit der Bayerischen Museumsakademie (BMA), dem Lehrstuhl für Jüdische Geschichte und Kultur der LMU München, dem Museumspädagogischen Zentrum München (MPZ) sowie der Akademie für Lehrerfortbildung und Personalführung Dillingen
- JULI** Wanderausstellung „venerated - persecuted - forgotten“ im US-Kapitol von Washington D.C. während der Audi Summer Tour, Präsentation mit FC Bayern-Vorstand
- SEPTEMBER** Buchveröffentlichung Gregor Hofmann, „Mitspieler der ‚Volksgemeinschaft‘. Der FC Bayern und der Nationalsozialismus“, Göttingen 2022
Fahrrad-Gedenktour anlässlich des Olympia-Attentats 1972 mit Präsident Herbert Hainer und rund 100 Fans in Kooperation mit dem israelischen Generalkonsulat München
- OKTOBER** Zeitzeugengespräch mit dem Holocaust-Überlebenden Abba Naor für Mitglieder und Fans (30.05.) sowie für den FC Bayern-Nachwuchs am Campus



2023

- JANUAR** Holocaust-Gedenktag/gemeinsame Einstimmung auf den Schabbat in der jüdischen Gemeinde (27.01.)
Präsentation der Wanderausstellung „venerated - persecuted - forgotten“ an der Columbia University, New York, USA
Holocaust-Gedenktag/Erinnerungstag im Deutschen Fußball: Präsentation der aktualisierten Wanderausstellung in der IKG München mit Charlotte Knobloch und Herbert Hainer als Schirmherr*in
- FEBRUAR** Präsentation der Wanderausstellung „venerated - persecuted - forgotten“ am Jewish History Department der Penn State University, Pennsylvania, USA
- JUNI** Offizielle Buchvorstellung der NS-Studie von Gregor Hofmann, „Mitspieler der ‚Volksgemeinschaft‘. Der Nationalsozialismus und der FC Bayern“ mit Podiumsdiskussion am Institut für Zeitgeschichte, München; begleitend Wanderausstellung „verehrt - verfolgt - vergessen“
Präsentation der Wanderausstellung „verehrt - verfolgt - vergessen“ durch Karl-Heinz Rummenigge am Gymnasium Grünwald, mit 100 Schüler*innen der 9. Klassen

„JEDER CENT ZÄHLT, HILFT, BEWIRKT GUTES“

Den Anstoß zur Gründung des FC Bayern Hilfe eV gab die Tsunami-Katastrophe Ende Dezember 2004 in Asien. „Damals kamen über 230.000 Menschen ums Leben, ganze Dörfer wurden zerstört – wir sagten uns: Da müssen wir helfen“, erklärt der Vorstandsvorsitzende Karl Hopfner. Die Spenden wurden speziell zum Wiederaufbau in Sri Lanka verwendet. Als sich die Lage stabilisiert hatte, wandte sich der Hilfe eV neuen Projekten zu.

Zweck des Vereins ist seitdem die Unterstützung unschuldig in Not geratener Personen mit finanziellen Mitteln sowie die Beschaffung von Mitteln als Förderkörperschaft zur Förderung von Bildung und Erziehung, der Jugend- und Altenhilfe, des Sports und Unterstützung hilfsbedürftiger Personen durch eine andere steuerbegünstigte Körperschaft oder durch eine Körperschaft des öffentlichen Rechts.

Der Vorstand um den Vorsitzenden Hopfner sowie die beiden Gründungsmitglieder Uli Hoeneß und Karl-Heinz Rummenigge koordinieren mit der Geschäftsführerin Elke Keller die Verwendung der Spenden. Da alles auf ehrenamtlicher Basis läuft, geht jeder Cent 1 : 1 an Menschen und Einrichtungen, die Hilfe benötigen.

Interview mit Karl Hopfner, Vorsitzender des FC Bayern Hilfe eV

Herr Hopfner, 2025 feiert der FC Bayern Hilfe eV sein 20-jähriges Bestehen. Was bedeutet Ihnen das?

„In diesen gut 20 Jahren haben wir sehr, sehr vielen Menschen und Institutionen helfen können – und wir können all denen, die uns ihre Spenden zukommen ließen, nicht genug danken. Jeder Cent zählt, jeder Cent hilft, und jeder Cent bewirkt Gutes: Dafür stehen wir. Da wir den Hilfe eV ehrenamtlich aufgebaut haben, können wir das gesamte Geld an Bedürftige weiterleiten. Wenn ich daran denke, wie sich alles entwickelt hat: 2004 wurden in Asien ganze Existenzen zerstört, und wir konnten über Hilfsorganisationen, die vor Ort im Einsatz waren, einen Teil zum Wiederaufbau beisteuern – so ist es bis heute: Der FC Bayern Hilfe eV ermöglicht Menschen neue Wege in ein neues Leben. Und jeder, der spendet, leistet einen wertvollen Beitrag.“

Was ist Ihnen in all den Jahren am meisten in Erinnerung geblieben?

„Es fällt mir schwer, da etwas hervorzuheben: Jedes Projekt ist wichtig; und zwar die großen wie die kleinen. Die Bandbreite macht uns aus – und dass wir bei Bedarf so unbürokratisch und kurzfristig helfen können. Wenn ich da mal nur 2023 Revue passieren lasse: Nach den schweren Erdbeben in der syrischen Grenzregion zur Türkei war schnelle Unterstützung das A und O – wir waren mit 100.000 Euro zur Stelle. Im Laufe des Jahres haben wir zudem unter anderem Nachbarschaftshilfe betrieben und die SpVgg Unterhaching mit deren sozialer Initiative ‚Haching schaut hin‘ unterstützt. Seit Jahrzehnten pflegen wir darüber hinaus eine enge Beziehung zur Bayerischen Landesschule für Körperbehinderte, die uns sehr wichtig ist und die wir nicht nur finanziell unterstützen, sondern bei der wir den Kindern auch mit Besuchen, beispielsweise unserer FC Bayern-Legenden, eine Freude machen. Der FC Bayern Hilfe eV ist da, wenn man ihn braucht.“

Was sind die Ziele für die Zukunft?

„Der FC Bayern Hilfe eV ist eine lebendige, aktive Initiative, die mit ihren fast 20 Jahren bereits eine enorme Erfahrung gesammelt hat – und gleichzeitig aufgrund ihrer Infrastruktur frisch und dynamisch geblieben ist. Ein Sportverein wie der FC Bayern verbindet die Menschen, er ist eine Heimat für alle und sollte immer Wege aufzeigen. Das Zusammenspiel mit unseren Fans, Fanclubs, Mitgliedern und Wegbegleiter*innen war bisher ungemein erfolgreich – und so soll es weitergehen. Sportliche Erfolge sind wichtig, danach streben wir alle. Aber am Ende sind die Menschen entscheidend.“



Spendenkonto:

FC Bayern Hilfe eV
 HypoVereinsbank/UniCredit Bank GmbH
 IBAN: DE80 7002 0270 0667 9019 01
 BIC: HYVEDEMMXXX

HELPSIDE

RIESENHITTE

Im clubeigenen Charity-Programm HELPSIDE bündeln unsere FC Bayern-Basketballer ihr soziales und gesellschaftliches Engagement in der Metropolregion München - für Inklusion, für den Nachwuchs, für Hilfsbedürftige und für ein vielfältiges, buntes München.

Natürlich sind die Basketballer des FC Bayern an allen clubübergreifenden Maßnahmen zu mehr Vielfalt und Inklusion beteiligt. Darüber hinaus haben sie 2019 ihr eigenes Charity-Programm ins Leben gerufen: HELPSIDE.

„Helpside“ ist ein Standardbegriff im Basketball und dort in der Verteidigung das A und O: Dem Mitspielenden helfen, wenn Unterstützung gebraucht wird.

Zu helfen, wenn Unterstützung gebraucht wird, ist für den FC Bayern Basketball nicht nur auf dem Spielfeld eine wünschenswerte Eigenschaft. Auch abseits des Courts übernehmen wir Verantwortung für die Menschen in der Metropolregion München. Seither und auch schon davor sind Partnerschaften und Kooperationen entstanden, mit Organisationen, die sich in und um München engagieren. Dazu gehören auch die Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München, die Familien mit lebensbedrohlich schwerstkranken Kindern und jungen Erwachsenen betreut, und die Offene Behindertenarbeit München. An Spieltagen im BMW Park finden außerdem immer wieder Sammelaktionen für die Obdachlosenhilfe der Bahnhofsmision München, Diakonia München oder „Weihnachten auf der Straße“ statt. Des Weiteren werden immer wieder Aufrufe zu Typisierungsaktionen im Kampf gegen Blutkrebs in Zusammenarbeit mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS) oder dem Arbeiter Samariter Bund (ASB) durchgeführt. Durch verschiedene Charity-Events sammelt unser FCBB außerdem regelmäßig Spenden, unter anderem für das Kinderhaus Atemreich.

„Ein Projekt wie HELPSIDE ist wichtig, denn unsere Aufgabe ist, dass wir Menschen nicht nur mit Basketball und Ergebnissen erfreuen, sondern dass wir uns auch sozial engagieren und unsere gesellschaftliche Verantwortung mit Leben füllen.“

Marko Pešić,
Geschäftsführer des FCBB

HELPSIDE-HIGHLIGHTS
DER SAISON

2022/2023

Dunk Dein Pfand

Unter diesem Motto haben BMW Park-Besucher*innen bei allen Heimspielen die Möglichkeit, ihr Becherpfand in Höhe von zwei Euro zu spenden und so die Arbeit der Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München (AKM) zu unterstützen.

HELPSIDE-Spieltag

Am sogenannten HELPSIDE-Spieltag wurden im letzten Jahr Hilfsorganisationen vorgestellt. Diese durften auf ihre Arbeit aufmerksam machen und an ihren Ständen Waren für wohltätige Zwecke verkaufen.

Wunschbaumaktion für Kinder in der Ukraine

Fans, das FCBB-Office und Spieler*innen erfüllten über HELPSIDE-Wunschzettel von Kindern aus Charkiw



SOZIALE ANGELEGENHEITEN

EINMAL NOCH ... ZUM FC BAYERN

Unser Team Soziale Angelegenheiten erfüllt seit über 30 Jahren unseren schwerstkranken Fans Herzenswünsche

Ob im Stadion, im FC Bayern-Museum oder beim öffentlichen Training dabei sein, ein Treffen mit Manuel Neuer & Co. oder das Einlaufen mit dem Idol in die Allianz Arena – die Mission des FC Bayern: Herzenswünsche von schwerstkranken Fans erfüllen. Diese Form der Hilfe hat Tradition in unserem Verein: Seit Jahrzehnten werden Wünsche, zuweilen letzte Wünsche, erfüllt. Unsere Mitarbeitenden stehen im direkten Kontakt mit Fans und ihren Angehörigen, Hospizen, Krankenhäusern und Palliativstationen.

Häufig arbeiten unser Team Soziale Angelegenheiten und der FC Bayern Hilfe eV hier koordiniert zusammen. Hinzu kommt in Kooperation mit dem Merchandising-Team die Unterstützung gemeinnütziger Vereine und Organisationen mit Tombola- und Auktionsgeschenken, Spenden- oder Sonderveranstaltungen. Über 2.500 Anfragen erreichen uns jede Saison.

Nicht nur zur Weihnachtszeit besucht der FC Bayern Fans in Krankenhäusern, Hospizen und Seniorenheimen. Mit dabei sind oft unsere Sportler*innen aus den Fußball- und Basketballmannschaften, sowie unsere beliebten Maskottchen Berni, Ben und Mia. Die Geschenke und vor allem die Momente, die wir mit unseren Fans in guten wie in schlechten Zeiten verbringen, machen uns als Verein aus.



INKLUSION UND BARRIEREFREIHEIT

FC BAYERN FÜR ALLE

Um die Bedürfnisse und Ideen unserer Fans mit Behinderung zu berücksichtigen und weiterzuentwickeln, findet ein regelmäßiger Austausch mit dem Verein statt.

„Die Allianz Arena gehört beim Thema Inklusion von Menschen mit Behinderung auch 18 Jahre nach der Eröffnung zu den besten Stadien Europas.“

Das sagt Kim Krämer. Der 47-jährige Bayern-Fan aus dem Landkreis Schweinfurt sitzt seit 1996 im Rollstuhl. Seit 2010 kümmert er sich als Behindertenfanbeauftragter des FC Bayern darum, dass Fans mit Behinderung eine unvergessliche Zeit im Stadion haben. Zugleich ist er Sprecher der Fanbeauftragten für Menschen mit Behinderung der Clubs der 1. und 2. Bundesliga. Kim Krämer ist außerdem Vorsitzender beim FC Bayern Fanclub Rollwagerl 93, dem größten unabhängigen inklusiven Fanclub Europas. Darüber hinaus berät er unseren Verein als Experte mit relevantem Fachwissen allgemein und ganzheitlich über den Abbau von Zugangsbarrieren bei der Kommunikation und Mobilität.

Was ist der Unterschied zwischen barrierefrei und barrierearm?

„Barrierefrei“ bedeutet, dass die Zugänglichkeit von Gebäuden, Produkten oder Dienstleistungen ohne Einschränkungen, für alle einschließlich Menschen mit Behinderungen, gewährleistet wird. „Barrierearm“ sind hingegen Gebäude, Produkte und Dienstleistungen, die nicht vollständig frei zugänglich sind. Barrierefreiheit ist also umfassender, während barrierearm nur darauf hinweist, dass Anstrengungen unternommen wurden, die Zugänglichkeit zu verbessern.



Barrierefreiheit in der Allianz Arena: 227 Plätze mit Topsicht aufs Spielfeld stehen für Rollstuhlfahrer*innen zur Verfügung, das sind auch im relativen Verhältnis mehr als in den meisten anderen Bundesligastadien, dazu 20 Plätze für Fans mit Sehbehinderung. Zum Service in der Allianz Arena gehören außerdem eine umfangreiche barrierearme Bestell-App für gehörlose und rollstuhlgebundene Besucher*innen, eine Audio-Deskription via Kopfhörer für Besucher*innen mit Sehbehinderung, großzügig dimensionierte Personenaufzüge und Behinderten-WCs in ausreichender Zahl. Die Allianz Arena bietet zudem barrierearm erreichbare Gastronomie, spezielle Führungen außerhalb der Spieltage für Rollstuhlfahrer*innen und 130 Behinderten-Parkplätze. Auch das in der Allianz Arena beheimatete FC Bayern Museum, Deutschlands größtes Vereinsmuseum, ist selbstverständlich barrierearm zugänglich. „Inklusion ist in den Werten des FC Bayern verankert“, sagt Jürgen Muth, Geschäftsführer der Allianz Arena. Man habe schon

am Planungsanfang, weit vor der Eröffnung 2005, die Bedürfnisse von Fans mit Behinderung mitgedacht. Vor allem saßen neben Architekt*innen und Ingenieur*innen Menschen mit am Tisch, die diese Maßnahmen betreffen. „Damals wurde der Grundstein für eine großartige Infrastruktur gelegt, auf der wir heute aufbauen können“, sagt Kim Krämer. Regelmäßig werden mit dem Verein technische Entwicklungen und Verbesserungsmöglichkeiten besprochen. Früher, im alten Olympiastadion, hatte sich Kim Krämer extra einen elektrischen Rollstuhl besorgt, um seinen Platz oben an der Anzeigetafel selbstständig zu erreichen. Das ist Gott sei Dank lange her. Kim Krämer: „Ich würde fast sagen, unsere Plätze heute sind besser als die VIP-Plätze.“

ZUGANG ZUM FUSSBALL FÜR ALLE. BEIM FC BAYERN UND IN DER ALLIANZ ARENA

2005

- Bau der Arena im ausführlichen Austausch mit dem Rollwagerl eV um eine zukunftsgerichtete Infrastruktur zu schaffen und Barrierefreiheit in der Allianz Arena zu erwirken

2012

- Erhöhung der Plätze für Rollstuhlfahrer*innen von 169 auf 227

2014

- Einrichtung einer Toilette für alle Menschen mit schweren und mehrfachen Behinderungen

2015

- Einrichtung einer Getränke- und Essensablage bei den Rollstuhlfahrer*innen-Plätzen

- Die Allianz Arena ist ausgezeichnet als das Barriere-freundlichste Stadion Deutschlands. Der Sozialverband VdK Bayern zeichnete die Verantwortlichen der Allianz Arena München Stadion GmbH für die behindertengerechte Planung und Erstellung der Allianz Arena aus.

2019

- Projektstart „Leichte Sprache“ auf der FC Bayern-Webseite

2022

- Einrichtung eines Bestell- und Lieferservices am Platz für Menschen mit Behinderung gemeinsam mit der HypoVereinsbank

- Aufnahme des Rollwagerl 93 eV in den Club-Fan-Dialog

2023

- Zertifizierung des FC Bayern Museums mit dem deutschlandweiten Kennzeichensystem „Reisen für alle“

- Projektstart „Namen in Gebärdensprache“ für die Spieler*innen der Fußballmannschaften

- Premiere des „Erinnerungskoffers“ für Menschen, die an Demenz erkrankt sind

- Bereitstellung einer Berichterstattung für Menschen mit Sehbehinderung via Stream per App im gesamten Stadion

- Bereitstellung von Informationen per Schriftdolmetscher auf dem Smartphone für Menschen mit Hörbehinderung im Stadion

- Einrichtung von ca. 15 Parkplätzen für Menschen mit Behinderung im Gäste-Parkhaus

- Einrichtung eines Shuttle-Services für besondere Besuchergruppen

- Barrierearmer Nachhaltigkeitsbericht des FC Bayern. Unterstützt durch die Pfennigparade haben wir diesen Bericht barrierearm für blinde und hochgradig sehbehinderte Menschen und deren Screenreader gestaltet

AUSBLICK FÜR 2024

- Weiterentwicklung der „Leichten Sprache“ auf der Webseite der Allianz Arena

- Entwicklung eines Konzepts für ganzheitliche digitale Barrierefreiheit auf den FC Bayern Webseiten



Der FC Bayern-Fanclub Red Deaf hat im Rahmen der Initiative „Rot gegen Rassismus“ für die Stars des FC Bayern eigens Namen in Gebärdensprache entwickelt. Nichthörende Menschen müssen die Namen nun nicht mehr Wort für Wort buchstabieren. Mit dieser Aktion will der FC Bayern einen weiteren Beitrag leisten, um für das Thema Inklusion von Menschen mit Behinderung zu sensibilisieren.

Gleichberechtigte Teilhabe über die Allianz Arena hinaus

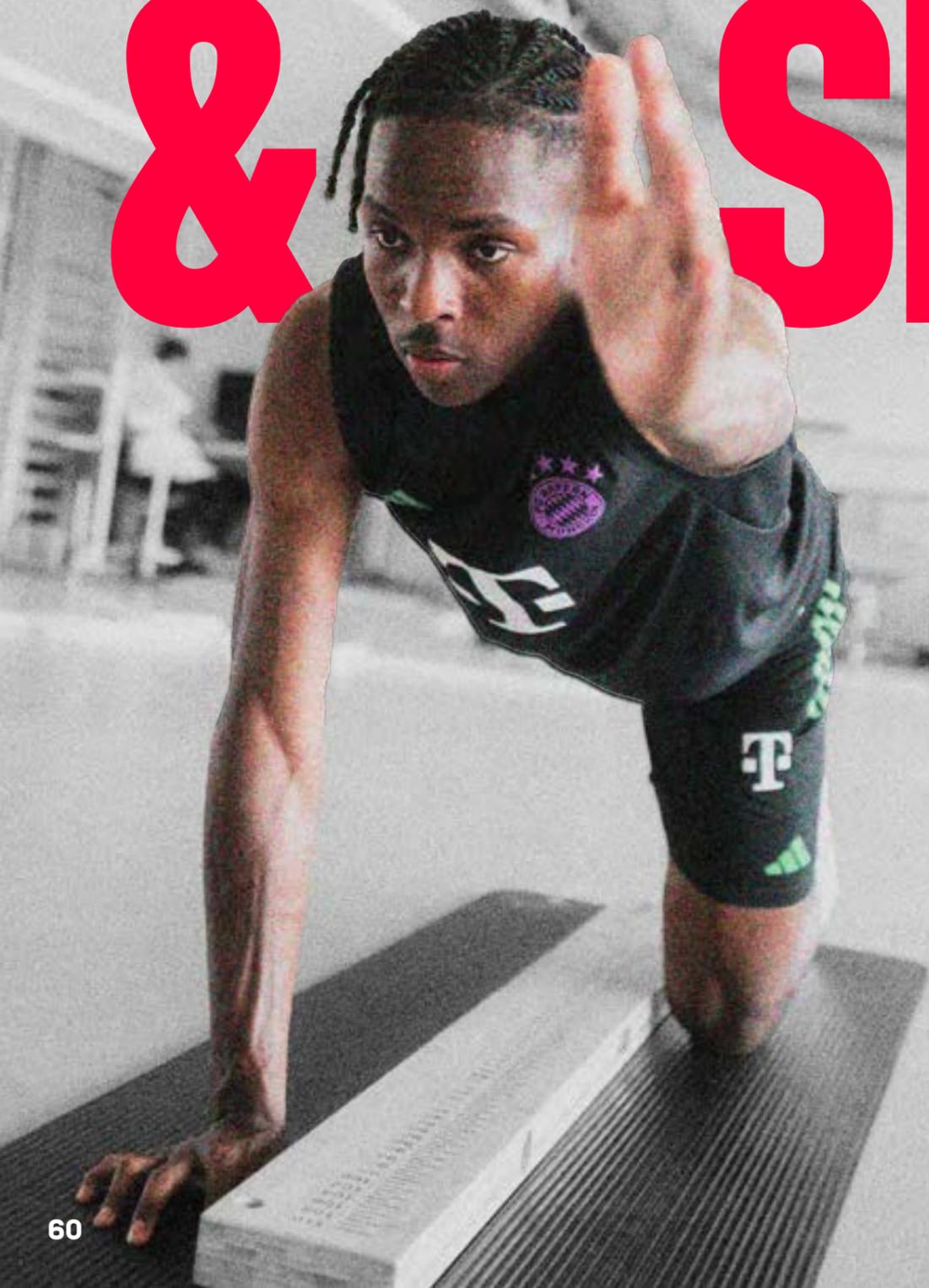
Die Allianz Arena zieht zahlenmäßig Spieltag für Spieltag die meisten Besucher*innen an; wir wollen ihnen eine gleichberechtigte Teilhabe am Spielgeschehen ermöglichen. Dieses Ziel haben wir uns aber auch für alle anderen Situationen gesetzt, in denen die Ermöglichung von Teilhabe erforderlich ist. Dies gilt für die Spiele und Events im BMW Park, Besuche im FC Bayern Museum oder das Aufrufen unserer Webseite. In zukünftigen Berichten werden wir auch diese Entwicklungen

ausführlich beschreiben, begonnen haben diese zum Beispiel bereits mit Führungen für gehörlose Besucher*innen im FC Bayern Museum.

Wir setzen uns regelmäßig mit Vertreter*innen verschiedener Organisationen, die sich für Menschen mit Behinderung engagieren, zusammen und versuchen zu verstehen, welche Bedürfnisse, Herausforderungen und Ideen die Betroffenen – auch im Wandel der Zeit – für unvergessliche Erlebnisse beim FC Bayern haben.



GESUNDHEIT & SICHERHEIT



**„GESUNDHEIT IST
NICHT ALLES, ABER
OHNE GESUNDHEIT
IST ALLES NICHTS.“**

(nach Arthur Schopenhauer, Philosoph)

Entsprechend unserem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsverständnis steht für uns Gesundheit als Basis des Menschseins im Mittelpunkt unseres zweiten Handlungsfeldes. Auch das menschliche Grundbedürfnis nach Sicherheit behandeln wir mit derselben Priorisierung im Handlungsfeld Gesundheit und Sicherheit.

Der FC Bayern legt Wert darauf, dass es allen Mitgliedern der FC Bayern-Familie gut geht, dass sie gesund sind, ihre körperliche und geistige Integrität und ihr Wohlbefinden geschützt werden und jeder den Raum zur Entfaltung seiner Individualität innerhalb der FC Bayern-Familie erhält. Ein besonderes Augenmerk richten wir auf schutzbedürftige Gruppen. Dabei arbeiten wir eng mit Expert*innen aus verschiedenen Fachbereichen zusammen, um solche Gruppen zu identifizieren und bestmöglich zu schützen. Nicht von ungefähr kommt es daher, dass wir ein Awareness-Konzept für mehr Sicherheit beim Stadionbesuch („OBACHT“) ins Leben gerufen und unser Kinderschutzkonzept („Rote Linie“) weiterentwickelt haben. Zugleich stehen diese beiden Projekte exemplarisch für eine weitere Besonderheit unserer Gesundheits- und Sicherheitskonzepte: Wir beteiligten die Betroffenen an der Konzeptentwicklung. OBACHT resultiert aus einem umfangreichen Konsultationsprozess mit unseren Fans, Rote Linie wurde gemeinsam mit Kindern entwickelt.

Auch auf die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden legen wir größten Wert. Sie sind die Basis des Vereins und verdienen einen Arbeitsplatz, an dem sie sich wohlfühlen, gesund bleiben und sicher sind.

Nicht zuletzt ist es als Sportverein Teil unserer Priorität, für Bewegung, eine gesunde Lebensweise und Ernährung einzutreten.

Unsere Ziele:

- **GEWÄHRLEISTUNG DER GESUNDHEIT UND SICHERHEIT VERSCHIEDENER STAKEHOLDER – INSBESONDERE VULNERABLER GRUPPEN**
- **SCHUTZ VON GESUNDHEIT UND SICHERHEIT VON KINDERN UND JUGENDLICHEN, FANS BEIM STADIONBESUCH, MITARBEITER*INNEN**
- **VERBESSERUNG DER KÖRPERLICHEN VERFASSUNG UND FITNESS**
- **FÖRDERN EINES GESUNDEN LEBENS, INSBESONDERE EINER GUTEN KONDITION UND FITNESS SOWIE KÖRPERLICHER LEISTUNGSFÄHIGKEIT**
- **VERMITTLUNG EINER GESUNDEN LEBENSWEISE**
- **FÖRDERN EINER GESUNDEN LEBENSWEISE, DURCH DIE DAS RISIKO VON SCHWEREN ERKRANKUNGEN ODER FRÜHEM TOD REDUZIERT WIRD**
- **EINTRETEN FÜR MENTALE GESUNDHEIT, FÖRDERN EINES GANZHEITLICHEN VERSTÄNDNISSES DER MENTALEN GESUNDHEIT UND IHRER AUSWIRKUNGEN AUF DEN MENSCHEN; ENTSTIGMATISIERUNG VON MENTALEN ERKRANKUNGEN**

OBACHT GEMEINSAM FÜR EINE KULTUR DES HINSEHENS

Gemeinsam mit unseren Fans haben wir ein Konzept erarbeitet, um auch in der Allianz Arena eine Kultur des Hinsehens zu schaffen und den Besuch der Heimspiele unserer Mannschaften noch sicherer zu gestalten.

Unsere Fans sind die Seele des Vereins. Um ihre Sicherheit beim Stadionbesuch zu gewährleisten, evaluieren wir regelmäßig gemeinsam mit ihnen, an welchen Stellschrauben wir noch drehen können. Einmal mehr zeigte sich das unglaubliche Potenzial unserer Fans als Gestalter*innen, als Interessierte, als Aktive. So konnten wir gemeinsam das Awareness-Konzept „OBACHT“ entwickeln, das das Ziel verfolgt, die Sicherheit im Stadion zu gewährleisten – insbesondere von vulnerablen Gruppen wie Frauen oder Kindern: Indem wir Aufmerksamkeit und Hilfe für Fälle von Belästigung, Beleidigung und weitere sicherheitsrelevante grenzüberschreitende Vorfälle schaffen.

Gemeinsam mit Vertreter*innen der Südkurve sowie dem unter der Trägerschaft der AWO München Stadt stehenden Fanprojekt München haben wir ein Awareness-Konzept erarbeitet, um in der Allianz Arena eine Kultur des Hinsehens zu schaffen und den Besuch der Heimspiele unserer Mannschaften noch sicherer zu gestalten. Der bayerische Begriff „Obacht“ steht bei dieser

Initiative dafür, dass man aufeinander schaut, sich gegenseitig unterstützt – und dass Hilfe zur Stelle ist, sollten Besucher*innen diese benötigen. Das Konzept soll in der Folge auch in den anderen Spielstätten unseres FC Bayern umgesetzt werden.

Grenzüberschreitendes, übergriffiges und diskriminierendes Verhalten wird beim FC Bayern München nicht toleriert. Wir wollen unsere Mitglieder, Fans und Mitarbeitenden dazu ermutigen, hinzusehen und zuzuhören, aufzustehen, zu diskutieren und zu widersprechen – zu helfen und füreinander einzustehen. Respekt und Toleranz sind wichtige Werte des Sports, die wir fördern und für die wir uns einsetzen.

Bei unseren Heimspielen steht die gesamte Öffnungszeit der Allianz Arena über ein Awareness-Team aus zwei psychologisch geschulten Fachkräften des KIT-München des Arbeiter-Samariter-Bunds München/Oberbayern eV (ASB) jederzeit bereit. Betroffene können über das Scannen von standortbezogenen QR-Codes, die im Stadion sichtbar verteilt sind, um Hilfe rufen. Etwaige Hilfestellungen werden in Absprache mit der betroffenen Person getätigt; je nach Einzelfall können aber auch Ad-hoc-Sicherheitskräfte eingeschaltet werden.

Die aktive Fanszene hatte sich bereits mit dem Thema Awareness auseinandergesetzt und kam mit dem Wunsch, ein Konzept auch für das Stadion zu etablieren, auf den FC Bayern zu. An der Erstellung des Konzepts waren Vertreter*innen der Fanszene Südkurve in einer beratenden Rolle beteiligt und äußerten Vorstellungen und Wünsche aus ihrer Perspektive. Weiterhin trifft sich der hieraus geformte Arbeitskreis Awareness einmal monatlich, um das Konzept weiterzuentwickeln.

Awareness

Awareness (aus dem Englischen = Bewusstsein, Aufmerksamkeit) ist eine Möglichkeit, auf sicherheitsrelevante Vorfälle, Belästigung, Bedrängnis, Diskriminierung und Unterdrückung aufmerksam zu machen und Menschen, die Gesetzesverletzungen oder Grenzüberschreitungen erlebt haben, in ihrem Umgang damit zu unterstützen.

Südkurve und Awareness-Konzept der Südkurve

Seit dem 2. August 1972, bei einer Ligapokal-Partie gegen 1860 München, stehen Bayern-Fans in der Südkurve. Zunächst viele Jahre im Olympiastadion unter der Anzeigetafel, seit 2005 in einer neuen Südkurve in der Allianz Arena. Südkurve München ist ein Zusammenschluss der verschiedenen organisierten Gruppen aus der Südkurve.

Das Awareness-Konzept der Südkurve: <https://suedkurve-muenchen.org/awareness/>

Fanprojekt München

Das Fanprojekt München ist als Team Ansprechpartner für alle jugendlichen und jungen erwachsenen Fußballfans des FC Bayern München und des TSV München 1860 im Alter von bis zu 27 Jahren. Ziele des Fanprojekts sind die Förderung einer friedlichen Sportkultur und die Vermittlung zwischen der fußballbegeisterten Jugendszene sowie den Vereinen, Ordnungs- und Kontrollbehörden, Medien und der Öffentlichkeit.

ROTE LINIE

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen beim FC Bayern München genießt seit Jahren höchste Priorität. Mit dem Kinderschutzkonzept „Rote Linie - Kinder schützen und stark machen“ setzen wir clubübergreifend klare Standards, geben Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen in der Prävention und Intervention.

Der Kinder- und Jugendschutz beim FC Bayern wird clubübergreifend gelebt. Aufgrund der hohen Relevanz verantwortet das Präsidium des FC Bayern München eV den Themenbereich.

Um die Umsetzung aller Maßnahmen kümmert sich eine fünfköpfige „Fachgruppe Kinderschutz“, die sich aus den beiden Kinderschutzbeauftragten des Clubs, einem Mitglied der Geschäftsführung, der Clubreferentin des Vereins sowie der pädagogischen Leiterin des FC Bayern Campus zusammensetzt. Zusätzlich ist seit Oktober 2022 Eric Mbarga Kinderschutz- und Präventionsbeauftragter am FC Bayern Campus. Er steht nicht nur als Ansprechpartner bereit, sondern arbeitet proaktiv an der Verbesserung der Präventionsmaßnahmen.

Prävention

Um den Kindern und Jugendlichen ein Umfeld zu bieten, in dem sie sicher aufwachsen können, haben wir verschiedene Maßnahmen zur Vorbeugung und Vermeidung interpersonaler Gewalt durchgeführt. Dafür steht insbesondere die Stärkung der Kinder und Jugendlichen durch Workshops im Vordergrund. Diese basieren auf der UN-Kinderrechtskonvention und sollen für eine gute Beteiligung junger Menschen in dem Themenfeld sorgen.

KINDER SCHÜTZEN UND STARK MACHEN

„Unsere Zielsetzung ist der bestmögliche Schutz von Kindern und Jugendlichen, weshalb alle Beteiligten, die mit unserem Nachwuchs arbeiten, für diese Themen sensibilisiert werden, um eine Kultur des Hinsehens in unserem Verein zu etablieren.“

Das sagt Benny Folkmann, Geschäftsführer des FC Bayern München eV. Um die angesprochene Kultur des Hinsehens zu leben und die Haltung des Clubs zu kommunizieren, ist der Kinder- und Jugendschutz auch in der Satzung verankert.

DER KINDERSCHUTZ IST IN DER SATZUNG VERANKERT, UNTER § 2, ABS. 4 ZWECK, AUFGABEN UND WERTE

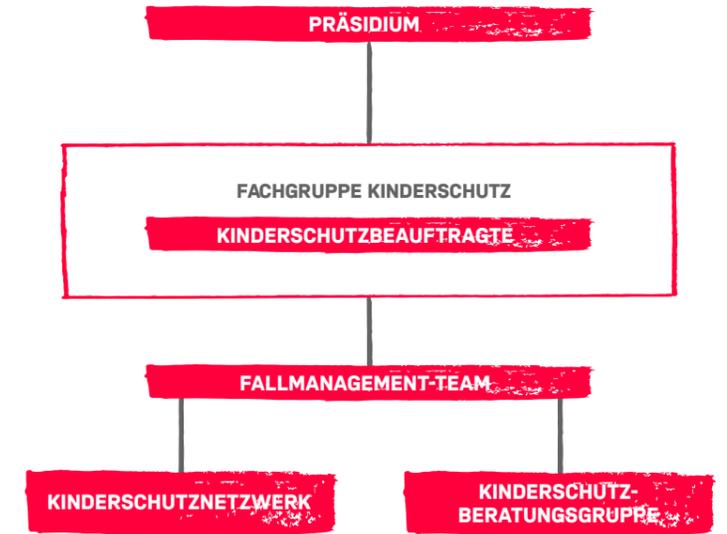
(...)

4. DER CLUB VERPFLICHTET SICH IN BESONDEREM MASSE ZUM SCHUTZ VON KINDERN UND JUGENDLICHEN VOR SEXUALISierter UND INTERPERSONALER GEWALT.

Durch Potenzial- und Risikoanalysen in den Sportabteilungen des FC Bayern München werden gemeinsam mit dem Kindernothilfe eV Kontaktpunkte zu Kindern und Jugendlichen geprüft und evaluiert sowie gegebenenfalls verbessert. Ebenso wichtige Bausteine für eine Enttabuisierung und Abschreckung von Täter*innen sind Standards im Personalwesen. Durch die Vorlage erweiterter Führungszeugnisse und Unterzeichnungen von Ehrenkodizes und Selbstverpflichtungserklärungen werden alle Personen, die mit Kindern und Jugendlichen zusammenarbeiten, sensibilisiert und in die Pflicht genommen, sich zu den Werten des Clubs zu bekennen.

Intervention

Zur frühzeitigen Erkennung, Unterbindung oder Behandlung von Verdachtsfällen dienen Interventionspläne, diverse Leitplanken und Gesprächsvorlagen. Neben den verschiedenen Kontaktpunkten des Clubs für mögliche Betroffene werden auch externe Anlauf- und Beratungsstellen kommuniziert. Um eine größtmögliche Transparenz zu gewährleisten, werden zudem die Untersuchungsschritte bei Verdachtsfällen im Kinderschutzkonzept detailliert beschrieben.



Credit: Julian Baumann



PSYCHOSOZIALES TEAM

MENTALE GESUNDHEIT UND PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG HABEN PRIORITÄT



Wer bin ich? Und was ist eigentlich Erfolg? Was mache ich, wenn ich Angst oder Sorgen habe? Die Fragen des Lebens sind am Campus genauso wichtig wie das Erlernen der perfekten Freistoßtechnik. Für Dr. Eva Zier und Christian Luthardt, die das psychosoziale Team am Campus leiten, sind sie ein Hauptfaktor und das nicht nur auf der Suche nach dem nächsten Philipp Lahm, Bastian Schweinsteiger oder Thomas Müller.

Nachwuchsleistungszentren sind die Kaderschmieden für die Sport-Elite von morgen. Orte, an denen sich die großen Themen des Lebens in konzentrierter Form ereignen. Gewinnen und Verlieren, Tränen und Triumphe, Anerkennung und Ablehnung. Für die Kinder und Jugendlichen, bei denen sich in dieser Phase die Grundlagen für ein selbstbestimmtes Leben bilden, bedeutet die Achterbahn der Gefühle eine besondere Herausforderung. Noch dazu, wenn man zu den rund 200 Toptalenten des FC Bayern gehört. Die Besten der Besten im Spannungsfeld der Erwartungen.

Um ihnen gerecht zu werden, haben wir mit der Campus-Eröffnung 2017 einen eigenen psychosozialen Bereich geschaffen. Er umfasst die Pädagogik und die Sportpsychologie. Wer sich mit Pädagogin Eva Zier und dem Sportpsychologen Christian Luthardt unterhält, die das Konzept erarbeitet haben, merkt schnell, wofür es den beiden geht. Sie möchten Räume schaffen, in denen sich die Kinder und Jugendlichen selbstbestimmt reflektieren und entwickeln können und in denen ihre mentale Gesundheit geschützt wird. Heute leiten sie ein Team aus mehreren Mitarbeitenden. Knapp formuliert, fokussiert sich das Team Pädagogik auf Schule, Ausbildung, Elternmanagement, Integration, sowie Prävention und Kinderschutz, das Team Sportpsychologie kümmert sich um die Leistungsentwicklung und die Förderung von Wohlbefinden auf der mentalen und

emotionalen Ebene mit Blick auf Spieler*innen und Trainer*innen. In vielen Bereichen agieren sie gemeinsam – Ziel ist immer der Schutz der mentalen Gesundheit der Spieler*innen.

In einer Gesellschaft, in der junge Heranwachsende zunehmend unter Druck geraten, ist das ein unabdingbarer Schritt. „Nach Angaben der Bundespsychotherapeutenkammer sind in einem Jahr ungefähr 20 Prozent von ihnen von psychischen Erkrankungen betroffen, bis zu 23 Prozent bewegen sich zu jedem Zeitpunkt im klinischen oder subklinischen Bereich“, sagt Christian Luthardt, „die Zahlen dürften im Leistungssport durch die steigenden Anforderungen und die fehlende Selbstbestimmung aufgrund der vollen Tage sogar noch einen Tick darüber liegen.“

Themen gibt es viele. Zuhören, gemeinsam Lösungen finden, Vertrauen aufbauen, eine Atmosphäre für Kinder und Jugendliche schaffen, in der sie von sich aus über Ängste und Sorgen sprechen, aber auch: Kinder samt Familie auf den Einzug in die Akademie vorbereiten, die Erwartungen überehrgeiziger Eltern bremsen, Wahrheiten aussprechen wie die, dass es statistisch betrachtet nicht mal drei Prozent der Jugendfußballer*innen in Nachwuchsleistungszentren in den Profibereich schaffen, vermitteln, dass der Fußball nicht das ganze Leben und eine Ausbildung immer eine gute Idee ist.

Auch hier bleibt der FC Bayern bei seiner Prämisse, dass Bildung in allen Lebensbereichen unerlässlich ist und die Grundlage einer nachhaltigen Entwicklung – in diesem Fall von Jugendspieler*innen.

Gerade hat Eva Zier erfahren, dass eine Mutter ihr Kind von der Fachoberschule abgemeldet hat. „In so einem Fall gehen wir in Gespräche“, sagt sie, „wir wollen, dass die Kinder den höchstmöglichen Schulabschluss schaffen. Uns ist wichtig, dass diese Erwartung des FC Bayern ankommt.“ Ein großer Erfolg für Eva Zier und Christian Luthardt besteht darin, dass seit ihrem Start am Campus die meisten Nachwuchsspieler*innen des FC Bayern die Schule mit einem erfolgreichen Schulabschluss beenden, das Schulnetzwerk erweitert wurde, interne Berufsausbildungen angeboten werden und die Zusammenarbeit mit Bildungskooperationspartnern für Studium, Weiterbildungen oder Bundesfreiwilligendienst stetig ausgebaut wurde. Im neu eingeführten Nachbegleitungsprogramm werden nicht übernommene Spieler des Leistungsbereichs in Form eines Bildungsgutscheins unterstützt, den diese für entsprechende Zertifikate von Bildungspartnern, für sportpsychologisches Coaching oder Fitness-training zur Vorbereitung auf mögliche Probetrainings einsetzen können.

Natürlich geht es auch den beiden um maximalen sportlichen Erfolg. Aber gerade im Leistungsbereich passiert es schnell, dass nur über den*die Sportler*in geredet werde und seine*ihre Fähigkeiten in Einzelteile zerlegt würden. Wichtig sei es, den Menschen dahinter zu sehen und seinem körperlichen, aber eben auch mentalen Wohlergehen absolute Priorität vor jedem sportlichen Erfolg einzuräumen. Und genau dafür arbeitet das psychosoziale Team Tag für Tag. Das kommt den sportlichen Zielen sogar zugute. „Wenn sich die Jugendlichen abseits des Spielfeldes als Menschen entwickeln, sind sie auch bessere Sportler*innen“, so Eva Zier.

KIDS CLUB

FÖRDERUNG DER JÜNGSTEN – BEWEGUNG, BILDUNG UND VIELES MEHR



Bärenstark: Unser KIDS CLUB für FC Bayern Fans von 0 bis 13 Jahren. Im spannenden Umfeld ihres Lieblingsvereins können Kinder und Jugendliche eine Menge erleben – und dabei auch noch viel lernen. Ob bei der Vermittlung der Vereinswerte oder der Förderung von Spaß und Freude an Bewegung: Die altersgerechte Ansprache der Kinder und die Programmgestaltung geben den jungen Fans des FC Bayern eine Heimat.

Unser KIDS CLUB hat jetzt 50.000 Mitglieder. Eine bärenstarke Zahl. Und es lohnt sich, dabei zu sein. Zum Eintritt erhalten die Kinder ein Willkommenspaket, jedes Jahr zum Geburtstag gibt es ein Geburtstagsgeschenk. Sie sollen aber keine rein materiellen Zuwendungen darstellen, sondern die Kids ermutigen und daran erinnern, die Vereinswerte, die sie im KIDS CLUB in verschiedenen Formaten erlernen, regelmäßig zu leben. Wichtiger Bestandteil des KIDS CLUB ist außerdem Bewegung – und auch daran sollen die Kinder mit den kleinen Aufmerksamkeiten zum Geburtstag und zum Eintritt in den Verein erinnert werden.

So sind Angebote wie die Ballschulen für 3- bis 5-Jährige oder Fußballcamps für 6- bis 13-Jährige in Deutschland und Österreich für die Kinder eine Möglichkeit, in Bewegung zu bleiben, Teamgeist und Kommunikationsfähigkeit zu stärken und Freude am bunten Miteinander zu erleben. Auch speziell für Mädchen entwickelte Formate zählen zum Angebot unseres KIDS CLUB.

Wie immer beim FC Bayern versuchen wir, verschiedene Ziele miteinander zu verbinden. Deshalb besteht im Rahmen des KIDS CLUB zum Beispiel ein Camp in Kooperation mit dem Partner World Wide Fund for Nature (WWF), bei dem die Kids neben Fußball-Trainingseinheiten auch die Natur entdecken. Derartige Formate sind Bestandteil unseres Konzepts zur Bildung für nachhaltige Entwicklung und sollen bereits unsere jüngsten Fans, deren Zukunft wir durch unser nachhaltiges Handeln entscheidend mitbestimmen, für Umwelt- und Naturschutz sensibilisieren. Wir möchten weiterhin Ideen und Maßnahmen entwickeln, die es uns unter anderem ermöglichen, den jüngsten unter den FC Bayern-Fans einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen oder Wissen zu sozial relevanten Themen zu vermitteln.

Die Gründungsidee des KIDS CLUB im Jahr 2010 war ebenso einfach wie zeitlos: Kindern Freude und Begeisterung für Sport und Bewegung zu vermitteln, während gleichzeitig die Werte des FC Bayern verankert werden sollten. Übrigens: Bereits zu Beginn zeigten über 5.000 Kinder Interesse, dem KIDS CLUB beizutreten.

KIDS CLUB



PATHWAY, YOUTH CUP UND WORLD SQUAD

Talentförderung, Bewegungs- und Wertevermittlung kennen keine Grenzen: Mit einem innovativen ganzheitlichen Konzept fördern wir weltweit Talente, Bewegung und unsere Werte.

Seit 2017 ist der FC Bayern Campus die Heimat für den Nachwuchs des Rekordmeisters. Auf dem 30 Hektar großen Gelände trainieren und spielen die U9 bis U23 sowie die Frauen- und Mädchenmannschaften. Es gibt eine Sporthalle für die Abteilungen Basketball, Handball und Tischtennis, eine Spielstätte für 2.500 Zuschauer*innen, einen 1.000 Quadratmeter großen Athletik- und Reha-Bereich, 35 Apartments für Talente – und eine Ausbildungsphilosophie, die mehr beinhaltet als den*die bestmögliche*n Sportler*in zu formen. Dazu gehört die Vermittlung von Grundwerten wie Respekt, Fairplay, Disziplin, Teamgeist, Siegermentalität und soziale Verantwortung ebenso wie die Bedeutung von Vielfalt und Inklusion. Ziel ist es, Jungen und Mädchen einen authentischen Weg aufzuzeigen, als Menschen und Spieler*in zu wachsen. Natürlich schwingt auch die Hoffnung mit, den nächsten Thomas Müller, David Alaba oder Jamal Musiala zu entdecken. Zugleich bleibt aber auch die Erkenntnis, dass

der überwiegende Teil der Förderung am Campus – jedenfalls soweit er den Fußball betrifft – nicht dem FC Bayern, sondern den Spieler*innen zugutekommt; denn viele Talente schaffen den Sprung zum Profi (beim FC Bayern) nicht. Deshalb ist die Vermittlung von Werten und Ermutigung zu Bewegung und Bewegungsfreude am Campus ebenso wichtig wie die eigentliche Nachwuchsförderung.

Und genau diese doppelte Intention – Bewegungsfreude und Wertevermittlung – charakterisiert auch die internationale Talentförderung beim FC Bayern. Dafür haben wir ein innovatives Konzept entwickelt, das anders als bei Spitzenclubs üblich eine ganzheitliche Betrachtung des Jugendfußballs in den Mittelpunkt stellt. „FC Bayern Pathway“ exportiert die Trainingsphilosophie des FC Bayern Campus ebenso wie die vermittelten Werte rund um den Globus.

Die Förderung von Bewegungsfreude ohne zwingenden Leistungsgedanken zeigt sich schon am Aufbau des Konzepts. Das Konzept setzt nämlich im Breitensport durch Vermittlung von weltweiten Trainingsangeboten an, ist damit für jeden zugänglich und bietet Talenten zugleich die Möglichkeit, sich über verschiedene Stufen weiterzuentwickeln. Der FC Bayern Pathway unterscheidet insgesamt zwischen

vier Levels: Im „Breitensport“ geht es um Spaß an der Bewegung und grundlegende Übungsformen mit dem Ball. Level zwei, „Fortgeschrittener Breitensport“, vermittelt Grundtechniken ohne Leistungsorientierung. Der Bereich „Elite“ liefert Programme für Talente mit Potenzial für den internationalen Profi-Fußball; für das höchste Level, „FCB Elite“, qualifizieren sich Spitzen-Talente. Alle weltweiten Programme werden von Mitarbeitenden des FC Bayern Campus unterstützt, unter anderem indem lokale Trainer*innen nach dem Pathway-Konzept geschult werden. So werden Fortschritte und Aufstiegsmöglichkeiten in allen Levels ermöglicht. Auch die Trainerinnen und Trainer vor Ort profitieren von Workshops und entwickeln sich mit ihren Spieler*innen weiter. Die Talente und Trainer*innen sollen die erlangten Fähigkeiten in festgelegten Turnieren anwenden, um den Spieler*innen eine Sichtung für das nächst höhere Level zu ermöglichen. Das Finale dieser Turnierserie bildet der „FC Bayern Youth Cup“, der jedes Jahr im Herbst in München ausgetragen wird.

MACH DAS BESTE AUS DIR – MIT UNS!



Youth Cup: Vorstand Andreas Jung unterstützte die Teams persönlich auf der Tribüne des Olympiastadions: „Der Youth Cup und das Finale in München sind jedes Jahr etwas Besonderes. Das Turnier bietet Talenten eine perfekte Plattform, um entdeckt zu werden. Zum anderen erleben sie dabei auch ein spezielles Gemeinschaftsgefühl, weil sich hier so viele junge Menschen aus verschiedenen Nationen treffen, um gemeinsam Spaß an Bewegung zu haben.“

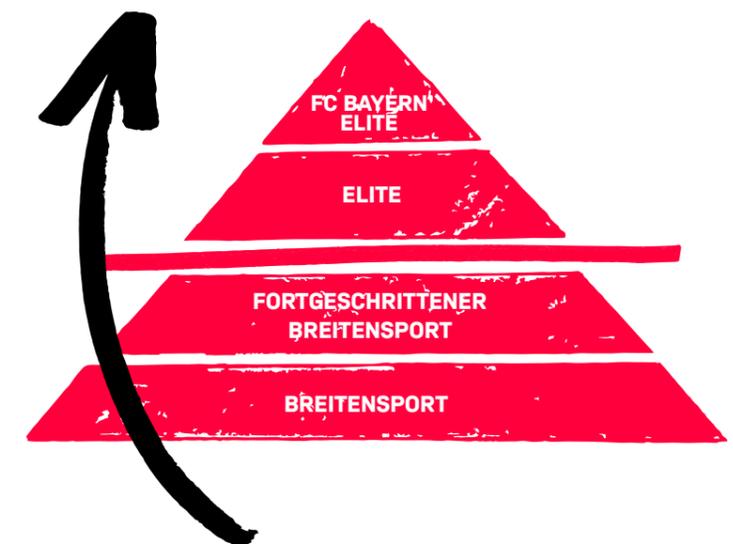
Zum zehnten Mal wurde das Jugendfußballturnier für U16-Spieler in Zusammenarbeit mit Partnern des FC Bayern im Jahr 2023 durchgeführt. Von Nigeria bis China haben über 100.000 Spieler aus mehr als 15 Ländern an den Qualifikationsturnieren teilgenommen. Über diese lokalen Auswahlturniere gelangen die Teilnehmenden zu einem nationalen Finale in ihrem Heimatland, bei dem FC Bayern-Legenden und Jugendtrainer*innen die besten Spieler auswählen. Diese bilden dann das Team ihres jeweiligen Heimatlandes, das beim Weltfinale in München antritt.



Ehe das Abschlussturnier im WM-Format ausgetragen wird, erleben die Spieler in München noch einmal die Philosophie und Methodik des FC Bayern Campus und lernen mehr über die Werte des FC Bayern, zum Beispiel bei der Vorstellung der Initiative „Rot gegen Rassismus“.

Der nach dem Youth Cup ausgezeichnete beste Spieler steigt weiter auf: Er erhält die Chance, in die U19 der „FC Bayern World Squad“, die Weltauswahl, berufen zu werden – und dem Sprung in den Profifußball noch einen Schritt näher zu kommen.

Obwohl dieser letzte Schritt auf einen Einzelspieler beschränkt ist, steht auch der „FC Bayern World Squad“ wiederum exemplarisch für die Doppelintention der internationalen Talentförderung des FC Bayern. Die World-Squad-Auswahl verfolgt den Zweck, jungen Talenten weltweit die Möglichkeit zu geben, sich nach einer Bewerbung per Video für ein Training unter professioneller Anleitung – aktuell durch World-Squad-Cheftrainer Roy Makaay – zu empfehlen und mit jungen Talenten aus der gesamten Welt zu trainieren. Unabhängig von der Herkunft geht es dabei sechs Wochen lang um Fußball, Bewegung und Wertevermittlung. Damit soll Spielern aus allen Regionen der Welt der Sprung zum Profispieler ermöglicht werden. Zugleich werden aber auch im World Squad Werte und Initiativen wie „Rot gegen Rassismus“ und der Umgang mit Verletzungen vermittelt. Die Spieler sollen – wie auch am Campus – den Traum vom Profi ohne Gefährdung ihrer geistigen Gesundheit leben und für den Fall des Ausbleibens einer Profikarriere weiter in Bewegung bleiben. Damit sollen die jungen Talente auch in ihren lokalen Gemeinschaften als gutes Beispiel vorangehen; denn dass Menschen und Kinder Bewegung brauchen, gilt weltweit. Vom Campus in die Welt – Pathway, Youth Cup und World Squad zeigen buchstäblich, wie es geht.



KINDER UND JUGENDLICHE IN BEWEGUNG BRINGEN

BEGEISTERN, INSPIRIEREN UND DIE GESUNDHEIT FÖRDERN

Um in der Stadt Verantwortung wahrzunehmen, nutzt der FC Bayern seine Strahlkraft, macht diverse Sport- und Bewegungsangebote und motiviert Kinder und Jugendliche dadurch, sich zu bewegen.

Kinder sollen sich mindestens 60 Minuten am Tag bewegen. Das empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation WHO. Die Realität sieht häufig anders aus, denn nur jedes vierte Mädchen und jeder dritte Junge in Deutschland erfüllt diese Empfehlung (aus der KiGGs Studie Finger et al. 2018 S. 27). Genau hier setzen wir an.

Neben den regulären Sportangeboten in den Abteilungen Handball, Schach, Tischtennis, Basketball, Kegeln, Schiedsrichter und Seniorenfußball ist der Verein auch in über 50 Schulen der Stadt mit verschiedenen Bewegungs-, Spiel- und Sportangeboten aktiv.

Von grundsätzlicher Bewegungsförderung und der Ganztagsbetreuung über sportspezifische AGs bis hin zu Talentsichtungen deckt unser Verein ein breites Spektrum ab. Durch regelmäßige Angebote in KiTas und

Grundschulen der Stadt wird die Bewegung der Kinder systematisch gefördert. Sie lernen, Bewegung in ihren Alltag zu integrieren, und werden motiviert, Sport zu treiben. Hierfür sollen zukünftig gezielt Partnervereine gewonnen werden, um den Kindern kurze Wege zu Sportstätten zu bieten. Darüber hinaus sind Aktionstage und Bewegungsfeste geplant, um noch mehr Kinder zu begeistern.

Durch die Angebote leisten wir einen positiven Beitrag zur ganzheitlichen Entwicklung von Kindern – körperlich, motorisch, emotional, sozial und kognitiv. Denn durch Bewegung wird nicht nur Gesundheit gefördert, auch das Wohlbefinden verbessert sich und Krankheiten wird vorgebeugt.

WHO-Studie zur Bewegung von Kindern und Jugendlichen

Nur rund ein Drittel der Kinder (27 bis 33%) erreicht die Bewegungsempfehlung der Weltgesundheitsorganisation WHO. Jungen bewegen sich dabei tendenziell etwas mehr als Mädchen. Kinder und Jugendliche in anderen Staaten sind teils deutlich aktiver. Die besten Werte erzielen Slowenien und Finnland, gefolgt von Japan, Südafrika und den USA. Aber auch viele andere europäische Länder wie Kroatien, Spanien und die Slowakei schneiden besser ab. Die Ergebnisse basieren auf einer weltweiten Untersuchung der „Active Healthy Kids Global Alliance“, die in 57 Ländern die körperliche Aktivität von Kindern und Jugendlichen analysiert und im Bewegungs-Zeugnis 2022 veröffentlicht hat.

Quelle „Kinder brauchen Bewegung“:
www.dsj.de/kinderwelt

Kinder brauchen Bewegung

Bewegung ist eine Grundvoraussetzung für verschiedenste Entwicklungsbereiche.

BEWEGUNG UNTERSTÜTZT ...



... DIE MOTORISCHE ENTWICKLUNG

- Entwicklung des Körpers und des Gefühls für die Bewegungen des eigenen Körpers
- Verbesserung der Koordination und Reaktionsfähigkeit
- Förderung der Selbstwirksamkeit
- Verbesserung der Handlungsplanung, -steuerung und -kontrolle



... DIE KÖRPERLICHE ENTWICKLUNG

- Stärkung des Herz-Kreislauf-Systems
- Verbesserung der Muskulatur, Bewegungsfähigkeit und Körperhaltung
- Förderung der Durchblutung und der Stoffwechselaktivität
- Stärkung des Immunsystems



... DIE KOGNITIVE ENTWICKLUNG

- Stärkung der Selbsteinschätzung
- Erweiterung des Vorstellungsvermögens und des Bewegungsgedächtnisses
- Verbesserung von Kreativität und Geschicklichkeit
- Förderung des abstrakten Denkens, der mathematischen Kompetenz und der Sprachfähigkeit



... DIE SOZIALE ENTWICKLUNG

- Intensivierung von Kontakten mit anderen
- Unterstützung beim Erkennen, Durchsetzen und Zurückstellen der eigenen Bedürfnisse
- Förderung von Kooperationsfähigkeit und Hilfsbereitschaft
- Steigerung von Rücksichtnahme und Regelverständnis
- Verbesserung von Konfliktfähigkeit und sozialer Stabilität



... DIE EMOTIONALE ENTWICKLUNG

- Steigerung des Selbstvertrauens, der Selbstständigkeit sowie der Selbstkonzeptentwicklung
- Erhöhung der Bewegungsfreude und der Motivation
- Stabilisierung von Stimmungen und Förderung des Wohlbefindens
- Steigerung von Widerstandsvertrauen



... DIE SENSORISCHE ENTWICKLUNG

- Steigerung der Hindurchblutung und damit der Leistungsfähigkeit des Gehirns
- Erhöhung der Aufnahme- und Konzentrationsfähigkeit
- Förderung der Lerngeschwindigkeit
- Abbau von Stress



GESUNDHEIT UND SICHERHEIT - MITARBEITER*INNEN

BESTE ARBEITSBEDINGUNGEN – AUF UND NEBEN DEM PLATZ

Die Sicherheit am Arbeitsplatz sowie die Förderung der Gesundheit aller Mitarbeitenden hat eine hohe Relevanz für den FC Bayern. Um dies zu gewährleisten, bleibt das oberste Ziel, durch verschiedene Maßnahmen und ein umfangreiches Angebot, Präventionsarbeit zu leisten.

Mehr als 1.000 Mitarbeiter*innen sind beim FC Bayern in den verschiedensten Abteilungen, Standorten und Funktionen tätig. Sie sind neben unseren Spieler*innen und Fans ein weiterer zentraler Baustein für den Erfolg des Clubs. Es ist für uns essenziell, der Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen einen sehr hohen Stellenwert zuzuschreiben.

Dazu gehört unter anderem, die Sicherheit an den unterschiedlichen Arbeitsplätzen regelmäßig von Expert*innen prüfen zu lassen, die Ergebnisse zu evaluieren und für Verbesserungen zu nutzen. Regelmäßige Schulungen zu Fragen des Brandschutzes und hinsichtlich weiterer sicherheitsrelevanter Vorfälle am Arbeitsplatz gehören genauso zum Thema Sicherheit wie die Bestimmung interner Sicherheits- und Arbeitsschutzverantwortlicher. Aktuell (Saison 2023/2024) finden in den clubeigenen Standorten wieder Begehungen statt, um die Arbeitssicherheit turnusmäßig zu überprüfen. Oberstes Ziel bleibt, Präventionsarbeit zu leisten und Gefahren durch Unfälle, Ansteckungen etc. vorzubeugen.

Prävention ist auch ein wichtiger Faktor im Bereich Gesundheit: So steht beispielsweise jedem Mitarbeitenden auf Wunsch ein ergonomischer Arbeitsplatz zu und entsprechend den gesetzlichen Vorgaben zur arbeitsmedizinischen Versorgung verfügt der FC Bayern über ein betriebsärztliches Konzept. Während der Corona-Pandemie beispielsweise wurden Impftermine für Mitarbeiter*innen vermittelt, die innerhalb

des Clubs beziehungsweise der clubeigenen Gebäude durchgeführt werden konnten. Auch gegen saisonale Erkrankungen können sich Mitarbeiter*innen hier impfen lassen. In der Saison 2024/2025 planen wir anonyme Befragungen der Mitarbeiter*innen, um ihre Zufriedenheit, mentale Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden am Arbeitsplatz noch besser einschätzen zu können.

Ausreichende Sport- und Bewegungsangebote sind uns als Sportverein natürlich ein besonderes Anliegen. Für unsere Mitarbeiter*innen gibt es unter anderem den „Montags-Kick“, eine gemeinsame Laufgruppe, Yoga am Campus, einen Beach-Volleyballcourt und einen Padel-Tennisplatz an der Säbener Straße. Die Angebote können kostenlos genutzt werden.

Wie bei unseren Spieler*innen legen wir auch bei unseren Mitarbeiter*innen Wert auf ein Angebot an gesunder Ernährung. Dazu gehört ein reichhaltiges, kostenloses Mittagessen, einschließlich pflanzenbasierter Gerichte. Es wird in den verschiedenen Kantinen des Clubs darauf geachtet, Zutaten aus kontrolliertem und regionalem Anbau zu verwenden. Wir sind beim FC Bayern darum bemüht, regelmäßig über die Bedeutung von gesunder Ernährung aufzuklären und neue Erkenntnisse in unser Lebensmittelangebot für die Mitarbeiter*innen einfließen zu lassen.



KLIMA & UMWELT



Den Schutz von Klima und Umwelt begreifen wir als zentrale globale Herausforderung und wollen unseren Beitrag dazu leisten. Wir wissen, dass wir Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern umsetzen müssen, aber auch vermittelt durch den FC Bayern in der Gesellschaft auf Veränderungen hinwirken können.

Fußabdruck und Handabdruck

Unter unserem Fußabdruck verstehen wir das, was wir an Emissionen verursachen.

Unter Handabdruck verstehen wir unsere Bemühungen zur Einflussnahme auf klima- und umweltfreundliches Verhalten unserer verschiedenen Stakeholder.

FC Bayern im Gesamtkontext Klima

Durch die Geschäftstätigkeiten als Sportclub verbrauchen wir Energie, zum Beispiel für Wärme, Strom und Mobilität, oder nutzen Wasser zur Bewässerung unserer Rasenflächen sowie andere Ressourcen. Im Laufe einer Saison können so negative Auswirkungen auf Klima und Umwelt entstehen – unter anderem durch CO₂-Emissionen und weitere Treibhausgase und den darüber hinausgehenden Ressourcenverbrauch.

Die menschengemachte Erderwärmung können wir nicht allein aufhalten, aber wir glauben fest daran, dass jede*r seinen*ihren Beitrag dazu leisten muss. Deswegen wollen wir mindestens für unseren eigenen Fußabdruck Verantwortung übernehmen, aber am besten auch einen positiven Handabdruck hinterlassen und unsere Fans auf der ganzen Welt inspirieren und bewegen.

Unsere Ziele:

■ KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ BEIM FC BAYERN – FUSSABDRUCK

Reporting, Reduzierung und Verantwortungsübernahme für den eigenen CO₂-Fußabdruck:

- Erstellung einer Klimabilanz
- Reduktion von Treibhausgas-Emissionen
- Wissenschaftlich begleitete Umweltprojekte
- Nutzung der Allianz Arena als Leuchtturm für unsere übrigen Standorte
- Ausblick: Biodiversität, Abfallmanagement, Ressourcenschonung, Lebensmittel & Ernährung

■ KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ DURCH DEN FC BAYERN – HANDABDRUCK

Förderung von klimafreundlicherem Verhalten:

- Sensibilisierung verschiedener Stakeholdergruppen des FC Bayern für das Thema Klima- und Umweltschutz durch Beteiligung und Aufklärung



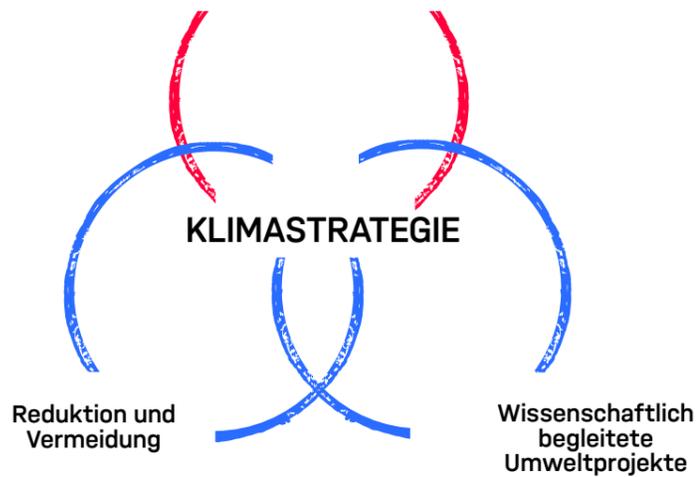
KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ - KLIMASTRATEGIE

UNSER ANSATZ FÜR KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ



Unsere Strategie für Klima- und Umweltschutz setzt an zwei Stellen an: Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern sowie Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern.

Handabdruck (unter anderem Bildungs- und Aufklärungsarbeit; Sensibilisierungsmaßnahmen)



Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern

Mit Klima- und Umweltschutz beim FC Bayern meinen wir in erster Linie – und in der Phase 1 der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie (siehe dazu ab Seite 20) – die Reduktion der von uns zu verantwortenden Treibhausgas-Emissionen.

Um zu ermitteln, welche Treibhausgas-Emissionen wir zu verantworten haben, haben wir in der Saison 2022/2023 unsere CO₂e-Bilanz für die Saison 2021/2022 erstellt. Ziel dieser Bilanzierung ist es, Bereiche zu identifizieren, in denen entsprechende Emissionen reduziert werden können, und konkrete Maßnahmen für eine solche Reduktion zu entwickeln. Die Bilanzierung unserer Emissionen wiederholen wir jährlich, um zu evaluieren, ob und wie effektiv unsere Reduktionsmaßnahmen sind. Das Ziel hinter all diesen Bemühungen ist eine rechnerische Bilanz von Netto-0-Emissionen bis spätestens 2040 zu erreichen. Damit gleichen wir unsere Klimazielsetzung an die Klimastrategie des Freistaates Bayern an. Die Beschreibung der Bilanzierung erfolgt ausführlich ab Seite 84.



Natürlich sind wir nicht dazu in der Lage, alle Emissionen derart zu reduzieren, dass wir allein durch Einsparungen bis 2040 unser Netto-0-Ziel erreichen. Die insoweit unvermeidbaren Emissionen müssen wir daher kompensieren, d.h. Maßnahmen ergreifen, die der CO₂-Bindung in der Atmosphäre und damit der Erderwärmung entgegenwirken. Hierzu können zum Beispiel Investitionen in Klimaprojekte gehören, die durch land- und fortwirtschaftliche Maßnahmen unseren CO₂-Austausch rechnerisch ausgleichen können. Dabei ist es uns ein zentrales Anliegen, unsere Ausgleichsmaßnahmen wissenschaftlich prüfen zu lassen und nur in belastbare und glaubwürdige Projekte zu investieren. Unsere Vision sieht vor, dass wir eigene, wissenschaftlich begleitete Umweltschutzprojekte entwickeln, die von Fans, Partnern, Mitarbeiter*innen, also der gesamten FC Bayern-Familie, mitgetragen werden. Entsprechende Projekte werden im Laufe der Saison 2023/2024 erarbeitet und im nächsten Bericht ausführlich dargestellt. Bei diesen Umweltschutzprojekten werden wir einen Fokus darauf setzen, dass sie einen nachweislich positiven Klima- und Biodiversitäts-Impact haben.



Das versteht der FC Bayern unter Netto-Null-Emissionen

Die Summe „Netto-Null“ beschreibt die durch Reduktion und Kompensation rechnerisch ausgeglichene Klimabilanz. Daraus folgt, dass Restemissionen, die trotz Reduktionsmaßnahmen nicht verhindert werden können, durch Kompensationsmaßnahmen (zum Beispiel Investitionen in Projekte, die einer CO₂-Bindung in der Atmosphäre entgegenwirken, oder eigens entwickelte Projekte) ausgeglichen werden sollen.

Biodiversität

Unter biologischer Vielfalt oder auch Biodiversität verstehen wir die Vielfalt des Lebens auf unserem Planeten. Dabei beschreibt Biodiversität sowohl die Vielfalt von Arten und Organismen als auch die Vielfalt der Lebensräume und Ökosysteme, in denen sie leben.



UMWELTRICHTLINIE DES FC BAYERN

Wir wollen Vorbilder sein, die mit gutem Beispiel vorangehen. Durch unser Verhalten wollen wir unsere Fans und die Gesellschaft inspirieren und bewegen.



Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern

Wir wissen um unsere Verantwortung, um unsere Reichweite, aber auch um das große Interesse, die Fähigkeiten und Kenntnisse diverser Anspruchsgruppen des FC Bayern – von Fans über Mitarbeiter*innen und unseren Partnern bis hin zu unseren Spieler*innen in den Profimannschaften. Diese Kombination aus Reichweite – also die berühmte Strahlkraft – und vielfältigen Anspruchsgruppen wollen wir nutzen, um für die Themen Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren, aufzuklären und vor allem Mitstreiter*innen im Kampf gegen die globale Erderwärmung zu gewinnen. Am meisten freuen wir uns auf den Austausch mit unseren Fans und Partnern, der bereits jetzt zu fruchtbaren Ergebnissen und Ideen geführt hat. Je mehr es uns gelingt, die verschiedenen Interessengruppen des FC Bayern so zu erreichen, dass sie Klima- und Umweltschutz in ihren beruflichen wie privaten Alltag integrieren, desto mehr werden wir der globalen Herausforderung durch die Klima- und Biodiversitätskrise gerecht.

Um unsere Reichweite bestmöglich zu nutzen, haben wir eine Umweltrichtlinie entwickelt, die sich in erster Linie an den FC Bayern intern richtet, zugleich aber alle Stakeholdergruppen unseres Clubs dafür sensibilisieren soll, was wir zum Schutz von Umwelt und Klima tun und erwarten:

RECHTSLAGE UND KONTINUIERLICHE WEITERENTWICKLUNG

- Wir halten die gesetzlichen Anforderungen bezüglich des Klima- und Umweltschutzes ein und streben darüber hinaus eine stetige Weiterentwicklung an.

KLIMASCHUTZ

- Wir wollen unseren Fußabdruck minimieren und unseren positiven Handabdruck maximieren.
- Wir messen unseren CO₂e-Fußabdruck jährlich und versuchen auf dieser Grundlage, Maßnahmen zu ergreifen, um diesen kontinuierlich zu minimieren. Wir investieren in wissenschaftlich begleitete Umweltschutzprojekte.
- Wir betrachten die Klimakrise nicht isoliert, sondern gemeinsam mit der Biodiversitätskrise als Zwillingsskriese.

SENSIBILISIERUNG UNSERER FANS UND MITARBEITENDEN

- Wir binden unsere Fans aktiv ein und versuchen gemeinsam mit ihnen Formate zu finden, um sie für die unerlässlichen Themen Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren.
- Wir versuchen, mit gutem Beispiel voranzugehen, glaubwürdig zu kommunizieren und auch dadurch unsere Fans zu erreichen; wir können nicht alle Herausforderungen, die sich uns stellen, gleichzeitig lösen und müssen alle Perspektiven berücksichtigen.
- Wir sensibilisieren und aktivieren auch unsere Mitarbeitenden für das Thema Klima- und Umweltschutz, insbesondere hinsichtlich eigener Verhaltensweisen, die von den jeweiligen Mitarbeitenden in ihren Geschäftsbereichen umgesetzt werden können.

RESSOURCENSCHONUNG UND ABFALLMANAGEMENT

- Wir nutzen Energie, Wasser, Materialien und Flächen sparsam und umweltgerecht.
- Wir ermitteln und überwachen kontinuierlich Verbräuche und versuchen diese durch organisatorische und technische Maßnahmen zu reduzieren.
- Wir versuchen unseren Ressourcenverbrauch zu minimieren und durch gezielte Maßnahmen auf regenerativere Energiequellen umzustellen.
- Wir tragen dafür Sorge, dass Abfälle vermieden und unvermeidbare Abfälle verwertet oder umweltverträglich entsorgt werden. Unser Ziel ist eine Kreislaufwirtschaft.
- Wir achten auf unseren Frischwasserverbrauch und versuchen diesen durch entsprechende Maßnahmen zu reduzieren.
- Wo wir einen Einfluss auf Biodiversität sehen, nutzen wir diesen zum Schutz biologischer Vielfalt.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

- Unser Ziel ist es, alle Produkte auf ökologische und soziale Standards entlang der Lieferkette zu prüfen und bestimmte Mindestkriterien bei deren Beschaffung zu befolgen.
- Wir beschaffen bevorzugt die Produkte mit einer möglichst umweltfreundlichen Lieferkette und tragen selbst dazu bei, dass die umweltfreundliche Lieferkette durch unser Wirken nicht beeinträchtigt wird.
- Wir bekennen uns zur kontinuierlichen Verbesserung des Umweltschutzes im Zusammenhang mit unserer Tätigkeit, setzen uns dafür konkrete Umweltziele und evaluieren das Erreichte regelmäßig.

PARTNER UND LIEFERANTEN

- Bereits bei der Auswahl unserer Lieferanten und Produkte achten wir auf umweltrelevante Kriterien und kommunizieren diese gegenüber unseren Partnern (unter anderem Zulieferer, Dienstleister).
- Unsere Partner haben sich an einen Lieferantenkodex zu halten, in dem sie sich zur Einhaltung von Standards zum Umwelt- und Klimaschutz verpflichten.
- Wir teilen unsere Etappenziele bezüglich der Umweltauflagen unseren Partnern mit und fordern sie zu einer korrespondierenden Entwicklung auf.
- Wir integrieren Partner, Organisationen, Institutionen, Fans und Mitarbeitende eng in die Erarbeitung von Konzepten und Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz und suchen proaktiv nach weiteren Kooperationspartnern, um möglichst breit angelegt und wirkungsorientiert einen Beitrag zu Klima- und Umweltschutz zu leisten.
- Wir wollen gemeinsam mit Kooperationspartnern aus dem Sport in die Gesellschaft wirken.

TRANSPARENTES HANDELN UND REICHWEITE

- Wir kommunizieren regelmäßig und glaubwürdig unsere Fortschritte sowie den Weg, der noch vor uns liegt.
- Wir haben klare Handlungsfelder definiert und priorisiert, in denen wir proaktiv und wirkungsorientiert agieren. Hierfür werden klare und messbare Zielsetzungen definiert und verfolgt.
- Wir setzen die Strahlkraft und Reichweite der Marke FC Bayern ein, um die größtmögliche Wirkung unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu erzeugen.
- Wir verankern Nachhaltigkeit als Querschnittsfunktion klar und ganzheitlich in unserer Organisationsstruktur, über alle Abteilungen und Sportarten; die Besonderheit einer herausragend erfolgreichen Männer- und Frauen-Fußballmannschaft sowie ebenso erfolgreicher Basketballer wollen und werden wir in der Auspielung unserer Reichweite nutzen.

FUSSABDRUCK DES FC BAYERN

MESSEN, WISSEN, HANDELN

Die Grundlage für unsere Klimastrategie bilden die Berechnung der eigenen CO₂e-Emissionen und ein genaues Verständnis der verschiedenen Emissionsquellen – ein entscheidender Schritt, um sich Reduktionsziele setzen und den Erfolg eingeleiteter Maßnahmen evaluieren zu können.

CO₂e -Bilanz / CO₂e -Fußabdruck

Der CO₂e-Fußabdruck wird durch die CO₂e-Bilanz ermittelt.

Eine CO₂e -Bilanz dient der Darstellung der Treibhausgas-Emissionen einer Organisation, eines Produkts, einer Dienstleistung oder einer Aktivität innerhalb einer definierten Grenze. Die Bilanz umfasst also alle klimaschädlichen Emissionen innerhalb einer Systemgrenze und drückt diese als CO₂-Äquivalente (CO₂e) aus. Sie wird grundsätzlich entlang der Scopes 1 bis 3 erstellt.

Treibhausgas-Emissionen & Treibhausgaseffekt

Vereinfacht gesagt sind Treibhausgase Spurengase (zum Beispiel CO₂), die das Entweichen von Wärme in der Atmosphäre erschweren und so zum sogenannten Treibhausgaseffekt beziehungsweise zur globalen Erderwärmung beitragen. Die durch Treibhausgase verursachten Aussendungen in die Atmosphäre werden als „Treibhausgas-Emissionen“ bezeichnet.

Wissenschaftlich werden drei Kategorien unterschieden, in denen Unternehmen (oder Sportvereine, Sportverbände) Treibhausgase ausstoßen und somit zu verantworten haben. Diese Kategorien werden nach dem Greenhouse Gas Protocol in drei „Scopes“ unterteilt.

Die Scopes des FC Bayern

- In Scope 1 ist die direkte Freisetzung von Treibhausgas-Emissionen aus Verursachungsquellen erfasst, die der FC Bayern direkt und unmittelbar besitzt.
- In Scope 2 ist die indirekte Freisetzung von Treibhausgas-Emissionen aus eingekaufter Energie erfasst, zum Beispiel eingekaufter Strom und weiterer Energieverbrauch in der Allianz Arena wie Wärme.
- In Scope 3 ist die indirekte Freisetzung von Treibhausgas-Emissionen im Zusammenhang mit allen Entwicklungen, Handlungen und Vorgänge erfasst, die nicht direkt und unmittelbar zum FC Bayern gehören, aber mit ihm in Verbindung stehen. Darunter fallen insbesondere diverse Mobilitäts- und Reisetätigkeiten, also zum Beispiel Geschäftsreisen von Mitarbeiter*innen ebenso wie die Anreise von Fans in die Allianz Arena oder den BMW Park.

Für die Saison 2021/2022 haben wir zum ersten Mal unseren CO₂e-Fußabdruck gemessen, um zu ermitteln, wie viel CO₂e wir in einer Saison verursachen. Diese Zahl dient uns als eine erste Orientierung für unser weiteres Vorgehen.

Zukünftig werden wir unseren CO₂e-Fußabdruck für jede Saison erheben und die Effektivität unserer Maßnahmen an diesem messen. Da die Saison 2021/2022 noch teils von Einschränkungen durch die Corona-Pandemie betroffen war, werden die Ergebnisse jedoch nicht ohne Weiteres mit folgenden Bilanzierungen vergleichbar sein. Unter anderem gehen wir deswegen auch von einem starken Anstieg im Fußabdruck gegenüber der Saison 2022/2023 aus. Hinzu kommt die geplante Erweiterung des bestehenden Fußabdrucks um weitere Scope-3-Kategorien sowie die generelle Verbesserung der Datenqualität, die beide zu einer höheren Zahl der erfassten Emissionen führen werden.

Wir berechnen den CO₂e-Fußabdruck des gesamten FC Bayern München – also den der FC Bayern München AG, des FC Bayern München eV und der FC Bayern München Basketball GmbH. Denn all das ist der FC Bayern München, und wir tragen die Verantwortung für den gesamten Fußabdruck des Vereins.

Durch unseren Anspruch, alle FC Bayern-Standorte zu integrieren, entsteht ein im Vergleich zu anderen Sportvereinen deutlich erhöhter Aufwand im Bereich der Datenverarbeitung. Um dennoch eine transparente Darstellung des CO₂-Fußabdrucks gewährleisten zu können, können die Ergebnisse der jeweiligen Saisonbilanzierung unter Umständen erst zeitverzögert veröffentlicht werden.

Wie viel ist eigentlich eine Tonne CO₂?

Eine Tonne CO₂ entspricht etwa dem Volumen eines rund acht Meter hohen Würfels.

CO₂-FUSSABDRUCK | Erhebung CO₂-Fußabdruck für Saison 2021/2022



SCOPE 1

SCOPE 2

SCOPE 3

BETRACHTUNG VON 6 VON 15 KATEGORIEN

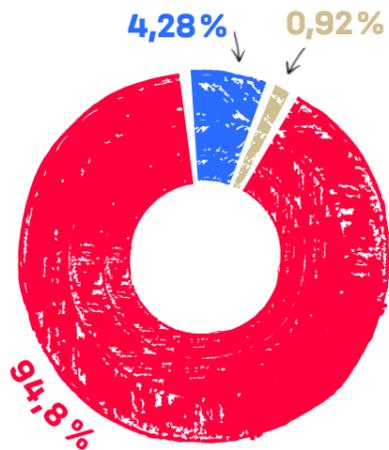
- FIRMENEIGENE FAHRZEUGE
- STATIONÄRE VERBRENNUNG
- EINGEKAUFTER STROM
- FERNWÄRME
- EINGEKAUFTES WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN
- ABFALL UND WASSER
- BRENNSTOFF- UND ENERGIEBEZOGENE EMISSIONEN
- DIENSTREISEN
- FAN-MOBILITÄT
- MITARBEITENDEN-MOBILITÄT

Unser CO₂e-Fußabdruck 2021/2022

Die Summe der durch den FC Bayern München in der Saison 2021/2022 verursachten Treibhausgas-Emissionen (THG-Emissionen) beläuft sich auf 75.966,26 t CO₂e (Market-Based Approach). Methodische Grundlage der durchgeführten Analyse ist der

„Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard“ (GHG Protocol).

Für unsere Klimabilanzierung 2021/2022 konnten wir die nachfolgend dargestellten Ergebnisse ermitteln und teilweise bereits erste Reduktionspotenziale identifizieren sowie korrespondierende Maßnahmen einleiten.



SCOPE 1 3.249,02 t CO₂e (4,28%)

Kategorie & Prozentsatz	Reduktionsmaßnahme	Anmerkung
0,04% Kältemittel		Der Einsatz dieser war nicht geplant, jedoch aufgrund von technischen Problemen notwendig.
3,61% Stationäre Verbrennung	Durch den Einbau weiterer Viessmann-Wärmepumpen planen wir, den Erdgasverbrauch der Allianz Arena mittelfristig komplett zu vermeiden.	
0,63% Firmeneigene Fahrzeuge	Gemeinsam mit unserem Partner Audi stellen wir unsere clubeigene Fahrzeugflotte fortlaufend auf E-Autos um.	

SCOPE 2 695,84 t CO₂e (0,92%)

Kategorie & Prozentsatz	Reduktionsmaßnahme	Anmerkung
0,20% Stromverbrauch	Mit unseren Energiepartnern arbeiten wir aktuell nach dem energetischen Dreisatz (Reduktion des Energieverbrauchs, Erhöhung der Energieeffizienz, Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien) an weiteren erneuerbaren Energiequellen.	Der FC Bayern Konzern wird größtenteils mit Ökostrom versorgt. Der bestehende Prozentsatz bezieht sich auf Nicht-Ökostrom und entsteht daher überwiegend durch angemietete Fan-Shops.
0,01% E-Mobilität	Wir erhöhen den Anteil für E-Ladestationen an unseren Standorten sukzessive.	
0,71% Heizmittel	Wir arbeiten derzeit an weiteren Maßnahmen, die unseren Fernwärmebedarf senken sollen, unter anderem mit Temperaturumstellungen der Rasenheizungen.	

SCOPE 3 72.021,39 t CO₂e (94,8%)

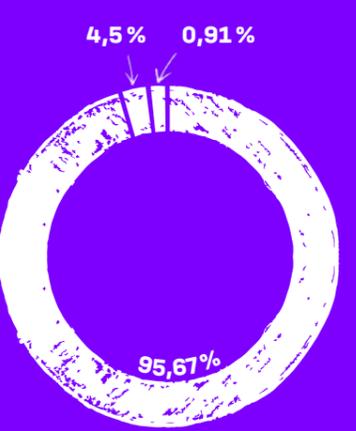
Kategorie & Prozentsatz	Reduktionsmaßnahme	Anmerkung
10,61% Eingekaufte Waren und Dienstleistungen		Aktuell entwickeln wir eine verbesserte Datengrundlage für unseren Merchandise-Fußabdruck.
1,93% Brennstoff- und energiebezogene Emissionen	Durch den Einbau einer weiteren Wärmepumpe konnten wir unseren Erdgasverbrauch bereits senken.	Durch die Umstellung unserer Flotte auf E-Mobilität, wird auch dieser Datenpunkt zukünftig reduziert.
0,90% Produzierter Abfall	Gemeinsam mit unserem Partner PreZero haben wir eine Abfallbilanz erstellt und erste Maßnahmen ergriffen, siehe dazu ausführlich ab Seite 92.	
2,54% Mitarbeiter*innenmobilität	Wir schaffen Möglichkeiten für unsere Mitarbeitenden zur nachhaltigeren Anreise, wie beispielsweise durch unsere Zusammenarbeit mit JobRad.	
2,47% Dienstreisen	In unserer aktualisierten Reise-richtlinie werden unsere Mitarbeitenden bei Inlandsreisen zur Reise mit der Deutschen Bahn angehalten.	
76,35% Nutzung der verkauften Güter (Fanmobilität)		

Aktuell führen wir eine Mobilitätsanalyse durch, um festzustellen, mit welchen Verkehrsmitteln unsere Fans zu Heimspielen anreisen, welche Distanz sie dabei zurücklegen etc. Die Ergebnisse der Analyse werden wir nutzen, um weitere Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Fanmobilität zu ergreifen.

Eines der bisher interessantesten Zwischenergebnisse stellt die durchschnittliche Anreisedistanz unserer Fans dar. So haben wir die Besonderheit zu berücksichtigen, dass unsere Fans aus der ganzen Welt über Bayern nach München anreisen und einen durchschnittlichen Anreiseweg von über 250 km pro Person zurücklegen. Unser Motto „von München über Bayern in die Welt“ schlägt sich daher bei der Anreise in umgekehrter Richtung nieder.

THG-Emissionen nach organisatorischen Grenzen

	SAISON 2021/2022
FC Bayern München AG	95,67%
FC Bayern München eV	1,93%
FC Bayern München Basketball GmbH	2,40%



ALLIANZ ARENA - JÜRGEN MUTH

DIE AUFBRUCHSTIMMUNG IST SPÜRBAR



JÜRGEN MUTH

Jürgen Muth, Geschäftsführer der Allianz Arena München Stadion GmbH, erklärt die Ambitionen beim Einsparen von Energie, Wasser und Rohstoffen sowie der Vermeidung von Emissionen und Schadstoffen, welche weiteren Verbesserungen in Planung sind - und wo es Grenzen gibt.

Sie wollen die Allianz Arena zum Vorzeigestadion für Nachhaltigkeit machen. Wo stehen Sie?

Umweltschutz ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie.

Die nachhaltige Nutzung von Ressourcen spielt für uns seit Planungsbeginn der Allianz Arena eine große Rolle. Seit 2006 ist das Stadion nach dem internationalen Umweltmanagementsystem EMAS zertifiziert. Das bedeutet, dass wir uns zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung verpflichtet haben - und dieser Herausforderung werden wir gerecht, indem beim Einsparen von Energie, Wasser und Rohstoffen sowie bei der Vermeidung von Emissionen und Schadstoffen permanent ehrgeizige Ziele umgesetzt werden.

Dazu gehört, dass wir selbstverständlich und ausschließlich 100% Ökostrom beziehen. Dies ist aber nur ein - wenn auch wesentlicher - Baustein. Darüber hinaus wollen wir auch auf dem eigenen Grundstück zunehmend regenerativen Strom erzeugen. Seit 2019 ist dazu eine große Photovoltaik-Dachanlage mit einer Leistung von 850 kWp in Betrieb und aktuell planen wir bereits die nächste Anlage in vergleichbarer Größenordnung, deren Bau nach der EURO 2024 beginnen wird. Weiter haben wir bereits unsere Rasenheizung von Gas auf Wärmepumpen umgestellt. Aktuell planen wir dies für die komplette Wärmeversorgung der Allianz Arena, sodass wir auch hier keine fossilen Energieträger mehr nutzen werden.

Gerade bei der Kältetechnik und bei der Warmwasserversorgung wurden und werden zusätzlich diverse Projekte realisiert, um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass nur ein Teil der Allianz Arena außerhalb der Spieltage nachvollziehbar genutzt wird.

Bei der Abfallentsorgung sollen hier nur zwei besondere Maßnahmen explizit erwähnt werden. Eine ist die durchweg gelungene Umstellung von Einweg- auf Mehrwegbecher, eine andere die strikte Trennung der Abfallsorten, einmal bereits vor Ort und ein zweites Mal an externen Sortieranlagen. Auch hier ist noch Potenzial, das wir gerne mit Partnern, aber auch den Fußballfans weiter erschließen wollen.

VIESMANN

Wie funktioniert eigentlich eine Wärmepumpe?

Eine Wärmepumpe funktioniert ähnlich wie ein Kühlschrank. Mit einem Unterschied: Ein Kühlschrank entzieht dem Raum Wärme, die Wärmepumpe leitet die Wärme hingegen in den Raum hinein. Dazu bezieht sie Wärme aus der Umwelt (Außenluft, Erdreich oder Grundwasser) und hebt sie mithilfe ihres eingebauten Kompressors auf ein für die Heizung nutzbares Temperaturniveau. Ein Vorgang, ähnlich wie bei einer Fahrradluftpumpe: Wird die Luft darin zusammengepresst, wird sie wärmer.

Wo stehen Sie im Vergleich zu anderen Stadien/Bundesligisten?

Es ist schlichtweg nicht möglich, verschiedene Fußballstadien und die daraus entstehenden Umweltauswirkungen, beispielsweise die Höhe des CO₂-Fußabdrucks, miteinander zu vergleichen.

Bei manchen Stadien konzentriert sich der Betrieb auf die Spieltage der Vereine, bei anderen wie der Allianz Arena ist an annähernd 365 Tagen pro Jahr ein Betrieb festzustellen. Auch sagt die reine Zuschauerzahl nichts über die Infrastruktur aus, die von einzelnen Stadien vorzuhalten ist. Darüber hinaus spielen der gastgebende Fußballverein und die öffentliche verkehrliche Anbindung eine ganz wesentliche Rolle.

Viel wichtiger als die Betrachtung einzelner Stadien ist die spürbare Aufbruchstimmung bei den nationalen und internationalen Sportverbänden, aber auch bei allen Verantwortlichen vor Ort. Nachhaltigkeit ist nicht nur ein häufig gebrauchtes Schlagwort, sondern ein Hauptmerkmal bei allen Überlegungen geworden, die mit der weiteren Entwicklung des Sports und der dazugehörigen Infrastruktur in Verbindung gebracht werden können.

Schon auch deshalb ist es sehr wertvoll, im Rahmen großer Netzwerke, wie beispielsweise der Vereinigung

deutscher Stadionbetreiber, sich intensiv auszutauschen, gegenseitig zu unterstützen und bei diesem sehr wichtigen Thema auch mal die sportliche Rivalität der Heimvereine hintanzustellen.

Vor welchen Herausforderungen stehen Sie?

Unsere Anstrengungen mit dem Ziel erhöhter Nachhaltigkeit können nicht losgelöst für den Standort und von der übergeordneten Infrastruktur, den politischen Weichenstellungen sowie den Individualinteressen der Veranstalter, aber auch und besonders der Zuschauer*innen gesehen werden.

So ist ein Umstieg vom Individualauf den öffentlichen Verkehr nur möglich, wenn dieser hinsichtlich Leistungsfähigkeit, Komfort und Kosten als gleichwertige Alternative wahrgenommen wird.

Wir leisten gerne unseren Beitrag zu einem Umstieg - ob dies ein zusätzlicher Bus-Shuttle oder auch mehr und komfortablere Fahrradstellplätze sind; das haben wir alles schon umgesetzt. Wir wollen auch hier verstärkt Maßnahmen entwickeln, um die sogenannten Scope-3-Emissionen zu senken. Hier müssen wir uns aber immer wieder die bestehenden Grenzen vergegenwärtigen und mit externen Stakeholdern, wie Politik oder Liga,

nach Lösungen suchen. Mehr Einfluss haben wir auf die Vermeidung fossiler Energieträger wie zum Beispiel Gas (Scope 1); Gleiches gilt für sogenannte Sekundärenergieträger wie zum Beispiel Strom (Scope 2).

Was ist Ihr Antrieb für mehr Nachhaltigkeit? Was wollen Sie erreichen?

Für unser Team und auch für mich persönlich ist es ein großer Antrieb, sich nicht auf bestehenden Erfolgen auszuruhen. Dies spornt den FC Bayern München jedes Jahr auf ein Neues insbesondere sportlich an - und spiegelt auch die Entwicklung der Infrastruktur mit der Allianz Arena, dem Nachwuchsleistungszentrum an der Ingolstädter und dem Vereinszentrum an der Säbener Straße wider.

Wir wollen, können und werden auch bei der Nachhaltigkeit eine Vorbildfunktion einnehmen, und genau das motiviert uns immer wieder, neue Projekte zu entwickeln und umzusetzen.

Allianz  Arena

DIE ALLIANZ ARENA IN ZAHLEN

WIR SIND UNTERWEGS: NACHHALTIGKEIT IN DER ALLIANZ ARENA

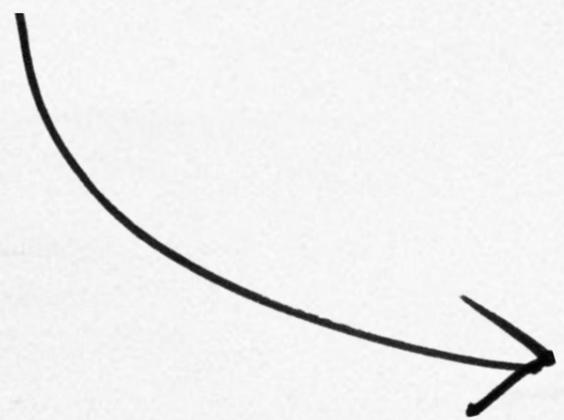
Seit 2006 ist die Allianz Arena EMAS-zertifiziert. Als Folge dieser Zertifizierung setzt sich die Allianz Arena in ihrem Umweltprogramm immer wieder neue Ziele, ergreift Maßnahmen, evaluiert deren Wirkung und versucht die eigene Umweltleistung stetig zu verbessern. Wichtige Maxime ist auch in diesem Kontext der energetische Dreisatz: Energiereduktion, Energieeffizienz und Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien. Es geht also unter anderem darum, Ressourcen zu sparen und zu schonen, etwa Wasser, und natürlich, auf die (weitere) Reduktion von Treibhausgas-Emissionen hinzuwirken.

Die aus der EMAS-Zertifizierung folgende Kontinuität neuer Zielsetzungen und damit verbundener Maßnahmen konnte zum folgenden Status quo führen, der die Allianz Arena zu einem Leuchtturm (auch) für Umwelt- und Klimaschutz werden lässt, wobei selbst dieses „Leuchten“ umweltschonend erfolgt.

Weitere Informationen zu den wichtigsten Kennzahlen rund um das Wirken der Allianz Arena im Bereich Umwelt- und Klimaschutz können in der EMAS-Umwelterklärung der Allianz Arena eingesehen werden.

EMAS-Umwelterklärung 2022/2023 der Allianz Arena (fcbayern.com)

FACTS ALLIANZ ARENA



75.024	PLÄTZE, INSGESAMT
55.704	SITZPLÄTZE
1.374	LOGENPLÄTZE
15.794	STEHPLÄTZE
2.152	BUSINESS-PLÄTZE
227	ROLLSTUHLFAHRER*INNEN-PLÄTZE
170.000 M³	BRUTTOGESCHOSSFLÄCHE ALLIANZ ARENA
287.000 M³	BRUTTOGESCHOSSFLÄCHE PARKHÄUSER
100%	ÖKOSTROM-VERSORGUNG
55	E-LADESTATIONEN
70%	ABFALLMANAGEMENT: RECYCLINGQUOTE (2022/2023)
CA. 40%	VEGANE & VEGETARISCHE GERICHTE (SAISON 2022/2023)

- WÄRMEPUMPE ZUR RASENHEIZUNG (10/2022)**
- LED-RASENBELEUCHTUNGSSYSTEM**
- PHOTOVOLTAIK-DACHANLAGE AUF GÄSTEPARKHAUS (07/2020)**
- MEHRWEGBECHERSYSTEM (SEIT 2018)**
- IT-SERVER DES FC BAYERN IN ALLIANZ ARENA – INNOVATIVES KÜHLSYSTEM**
- POP-UP-FAHRRADGARAGEN (SEIT 10/2023)**
- BUSTRANSFER AN AUSGEWÄHLTEN SPIELTAGEN VON S-BAHN-AUSSENUNKTEN**





ALLIANZ ARENA - SÄBENER STRASSE - FC BAYERN CAMPUS

WIR SIND UNTERWEGS: UMWELTMANAGEMENT BEIM FC BAYERN

Aktuell und in den kommenden Jahren widmen wir uns im Handlungsfeld Klima und Umwelt neben den oben genannten verstärkt den Themen Biodiversität, Abfallmanagement, Ressourcenschonung sowie Lebensmittel und Ernährung. Dabei sind unsere verschiedenen Standorte Herausforderung und Chance zugleich. Die größte Herausforderung besteht darin, die jeweils unterschiedlichen Rahmenbedingungen an den Standorten hinsichtlich einer wirkungsorientierten Herangehensweise zu evaluieren; das bedarf sorgsamer Analyse, Planung und Zeit. Die größte Chance sehen wir darin, dass es an vielen unserer Standorte zu ausgewählten Themen bereits gute Lösungsansätze im Bereich Klima- und Umweltschutz gibt, die erweitert und soweit möglich auf die übrigen Standorte übertragen werden können.

Biodiversität

Biodiversität ist unter anderem durch den Treibhausgaseffekt ebenso gefährdet wie das Klima. Das Kerngeschäft des FC Bayern – der Sport – hat einerseits weniger direkte Auswirkungen als andere Wirtschaftsbereiche auf die Biodiversität. Andererseits können auch wir einen Beitrag zum Schutz der Biodiversität leisten und dürfen unsere Augen nicht vor dem (wenn auch geringeren) Einfluss verschließen, den wir auf diesen wichtigen Umweltaspekt haben. Wir versuchen, unseren Beitrag zum Schutz der Biodiversität standortgerecht zu leisten; zugleich versuchen wir, gewonnene Erkenntnisse auf unsere anderen Standorte zu übertragen. So verfügt das Gelände am Campus beispielsweise über ein Biotop. Aktuell wird evaluiert, wie dieses Biotop beziehungsweise wie die Erkenntnisse aus dessen Erhaltung und Pflege auf weitere (angrenzende) Flächen an unseren Standorten ausgedehnt werden können.

Außerdem können wir gerade wegen des verminderten Einflusses auf die Biodiversität, die wir als Sportverein haben, unseren zweiten Bestandteil der Klimastrategie (Nachhaltigkeit durch den FC Bayern) umso mehr nutzen. Wir wollen damit unsere verschiedenen Stakeholdergruppen für die Bedeutung der Biodiversität und entsprechende Maßnahmen sensibilisieren, die jeder im Alltag ergreifen kann, um die Artenvielfalt und Ökosysteme zu schützen.

Abfallmanagement und Kreislaufwirtschaft

Für die Saison 2022/2023 haben wir an unseren drei Hauptstandorten in München – Allianz Arena, Säbener Straße und am Campus – mit unserem Partner PreZero eine ausführliche Analyse zu unserem Abfallmanagement durchgeführt. Dabei haben sich die folgenden Daten ergeben:

Unser erklärtes Ziel ist es auf dieser Grundlage, unser Abfallmanagementkonzept weiterzuentwickeln und soweit wie möglich einen Beitrag zur

Kreislaufwirtschaft zu leisten. Unser Abfallmanagementkonzept kann dabei auf unsere Erfahrungen von der Allianz Arena zurückgreifen. Wir haben im Rahmen der Arena trotz der teils großen Abfallmengen, die insbesondere an Spieltagen anfallen, ein System der doppelten Abfalltrennung etabliert. So werden die verschiedenen Abfallsorten zweimal getrennt: einmal in der Arena selbst, vor dem Transport in Verwertungsanlagen, und ein zweites Mal in externen Sortieranlagen außerhalb der Arena. Entsprechend werden wir versuchen, dieses Konzept auf unsere anderen Standorte zu übertragen. Aktuell laufen interne Untersuchungen zur Umsetzbarkeit derartiger Maßnahmen. Darüber hinaus arbeiten wir mit PreZero an weiteren Verbesserungen unseres Abfallmanagements.

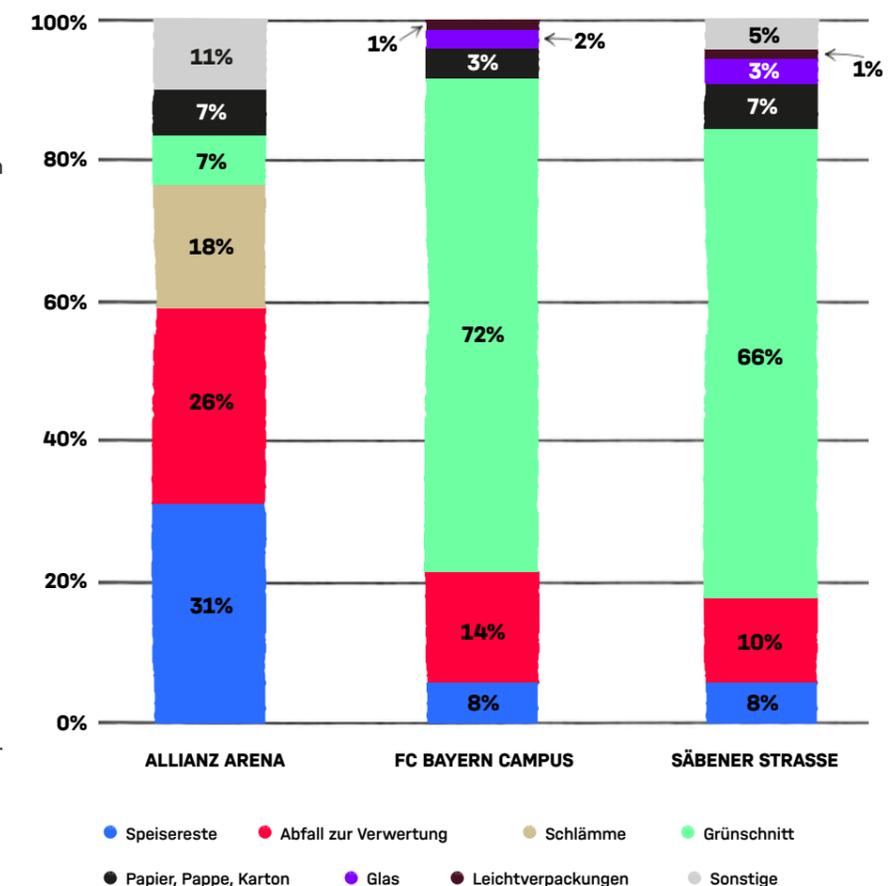
Außerdem werden wir unsere Aufklärungsarbeit im Bereich Abfallmanagement verstärken. Sowohl unsere Mitarbeiter*innen als auch unsere Fans sollen sukzessive über ordnungsgemäße Abfallentsorgung und -vermeidung sowie unsere entsprechende Erwartungshaltung aufgeklärt werden. Unsere Umweltrichtlinie wird kontinuierlich um diese Aspekte um konkrete Verhaltensvorgaben (zum Beispiel für die Geschäftsstelle) ergänzt.

Ressourcenschonung

Die Schonung natürlicher Ressourcen ist zentral zur Gewährleistung des natürlichen und klimatischen Gleichgewichts in der Welt. Die Ressourcennutzung muss daher auch an unseren Standorten zunächst reduziert werden, insbesondere soweit nicht erneuerbare Ressourcen (zum Beispiel fossile Brennstoffe) betroffen sind. Reduktionspotenziale bestehen zum Beispiel in den Bereichen Treibstoff, Licht, Wärme, Wasser und Strom. Gleichzeitig muss der Anteil erneuerbarer Ressourcen (zum Beispiel Solarenergie) erhöht werden.

Ein erster Schritt zu ressourcenschonendem Wirtschaften ist demnach die Messung und Erfassung der Ressourcenverbräuche und die Identifikation von Reduktionspotenzialen.

ABFALLSTRUKTUR 2022/2023

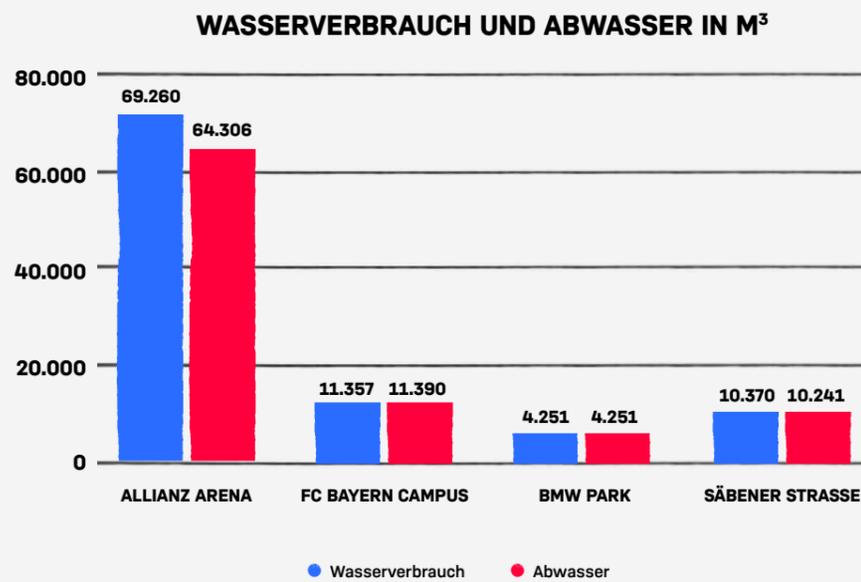
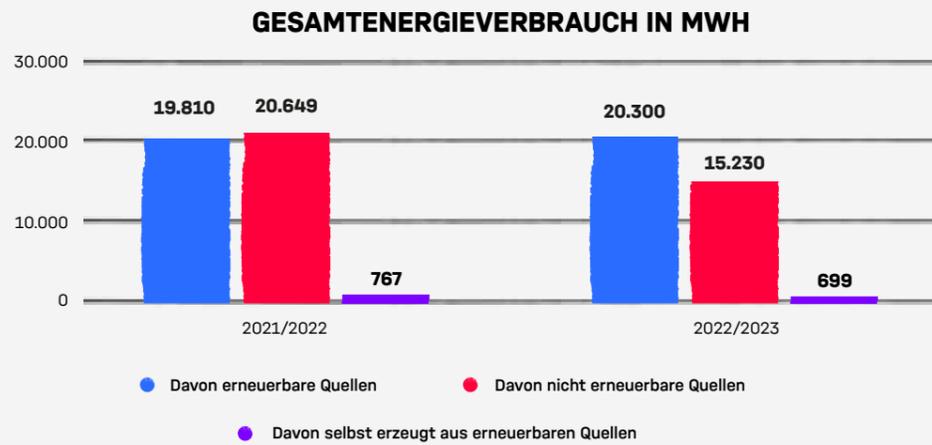
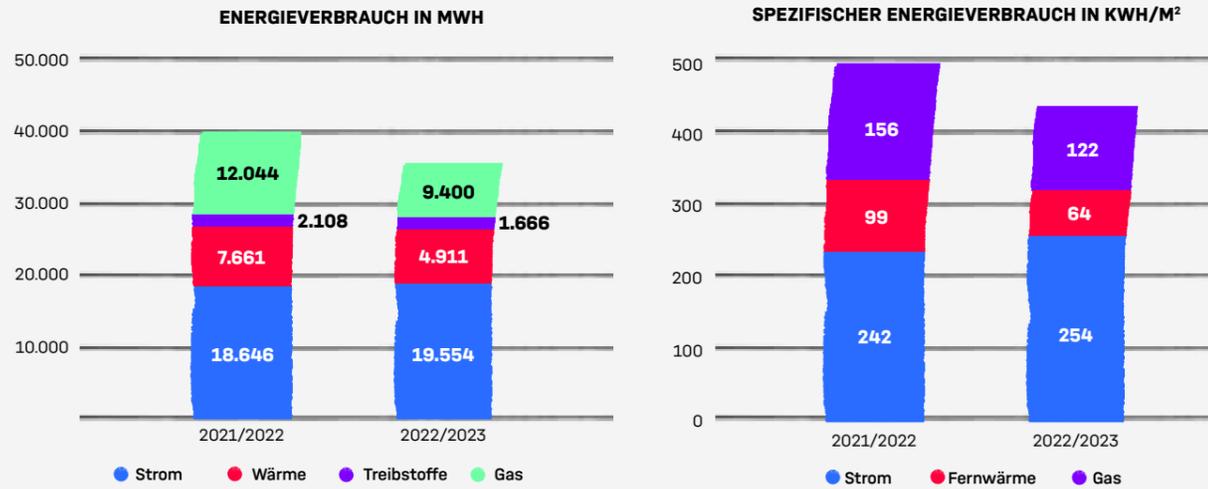


Standort	ABFALLMENGE 2022/2023	IN TONNEN
ALLIANZ ARENA		747,1
FC BAYERN CAMPUS		246,6
SÄBENER STRASSE		322,5



Standort	RECYCLINGQUOTE
ALLIANZ ARENA	70%
FC BAYERN CAMPUS	85%
SÄBENER STRASSE	87%

ENERGIEVERBRAUCH DES FC BAYERN
(Allianz Arena, Säbener Straße, Campus, BMW Park)



Angaben zu den verwendeten Umrechnungsfaktoren: Strom = EE zertifiziert, Wärme Faktor 0,152 laut SWM Stand 2021

Die größten (und umsetzbaren) Reduktionspotenziale konnten wir im Berichtszeitraum in der Allianz Arena und am Campus erkennen und mit folgenden Maßnahmen umsetzen:

2019/2020

Fortgesetzte Optimierung der Rasenheizung am Campus (Einsparungen von bis zu 4.173.480 kWh/a konnten hierbei generiert werden.)

02/2022

Deaktivierung der Lufttrockner-Folienkissen an der Allianz Arena (Durch eingehende Analysen konnten wir ermitteln, dass wir unsere Lufttrockner-Folienkissen in der Allianz Arena nicht benötigen und somit ca. 47.800 kWh/a einsparen.)

10/2022

Wärmeversorgung der Rasenheizung in der Allianz Arena durch eine Wärmepumpe (Wir konnten hier im ersten Jahr bereits eine Einsparung von ungefähr 750.000 kWh/a erzielen.)

Hinsichtlich erneuerbarer Energien verfügen unsere drei Standorte bereits über Photovoltaikanlagen; getreu dem Prinzip der übertragenen Erfahrungen haben wir die Erkenntnisse von einem Standort sukzessive auf die übrigen Standorte übertragen:

03/2008

Photovoltaikanlage Säbener Straße (ServiceCenter)

08/2014

Photovoltaikanlage Säbener Straße (Neubau)

08/2017

Photovoltaikanlage am Campus

07/2020

Photovoltaikanlage auf dem Gästeparkhaus

Für das Jahr 2024 planen wir nach dem Abschluss der Fußball-Europameisterschaft die Errichtung einer weiteren Photovoltaikanlage an der Allianz Arena.

Die FC Bayern-Standorte Allianz Arena, Säbener Straße und FC Bayern Campus werden zu 100% mit Ökostrom versorgt; für 2024 streben wir an, die wenigen Bereiche, in denen dies noch nicht der Fall ist (zum Beispiel Fanshops), auf eine mögliche Umstellung hin zu Ökostrom zu überprüfen.

Die Erkenntnisse aus den Messungen und die Evaluation der eingeleiteten Maßnahmen werden wir nutzen, um unser Ressourcenmanagement im Sinne einer nachhaltigen Ressourcenschonung weiter auszubauen. Und natürlich gilt auch hier: Wir klären Fans, Mitarbeiter*innen und weitere Stakeholder auf und versuchen, auf ressourcenschonendes Verhalten hinzuwirken.

Bratwurst | Getränke



Lebensmittel und Ernährung

**„Du bist, was du isst.“
Darin steckt immer mehr
Wahrheit. Denn das gilt
nicht nur für den Menschen,
sondern auch für die diver-
sen Ökosysteme und den
Planeten insgesamt.**

Für den FC Bayern als Sportverein hat Ernährung natürlich eine herausragende Bedeutung. Deshalb gibt es bereits umfassende – wissenschaftlich begleitete – Konzepte zur richtigen Ernährung unserer Sportler*innen an der Säbener Straße und am Campus. Allerdings wollen wir nicht nur auf eine sportgerechte, sondern auch auf eine klima- und umweltgerechte Ernährung Wert legen. Da sich beide Ziele häufig überschneiden, etwa weil verkürzte Transportwege (regionale und saisonale Ernährung) auch zu einem höheren Nährstoffgehalt von Lebensmitteln beitragen, können wir auf etablierte Strukturen zurückgreifen, um im Bereich Lebensmittel und Ernährung eine klima- und umweltgerechte Versorgung auch unserer Mitarbeiter*innen zu gewährleisten. So werden an allen Standorten jeden Tag Mahlzeiten auf Basis regionaler und saisonaler Produkte angeboten. Wir achten zudem darauf, dass nicht nur die Transportwege der Lebensmittel

kurz sind, sondern auch deren Verarbeitungsgrad niedrig bleibt. Durch diese ressourcenschonende Produktion werden Klima und Umwelt geschützt, und der Nährstoffgehalt unbehandelter Lebensmittel bleibt hoch.

Auch in unseren Spielstätten arbeiten wir eng mit unseren Catering-Partnern zusammen, um Alternativen zu Fleischprodukten anbieten zu können. So konnte etwa das Angebot vegetarischer und veganer Gerichte unseres Catering-Partners DO & CO in der Allianz Arena auf 40% des Gesamtangebotes erhöht werden. Uns ist es auch in diesem Bereich wichtig, unsere Fans über die Vorteile einer umwelt- und klimaschonenden Ernährung aufzuklären, sie zugleich aber nicht zu bevormunden und ihnen eine Wahlfreiheit zwischen verschiedenen Angeboten zu lassen. Für die Saison 2024/2025 planen wir, ein umfangreiches Lebensmittelkonzept für alle drei Standorte zu etablieren,

das eine Kombination aus Aufklärung und Sensibilisierung, einem entsprechenden Lebensmittelangebot und einer Schnittstelle zu unserem Abfallmanagementkonzept beinhaltet und somit ebenfalls einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten soll.



PHASE

2

DIE UMSETZUNG UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE GEHT IN DIE NÄCHSTE RUNDE

MATERIALIEN & LIEFERKETTE





2022
-2023

FC Bayern München eV
Säbener Straße 51-57
D-81547 München

FC Bayern München AG
Säbener Straße 51-57
D-81547 München

Allianz Arena München Stadion GmbH
Werner-Heisenberg-Allee 25
D-80939 München

FC Bayern München Basketball GmbH
Siegenburger Straße 45
D-81373 München