



MITNEAND

Nachhaltigkeitsbericht
des FC Bayern München

in Einfacher Sprache

2022
- 2023

Einfach MITNAND

Vorwort

Gemeinsam mit der Stiftung Pfennigparade haben wir uns entschlossen, unseren Nachhaltigkeitsbericht erstmalig in Einfacher Sprache zu verfassen. Auch die Bedienbarkeit und die Gestaltung bieten wir jetzt barrierefrei an.

Wir sehen die Einfache Sprache und die digitale Barrierefreiheit als eine große gesellschaftliche Chance: Sie ermöglicht es Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Lesekompetenzen, Informationen besser zu erfassen. Durch klare und präzise Formulierungen sorgt sie für inhaltliche Klarheit und macht damit die Aufnahme von Wissen für alle leichter. So hilft sie dabei, Missverständnisse zu vermeiden und Informationen können schneller verarbeitet werden.

Herbert Hainer spricht in seinem Vorwort vom „Mitnand“ von einer „positiven Bewegung, bei der es um das Zusammenwirken geht“.

„Es ist ein guter Schritt in Richtung Chancengerechtigkeit, dass der FCB von nun an seinen Nachhaltigkeitsbericht ebenfalls in Einfacher Sprache verfasst. Das ermöglicht es noch mehr Menschen, sich mit den verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.“

Thomas Heymel, Leiter Corporate Development Stiftung Pfennigparade



Wir freuen uns daher, mit dieser Fassung die Kommunikation unserer Nachhaltigkeit gemeinsam mit der Pfennigparade für alle zugänglicher zu machen. Damit tragen wir das Thema Nachhaltigkeit breiter in die Gesellschaft.

Die Experten aus der Pfennigparade sind beratend an unserer Seite.

Seit 2009 arbeiten hier Menschen mit und ohne Körperbehinderungen an der digitalen Zugänglichkeit. Als Expert*innen in eigener Sache kombinieren sie eigene Erfahrungen mit dem Wissen um aktuelle Standards. Dabei nutzen sie innovative Beratungsansätze wie Reifegradmodelle der digitalen Barrierefreiheit. So sind die Berater*innen der Pfennigparade authentische, gesellschaftlich und fachlich fundierte Partner*innen an unserer Seite. Mehr über diese besondere Expertise können Sie hier nachlesen:

www.digitale-barrierefreiheit.de

Warum wir mit der Stiftung Pfennigparade kooperieren

Die Pfennigparade setzt sich seit Jahrzehnten mit ihren Leistungen für die Gesellschaft ein. Denn alle Menschen, ob mit oder ohne Behinderung, sollen unkompliziert in den Lebenswelten Bildung, Arbeit, Wohnen, Gesundheit und Freizeit teilhaben und voneinander lernen können. Diesen Anspruch teilen wir als FC Bayern. Wir haben uns auf den Weg gemacht, Inklusion für Menschen mit Behinderung nachhaltig zu fördern. Deshalb freuen wir uns über unsere Kooperation mit der Pfennigparade. Beide Seiten können viel voneinander lernen und wir sind auf viele weitere gemeinsame Projekte gespannt.

In Gedenken an den Kaiser: Danke, Franz Beckenbauer!

„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 entscheidend an der Entwicklung des FC Bayern beteiligt. So wurden sportliche Erfolge, wirtschaftliches Wachstum und soziale Werte dauerhaft prägend für den FC Bayern. Um seinem Vermächtnis gerecht zu werden, übernimmt der FC Bayern auch für aktuelle und künftige Generationen Verantwortung. Dabei wird der FC Bayern seine Fans immer einbeziehen. So, wie es Franz Beckenbauer in seinem Leben stets getan hat.

In diesem Bericht schildern wir unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung des Clubs und der Gesellschaft. Wir widmen ihn daher Franz Beckenbauer und seinem Lebenswerk.





**„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

*** 11.09.1945 – † 07.01.2024**

MITNAND

Vorwort

Herbert Hainer

Präsident des
FC Bayern München eV

Es ist uns wichtig gewesen, diesen Nachhaltigkeitsbericht des FC Bayern München für den Zeitraum 2022/23 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 die Person, die gerade neben einem steht. Prägende Persönlichkeiten der FCB-Historie wie Franz Beckenbauer oder Uli Hoeneß sind ihrer Zeit immer voraus – und der „Kaiser“ war auf seine Art sicher 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 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.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort Stiftung Pfennigparade 2

In Gedenken an den Kaiser:
Danke, Franz Beckenbauer! 3

Mitnand - Vorwort 5

Über uns 8

Verantwortung übernehmen -
wir als FC Bayern sind bereit 9

„Auch neben dem Platz kann der
FC Bayern viel erreichen“ 10

Nachhaltigkeit betrifft uns alle 13

Konstanter sportlicher Erfolg 15

Nachhaltigkeit beim FC Bayern 17

Unsere Nachhaltigkeits-Roadmap 17

Die Entwicklung unserer
Nachhaltigkeitsstrategie 18

Nachhaltigkeit betrifft alles und alle -
unser Nachhaltigkeitsverständnis 23

Unser unternehmerisches
Selbstverständnis 25

„Werteorientiertes Wirtschaften
als Wettbewerbsvorteil“ 28

Nachhaltigkeitsmanagement als
Querschnittsaufgabe 30

Diese drei Handlungsfelder stehen in
der Saison 2022/2023 an erster Stelle 32

Vielfalt & Inklusion 33

Grundhaltung des FC Bayern 34

„Soziales Engagement ist kein
Wettrennen“ 36

Haltung zeigen! 37

„Miteinander lernen, leben, lachen“ 40

„Es steht für eine Gesellschaft alles
auf dem Spiel, wenn die Vergangenheit
wieder zur Gegenwart wird“ 42

„Jeder Cent zählt, hilft, bewirkt Gutes“ 43

Riesen-Hilfe 45

Einmal noch ... zum FC Bayern 47

FC Bayern für alle 48

Gesundheit & Sicherheit 50

OBACHT Gemeinsam für eine Kultur des Hinsehens	52
Kinder schützen und stark machen	53
Geistige Gesundheit und persönliche Entwicklung stehen an erster Stelle	54
Förderung der Jüngsten - Bewegung, Bildung und vieles mehr	55
Mach' das Beste aus Dir - mit uns!	56
Begeistern, inspirieren und die Gesundheit fördern	57
Beste Arbeitsbedingungen - auf und neben dem Platz	58

Klima & Umwelt 60

Unser Ansatz für Klima- und Umweltschutz	61
Umweltrichtlinie des FC Bayern	62
Die Aufbruchsstimmung ist spürbar	63
Wir sind unterwegs: Nachhaltigkeit in der Allianz Arena	65
Wir sind unterwegs: Umweltmanagement beim FC Bayern	66
„Du bist was du isst.“	69

Materialien & Lieferkette 70

Phase 2 70

Der Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023 des FC Bayern München steht auch in Standarddeutsch zur Verfügung. Bei Abweichungen geht die standarddeutsche Fassung der Einfachen Sprache vor.



Der FC Bayern hat verstanden, dass Nachhaltigkeit nicht nur auf das Spielfeld beschränkt ist. Nachhaltigkeit passiert auch digital im Internet. Der FC Bayern hat sich bewusst entschieden hier ein weiteres Mal Vorbild zu sein. Der Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023 ist ein Beispiel, wie dieses umgesetzt werden kann. Interviews und Zitate sind Original Stimmen und authentisch, damit alle Lesenden sich in die Menschen des FC Bayern versetzen können. Die fachlichen Inhalte sind in Einfache Sprache überarbeitet worden.

Haben Sie Anregungen und Ergänzungen? Dann teilen Sie uns diese bitte mit: sustainability@fcbayern.com



2022/2023

Verantwortung übernehmen -

Als FC Bayern startete unsere Erfolgsgeschichte in München. Doch unser Erfolgshunger hat uns über Bayern und Deutschland hinaus in der ganzen Welt bekannt gemacht.

Wir identifizieren uns aber nicht nur über den sportlichen Erfolg, sondern auch über unsere Werte: Engagement und Inspiration. Dazu gehört für uns, Verantwortung zu übernehmen und den Blick über den Spielfeldrand hinaus zu richten. Und die Bereitschaft, uns immer weiterzuentwickeln.

wir als FC Bayern sind bereit





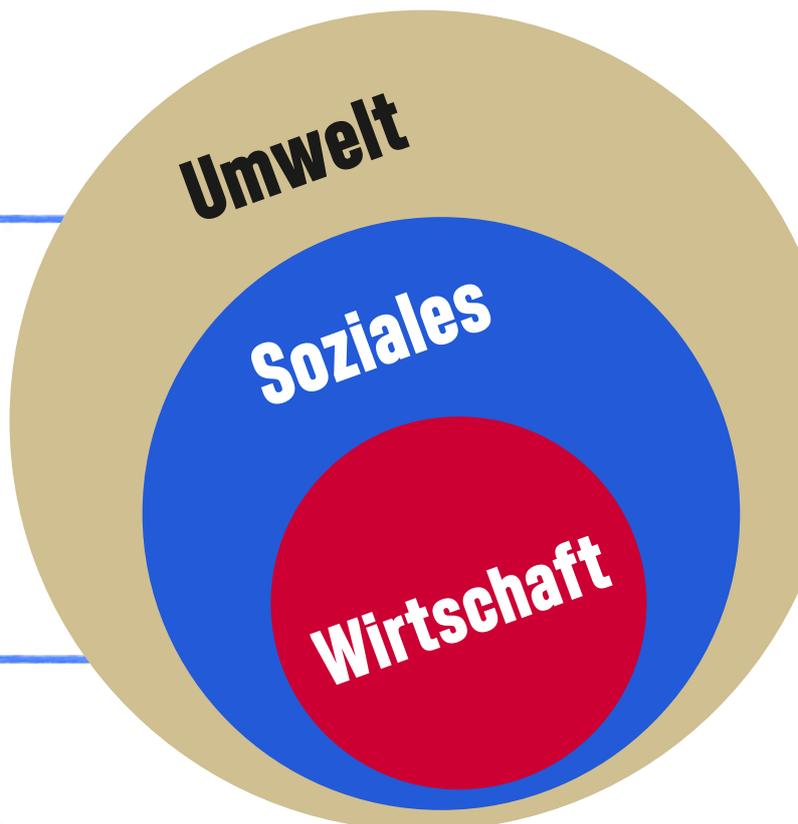
Als Teil und Aushängeschild des Sports wirken wir auf die Umwelt und die Gesellschaft ein. Dabei beeinflussen wir die Sichtweise und das Bewusstsein vieler Menschen. Die Strahlkraft und Reichweite des Spitzensports ist gerade heute sehr bedeutsam.

Es geht nicht allein darum, unsere sportliche Reise von München über Bayern in die Welt weiter erfolgreich zu gestalten. Wir wollen dauerhaft wirken,

auf allen drei Ebenen der Nachhaltigkeit: Umwelt, Soziales, Wirtschaft. 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).



„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 (JCD): 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 der 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 Führungspersonlichkeiten 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. Das ist

heute entscheidend. Klima und Umwelt, Toleranz und Vielfalt, Gesundheit, Sicherheit, Wohlbefinden – auch der FC Bayern muss Tag für Tag für diese Themen eintreten. 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.



Marko Pešić

Geschäftsführer
FC Bayern München
Basketball GmbH

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

Marko Pešić (MP): 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.

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 Kimmich 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.



Bianca Rech

Abteilungsleiterin
Frauenfußball
FC Bayern München AG

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

Bianca Rech (BR): 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.



„Wir können zeigen, dass es keine Grenzen gibt.“

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.

Nachhaltigkeit betrifft uns alle

FC Bayern in Zahlen

Mitglieder & Fans

316.000

Offizielle Vereinsmitglieder

4.545

Fanclubs

732

Internationale Fanclubs

3.813

Nationale Fanclubs

339.650

Fanclubmitglieder

51.065

Internationale
Fanclubmitglieder

50.000

Kids-Club-Mitglieder

288.585

Nationale
Fanclubmitglieder

Fanclub-Events 2023

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

News (Print und Online)

155.000

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

Allianz Arena

88 %

der Stadionbesuchenden nehmen die Allianz Arena als familienfreundlich wahr

76 %

der Stadionbesuchenden sind mit der Auswahl der Speisen zufrieden, 73% mit deren Qualität

70 %

der Stadionbesuchenden finden, dass sich die Allianz Arena um einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Betrieb bemüht

Die Arena belegt Platz 3 im Europa-Ranking der Stadionbesuchenden (Anzahl Besuchenden, Fußballspiele 2022/2023)

Social-Media-Follower

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

157 Mio.

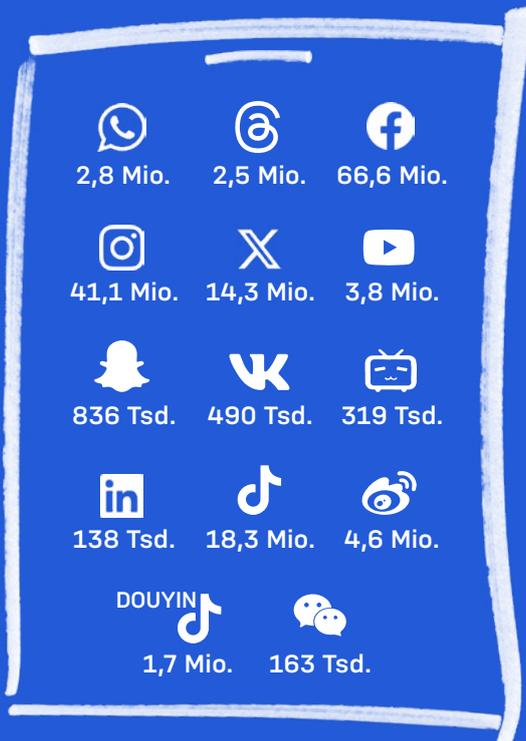
Follower auf den Herren-Hauptseiten

5,5 Mio.

Follower FC-Bayern-Frauen-Kanälen

6,7 Mio.

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

1,6 Mio.

Allianz-Arena-Follower

110 Tsd.

Fanbetreuung-Follower

2,3 Mio.

Exchange through Campus

236 Tsd.

FC-Bayern-Legends-Follower

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



Welpokal/Fifa Klub-Weltmeisterschaft



Deutsche Bundesliga



UEFA Supercup



DFB-Pokal



UEFA Cup



Europapokal der Pokalsieger



DFL-Supercup/
DFL-Ligapokal

Pokale Frauenfußball



Deutscher
Meister

11

Deutscher
Vizemeister



DFB-Pokal

3

Endspielteilnahme
DFB-Pokal



Bundesligacup

22_x

Bayerischer Meister
davon 19-mal in Folge

8

Bayerischer
Pokalsieger

Pokale Basketball



Deutscher
Meister



Deutscher
Pokalsieger



DBB-Pokalsieger

7

Regionalliga-Meister

1

Meister in der
2. Bundesliga Süd



Meister in der
2. Basketball-Bundesliga
ProA

Unsere Nach- haltigkeits- 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.

Für unser Verständnis von Nachhaltigkeit ist der ganzheitliche Ansatz prägend. Damit meinen wir nicht nur die drei Nachhaltigkeitsebenen Umwelt, Soziales und Wirtschaft. Es geht auch um den internen Umgang damit: im Club, in allen Abteilungen und allen Sportarten. Es zeichnet den FC Bayern aus,

dass er seinen Einfluss über den Verein hinaus nutzt. So wirkt er in die Gesellschaft hinein.

Darin drückt sich eine Grundhaltung des FC Bayern aus: Nachhaltigkeit betrifft uns alle. Sie wird daher von allen beim FC Bayern ernst genommen. Unser Handeln beschränkt sich nicht nur auf einzelne Maßnahmen. Daher umfasst dieser Bericht auch nicht nur die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Er enthält auch die Umsetzung des Nachhaltigkeitsverständnisses des FC Bayern in der Saison 2022/2023.

Die Entwicklung unserer Nachhaltigkeits- Strategie

Unser Weg

Unser Nachhaltigkeitsverständnis und unsere Nachhaltigkeitsstrategie sind Ergebnis eines Prozesses, der sukzessive vorangetrieben wird.

Von Beginn an war für alle Beteiligten selbstverständlich: Wir müssen die Ergebnisse regelmäßig auswerten – und so den Club weiterentwickeln. Damit können wir den verschiedenen Einflüssen gerecht werden: der dynamischen Entwicklung von gesellschaftlicher Erwartung, den regulatorischen Vorgaben, den wissenschaftlichen Erkenntnissen und den daraus entstehenden Notwendigkeiten. Nur so ist es möglich, dem eigenen Anspruch gerecht zu werden.

Der Beginn

Am Anfang stand eine grobe Skizze des Nachhaltigkeitsverständnisses, dem der FC Bayern gerecht werden möchte. Umwelt, Soziales und Wirtschaft stehen dabei in Wechselbeziehungen zueinander. Langfristig wollen wir von innen heraus eine Wirkung für Umwelt und Gesellschaft erreichen. Dafür analysierten wir zunächst alle bisherigen Maßnahmen des FC Bayern. Dabei wurde deutlich: Nachhaltiges Wirtschaften prägt den FC Bayern seit Jahrzehnten. Es ist die Ausgangslage für alle strategischen Planungen beim FC Bayern. Außerdem zeigte sich: Der FC Bayern ist auch in den Bereichen Umwelt und Soziales bereits sehr aktiv. Das entspricht auch dem sozialen Kern des Clubs. Nun geht es um eine Weiterentwicklung in den Punkten Strategie und Fokussierung. Und um eine Verankerungen der Nachhaltigkeitsthemen in der Struktur der Organisation. Diese ist notwendig, um Synergien zwischen den Einzelbereichen optimal zu nutzen – und so noch wirkungsvoller zu handeln.

Der Rahmen

Der FC Bayern will eine clubübergreifende Organisationsstruktur und Nachhaltigkeitsstrategie schaffen. Diese basiert auf wissenschaftlich fundierten Wirkungsbereichen. Denn der FC Bayern orientiert sich an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen.

Diese Nachhaltigkeitsziele sind die sogenannten United Nations Sustainable Development Goals - kurz SDGs:

Ziele für nachhaltige Entwicklung

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 (Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft) ein; ihnen vorangestellt sind fünf handlungsleitende Prinzipien: Mensch, Planet, Wohlstand, Frieden und Partnerschaft.



Unsere Handlungsfelder

Aus den 17 Nachhaltigkeitszielen leitete der FC Bayern gemeinsam mit externen Expert*innen zwölf mögliche Handlungsfelder ab. Sie sind die Grundlage einer neuen, wirkungsorientierten Nachhaltigkeitsstrategie.



Umwelt

Abfall

Klima & Umwelt

Wasser

Biodiversität

Landnutzung



Soziales

Vielfalt & Inklusion

Armut & Hunger

Gesundheit & Sicherheit



Wirtschaft

Antikorruption & Compliance

Materialien & Lieferkette

Finanzielle Stabilität

Innovationsförderung

Neben den 17 SDGs bezieht sich der FC Bayern auf weitere wichtige Referenzen. So orientieren wir uns etwa beim Thema Menschenrechtsschutz an den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte („UN Guiding Principles on Business and Human Rights“).

Bei der Jahreshauptversammlung 2023 haben wir die hohe Bedeutung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte für den Club erneut bestätigt. Damit wurde auch der Prozess der Satzungsänderung des FC Bayern eV abgeschlossen.

„(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)

Der Achtung der Menschenrechte ist in der Satzung des FC Bayern eV mit dem Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln verbunden. Mit anderen Worten: Die Achtung der Menschenrechte ist Teil des Nachhaltigkeitsverständnisses des gesamten FC Bayern. Denn der FC Bayern eV ist der größte Anteilseigner der FC Bayern AG. Die UN-Leitprinzipien stellen auch deshalb einen weiteren Referenzrahmen für die Nachhaltigkeitsstrategie des FC Bayern dar.

Unsere wichtigsten Interessengruppen - Fans, Sponsoren, Politik, Mitarbeitende

Aus den zwölf potenziellen Handlungsfeldern haben wir diejenigen identifiziert, in denen der FC Bayern die größte Wirkung erreichen kann. Dafür haben wir interne und externe Interessengruppen zu Nachhaltigkeitsthemen befragt. Sie sollten bewerten: Welche Handlungsfelder haben den größten Einfluss auf die Nachhaltigkeit des Clubs? Welche können am meisten zu einer nachhaltigen Entwicklung in Umwelt und Gesellschaft beitragen? Dadurch ergibt sich eine sogenannte Inside-Out-Perspektive. Außerdem fragten wir die Interessengruppen: Welche Erwartungen, Bedürfnisse und Interessen haben Sie beim nachhaltigen Wirken des FC Bayern?

Diese kombinierte Wesentlichkeits- und Anspruchsgruppen-Analyse werden wir regelmäßig wiederholen. So werden wir der dynamischen Entwicklung im Bereich Nachhaltigkeit gerecht.

Bei den befragten und beteiligten Interessengruppen handelte es sich um:

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

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



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

Die Ergebnisse aus dem Referenzrahmen sowie der Wesentlichkeits- und Interessengruppen-Analyse haben wir kombiniert. Sie wurden final von internen und externen Expert*innen analysiert. Sie haben auch bewertet, ob die Ergebnisse eine geeignete Basis für die Nachhaltigkeitsstrategie des FC Bayern sind. Neben den Interessen der Interessengruppen waren dabei vor allem folgende Fragen entscheidend: Welche Synergiepotenziale gibt es mit dem Status quo? Und welche Ausbaupotenziale gibt es im Hinblick auf künftige Entwicklungen der Nachhaltigkeitsstrategie?

Als Ergebnis haben wir vier Handlungsfelder identifiziert. Sie bilden den Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie:

- 
- ## BILDUNG
- 1. Vielfalt & Inklusion**
 - 2. Gesundheit & Sicherheit**
 - 3. Klima & Umweltschutz**
 - 4. Materialien & Lieferkette**

Das Thema „Gesundheit“ haben wir um Sicherheitsthemen ergänzt, denn der FC Bayern sieht hier viel Wirkungspotenzial. Dies gilt vor allem für verletzte Gruppen wie Kinder oder bestimmte Stadionbesucher*innen. Hier haben wir die Möglichkeit, auf bestehenden Maßnahmen aufzubauen. Außerdem haben der Schutz und die Sicherheit verletzlicher Gruppen eine hohe Priorität.

Ergänzt werden die vier Handlungsfelder um „Bildung (für nachhaltige Entwicklung)“ als Träger und Multiplikator für unsere Konzepte und Maßnahmen. Unser integrativer Ansatz macht alle Interessengruppen, vor allem unsere Fans, zu wichtigen

Akteuren unserer nachhaltigen Entwicklung. Dieser Ansatz ermöglicht Folgendes: Durch Bildungs- und Sensibilisierungs-Maßnahmen machen wir unser Nachhaltigkeitskonzept beim FC Bayern zu einem Nachhaltigkeitskonzept (vermittelt) durch den FC Bayern für Fans und Gesellschaft.

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

Die vier priorisierten Handlungsfelder haben wir in der Umsetzung in Phase 1 und Phase 2 unterteilt. In Phase 1 standen die Handlungsfelder Vielfalt und Inklusion, Gesundheit und Sicherheit sowie Klima und Umwelt im Fokus. Das gilt vor allem in den Jahren 2021-2023. In Phase 2 steht das Handlungsfeld Materialien und Lieferkette im Vordergrund - vor allem ab der Saison 2023/2024.

Ein Grund für diese Unterscheidung: Der Umgang mit Materialien und Lieferketten ist seit dem 01.01.2024 reglementiert. Dies geschah unter anderem durch folgende Richtlinien und Gesetze: das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG), die EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und die Nachhaltigkeitsrichtlinie der Deutschen Fußball Liga (DFL). Dadurch sollen Entwicklung und Umsetzung der clubeigenen Nachhaltigkeitsstrategie synchron zu den zeitlichen Vorgaben dieser Regelungen verlaufen.

Dieser Bericht konzentriert sich zunächst auf Phase 1 der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Auf den folgenden Seiten schildern wir unser Nachhaltigkeitsverständnis und unsere Nachhaltigkeitsstrategie.



Nachhaltigkeit betrifft alles und alle - unser Nachhaltigkeitsverständnis

Wir betrachten Nachhaltigkeit ganzheitlich:

- Thematisch geht es uns um die drei Dimensionen Umwelt, Soziales und Wirtschaft. Dabei orientieren wir uns an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen. Dazu kommen weitere Bezugsrahmen wie die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.
- Organisatorisch ist das Thema wichtig für alle: Wir betrachten es club-, abteilungs- und sportartübergreifend.
- Methodisch betreiben wir Bildungs- und Aufklärungsarbeit, inklusive Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). Dies geschieht auf allen Ebenen und ist 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 zu nutzen:
für eine nachhaltige Entwicklung von Umwelt und Gesellschaft.

Zielgerichtet wirken - unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Den Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie bilden diese vier Handlungsfelder: Vielfalt und Inklusion, Gesundheit und Sicherheit, Klima und Umweltschutz sowie Materialien und Lieferkette. In diesen Handlungsfeldern hat der FC Bayern ein übergeordnetes Ziel: Der Club will seine nachhaltigkeitsbezogene Wirkung verbessern. Dafür entwickelt er in jedem Handlungsfeld konkrete Konzepte, Maßnahmen und Evaluationsmechanismen. Diese ermöglichen dann eine Prüfung von selbst gesetzten Zwischenzielen.

In einer ersten Phase der Strategieumsetzung widmen wir uns den ersten drei Handlungsfeldern. Daran wollen wir möglichst viele Interessensgruppen aktiv beteiligen – aus zwei Gründen: Erstens, weil die Beteiligung verschiedener Interessengruppen für eine wirkungsorientierte Umsetzung nötig ist. Zweitens, weil wir unsere Reichweite auf diese Weise bereits aktiv nutzen. In einer zweiten Phase widmen wir uns dem Handlungsfeld Materialien und Lieferkette. Dies geschieht parallel zu regulatorischen und gesetzlichen Entwicklungen ab der Saison 2023/2024.

Unsere Fans als Impulsgebende

Nachhaltigkeitsverständnis und Nachhaltigkeitsstrategie haben – wie alles beim FC Bayern – eines gemeinsam: Wir beziehen unsere Fans ein.

Die Fans des FC Bayern waren immer schon mehr als passive Fußballkonsument*innen. Sie tragen diesen Verein und wollen ihn mitgestalten. Es gibt bereits zahlreichen Formate zum Austausch und Dialog zwischen Fans und Club. Diese konnten wir nutzen, um Tools des Nachhaltigkeitsmanagements niederschwellig umzusetzen.

Dazu gehört zum Beispiel die Wesentlichkeits- und Interessensgruppen-Analyse.

Zusätzlich zu dieser Strategie beziehen wir unsere Fans auch in die Entwicklung von Konzepten und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit ein.

Etwa bei unserem Awareness-Konzept „OBACHT“ für mehr Sicherheit im Stadion.

Mehr dazu auf Seite 52.



Unser unternehmerisches Selbstverständnis

„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

Umsichtiges Wirtschaften

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ wird im Sport erst seit kurzer Zeit verwendet. Dennoch erfüllt der FC Bayern eine zentrale Vorgabe von Nachhaltigkeit im wirtschaftlichen Kontext bereits seit Jahrzehnten: nachhaltiges Wirtschaften durch schuldenfreies und wirtschaftlich verantwortungsbewusstes Handeln. Das hat uns krisenfest und zu einem Weltclub gemacht. Selbst die größten und teuersten Projekte unternimmt der FC Bayern nie bei einem nicht berechenbaren Risiko. Beispiele dafür sind die Verpflichtung von Top-Spielern wie Harry Kane oder der Bau der Allianz Arena.

Regeln und Werten treu bleiben

Der FC Bayern hat vor einigen Jahren dafür ein spezielles System eingerichtet. Dieses haben wir 2023 um ein System ergänzt, mit dem man Hinweise zu Verstößen geben kann. Es ermöglicht bestimmten Interessengruppen, den Club auf Missstände hinzuweisen. Gleichzeitig haben wir Verhaltensregeln erarbeitet. Diese enthalten die wichtigsten Vorgaben für das Verhalten unserer Mitarbeitenden. Dabei geht es zum Beispiel um die Themen Geldwäsche, Datenschutz oder Bestechlichkeit. Insgesamt ist es auch dieses Bekenntnis zu Rechtschaffenheit und Ehrlichkeit, das den wirtschaftlichen Erfolg des FC Bayern ermöglicht hat. „Mia san mia“ ist immer verbunden mit nachhaltigem Wirtschaften.

Dabei bezieht der Club alle Interessengruppen ein. Im Sommer 2023 besuchten wir verschiedene Fanclubs, um auf den Datenschutz im Verhältnis von Club und Fans hinzuweisen. Außerdem ging es darum, Fans für den Datenschutz zu sensibilisieren und sich an dem Einhalten von Regeln im Club zu beteiligen.

Dennoch kann es auch beim FC Bayern zum Fehlverhalten Einzelner kommen. Dafür haben wir ein umfangreiches System eingerichtet, wie wir mit Fehlverhalten umgehen. Dieses reicht von der eigenen Aufarbeitung und Maßnahmen bei Fehlverhalten bis zu einer Zusammenarbeit mit Behörden.



Werteorientierte Partnerschaften

Nachhaltiges Wirtschaften hat beim FC Bayern auch noch eine weitere Ebene: Unsere Partnerschaften sind stets wertorientiert. Partnerschaften sind eine wichtige Grundlage für unser solides Wirtschaften. Sie 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 wirken wir auf die nachhaltige Entwicklung bei unseren Partnern ein.

Diese Grundentscheidung zeigt sich bei vielen unserer Partner – insbesondere aber bei 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. Seit einigen Jahren ist sie auch Mobilitätspartner der FC Bayern Frauen und im Bereich Jugendfußball. Nachhaltige Leistung steht bei Audi im Vordergrund. So sind die Spieler*innen der Lizenzspielermannschaft im Fußball bei ihren Dienstfahrten ausschließlich in emissionsarmen Elektro-Fahrzeugen unterwegs. Parallel dazu wurden E-Ladestationen aufgebaut: an der Allianz Arena in verschiedenen Bereichen für das Team und die Gäste sowie an der Säbener Straße. Für das Laden wurde außerdem ein Batteriespeicher aus Second-Life-Batterien in der Säbener Straße errichtet. Das Ziel dabei: Die Kommunikation dieser Maßnahmen stärkt auch das Bewusstsein der Fans für nachhaltige Mobilität. Gleichzeitig profitiert unser Partner Audi von der Möglichkeit, sein Angebot an Elektromobilität bekannt zu machen. Die Fans lernen außerdem viele weitere Lösungen für eine nachhaltigere Mobilität kennen. Auch in dieser Partnerschaft ist es also 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-Projekts. GEMINI steht für Greening European Mobility through cascading innovation initiatives. Dessen Ziel ist es, Mobilität in den Städten zu optimieren. Dafür werden Echtzeitdaten erhoben und Empfehlungen gegeben. Das kann per App geschehen und ist beispielsweise wichtig für den Weg zur Allianz Arena. Optimierte Mobilität und Lösungen für die damit verbundenen Herausforderungen sind wichtig für den Schutz von Umwelt und Klima. Und sie sind entscheidend für eine funktionierende Infrastruktur in den Städten. Für diese Ziele leisten wir mit unseren Partnern einen wichtigen Beitrag.

Allianz SE: Die Allianz SE ist der offizielle Versicherungs- und Stadionpartner des FC Bayern München und Trikotsponsor FC Bayern Frauen. Sie steht für wichtige Werte des FC Bayern: Sicherheit und Verlässlichkeit. Diese Werte leben wir zum Beispiel gemeinsam mit der Allianz in der Unterstützung des Frauenfußballs. Der FC Bayern hat in den letzten Jahren die Professionalisierung des Frauenfußballs im Club vorangetrieben. Die Allianz hat parallel dazu ein Konzept zur Unterstützung von Sportlerinnen entwickelt – etwa bei der finanziellen Absicherung. Auch das Trikot-Sponsoring unserer Frauenmannschaft durch die Allianz war eine Konsequenz unserer gemeinsamen Werte. Außerdem unterstützt die Allianz unsere Fußballerinnen auch außerhalb des Sports. Dazu gehören 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 Ziel, die Produktion, Beschaffung und Lieferung von Artikeln nachhaltiger zu gestalten. Dieses Ziel nehmen wir insbesondere in Phase 2 unserer Strategie für mehr Nachhaltigkeit in Angriff. Gemeinsam mit adidas verarbeiten wir bereits heute nachhaltigere Materialien. So stellen wir faire und sichere Arbeitsbedingungen bei unseren Zulieferern sicher. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft weitergehen. Neben dem Fokus auf das Kerngeschäft lebt die Partnerschaft mit adidas auch von der wechselseitigen Unterstützung von Initiativen und Projekten. Diese unterstützen wir zur Förderung von nachhaltigerem Handeln in der Gesellschaft. Zum Beispiel setzen wir uns gemeinsam mit adidas für Diversität und gegen Diskriminierung jeder Art ein. So unterstützte adidas den FC Bayern bei der Organisation des „Diversity Mountains“. Mit dieser Veranstaltung fördern wir die Vielfalt am Sugar Mountain in München. Aber auch der FC Bayern unterstützt adidas bei seinen Initiativen für mehr Nachhaltigkeit. Dazu gehört zum Beispiel die Initiative „Move for the Planet“. Gemeinsam mit adidas wollen wir hier auf die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz aufmerksam machen. Zugleich soll sie die Menschen zu mehr Bewegung motivieren.

Deutsche Telekom AG: Mit unserem Hauptsponsor Deutsche Telekom AG haben wir eine Kampagne gegen Hass im Netz gestartet. Im Netz werden unter dem Deckmantel der Freiheit verletzend und die Menschenwürde beeinträchtigende Kommentare verbreitet. Das wollen wir gemeinsam nicht mehr hinnehmen. Die Partnerschaft mit der Telekom hat uns gezeigt, welche Potenziale in einem koordinierten Vorgehen liegen. Der FC Bayern und die Deutsche Telekom erarbeiten daher gerade einen ganzheitlichen gemeinsamen Nachhaltigkeitsplan. Damit wollen wir die - im doppelten Sinne - bestehende „Reichweite“ beider Partner nutzen. Diese ist die Grundlage für weitere Initiativen zum Schutz unserer gemeinsamen Werte.



Allianz 



„ Wertorientiertes Wirtschaften als Wettbewerbsvorteil „

Interview

Finanz-Vorstand Michael Diederich
gibt Einblick in sein Verständnis
nachhaltigen Wirtschaftens.

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.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 7:

Bezahlbare und saubere Energie

Ziel 8:

Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle

Ziel 9:

Industrie, Innovation und Infrastruktur

Ziel 11:

Nachhaltige Städte und Gemeinden

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft



Nachhaltigkeitsmanagement als Querschnittsaufgabe

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

Der FC Bayern veröffentlicht diesen Nachhaltigkeitsbericht, um seine ganzheitliche Arbeit im Bereich Nachhaltigkeit zu dokumentieren. An verschiedenen Stellen dieses Berichts gehen wir detailliert auf unsere Schwerpunkte und Handlungsfelder ein. Dieser Abschnitt widmet sich der Nachhaltigkeit als ganzheitlicher Aufgabe.

„In der Nachhaltigkeitsstrategie haben wir Handlungsfelder erarbeitet, um durch Konzentration auf das Wesentliche die größtmögliche Wirkung zu erzeugen“, sagt Dr. Daniel Högele Direktor Corporate Strategy & Business Development. Das Nachhaltigkeitsmanagement innerhalb des Clubs ist dagegen eine Querschnittsaufgabe: „Nach unserem Nachhaltigkeitsverständnis stehen ökonomische, ökologische und soziale Dimensionen nicht isoliert nebeneinander, sondern beeinflussen sich gegenseitig. Deshalb muss der Themenbereich organisatorisch und strukturell übergreifend bearbeitet werden“, sagt Daniel Högele.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, haben wir vor rund eineinhalb Jahren ein Kompetenzteam eingesetzt. Das Team ist die Schnittstelle für unser ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement. Es hat das Ziel, Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe beim FC Bayern weiter aufzubauen.

„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, die Leiterin des Nachhaltigkeitsteams. „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.

Es ist für den Club außerdem sehr wichtig, dass die Fans den Nachhaltigkeitsbericht nicht nur lesen. Sie sind auch eingeladen, an unserer nachhaltigen

Entwicklung mitzuwirken. „Unter anderem deshalb ist der Bericht barrierefrei gestaltet. Zudem gibt es neben der deutschen und englischen Version auch diese 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 bereits gefolgt. In den Abschnitten zu „Vielfalt und Inklusion“ sowie „Gesundheit und Sicherheit“ gibt es dafür Beispiele: Hier finden sich Nachhaltigkeitskonzepte und -Maßnahmen, die gemeinsam 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 der richtige Weg“, sagt Benjamin 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.“



Vielfalt & Inklusion

Gesundheit & Sicherheit

Wir setzen uns aktiv gegen jede Form von Diskriminierung ein. Das ist Teil unserer Geschichte und unserer künftigen Handlungen. Dabei beziehen wir alle Menschen mit ihren persönlichen und vielfältigen Lebensgeschichten ein.

Besonderen Wert legen wir darauf, dass alle Mitglieder unserer Familie gesund sind. Wir schützen ihre körperliche und geistige Unversehrtheit und ihr Wohlbefinden. Jeder Mensch kann seine Persönlichkeit in der FC Bayern-Familie frei entfalten.

Bildung

Phase 01:
Diese drei Handlungsfelder stehen in der Saison 2022/2023 an erster Stelle

MITNEAND

Der Schutz von Klima und Umwelt ist eine zentrale, weltweite Herausforderung. Wir nehmen unsere eigene Verantwortung ernst. Und wir setzen uns beim FC Bayern aktiv für den Klima- und Umweltschutz ein. Das tun wir auch, indem wir diesen Schutz in die Gesellschaft vermitteln.

Phase 02

Materialien & Lieferkette

Klima & Umwelt



Vielfalt & Inklusion



Vielfalt & Inklusion

Grundhaltung 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.“

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

Unsere Ziele:

- **Förderung von Vielfalt und Inklusion innerhalb und außerhalb des Clubs**
- **Förderung von Chancengerechtigkeit innerhalb und außerhalb des Clubs**





Unser Verständnis von Vielfalt und Inklusion und was wir daraus machen

Für Vielfalt und Inklusion – gegen Diskriminierung und Ausgrenzung: Als Sportverein bieten wir allen FC Bayern Fans ein Zuhause. Unabhängig von der Nationalität, der Religion, des Geschlechts, der sozialen Herkunft, des Alters, der sexuellen Identität oder einer Behinderung. Alle Mitglieder, Fans, Mitarbeitende, Partner*innen und Freunde sind Teil der FC Bayern Familie. Alle Arten der Vielfalt heißen wir durch die inklusive Gestaltung unserer Angebote und Aktivitäten willkommen. Denn wir verstehen Vielfalt auch als Erfolgsfaktor.

Vielfalt war für uns als Sportverein schon immer eine Selbstverständlichkeit. Unsere Verantwortung endet aber nicht bei dieser Selbstverständlichkeit. Wir wollen als Vorbilder positive Veränderungen in der Gesellschaft fördern. Und wir möchten auf negative Entwicklungen hinweisen. Dafür gehen wir intern mit gutem Beispiel voran und wirken aus dem Club heraus in die Gesellschaft.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 5:

Gleichstellung von Frauen und Männern

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern



Soziales Engagement ist kein Wettrennen

Interview

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

Herbert Hainer (HH): Der familiäre Grundgedanke und die Verantwortung, die daraus entsteht, prägt den FC Bayern bereits seit vielen Jahrzehnten. 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.

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

HH: Bereits zu seinen Anfängen war der FC Bayern weltoffen und vorwärtsgewandt. Leider kommt es im Sport wie im Alltag noch immer 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?

HH: 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



Herbert Hainer

Präsident des
FC Bayern München eV

muss. Kim Krämer, unser Behindertenfanbeauftragter, sagte mir mal, ihm käme es oft so vor, als würden viele 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 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 nachgehen zu können und damit Zusammenhalt zu leben.

Was bedeutet Ihnen persönlich das Thema soziale Nachhaltigkeit?

HH: Dass wir wie bei allen Themen im Bereich der Nachhaltigkeit nicht nachlassen dürfen. Dass das, was wir umsetzen, bei den Menschen ankommen soll. 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 bewusst umsetzen 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!

Rot gegen Rassismus



Innerhalb von drei Jahren ist aus der Aktion für Vielfalt und Toleranz, gegen Ausgrenzung und Diskriminierung eine wichtige Initiative mit unterschiedlichsten Formaten geworden. Sie wirkt über alle Abteilungen, bei den Fußballer*innen sowie bei den Basketballer*innen und in den Jugend- und Breitensportabteilungen des Clubs.

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

Das Ziel der Initiative ist es, intern und extern zu wirken. Sie möchte eine klare Haltung für Vielfalt zeigen, diese leben und festigen. Dazu gehört, die gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen und sich in der Öffentlichkeit klar zu positionieren. Damit sollen möglichst viele Menschen in unterschiedlichen Zielgruppen erreicht werden. So wurde eine Dachmarke für Vielfalt sowie gegen jegliche Art von Diskriminierung etabliert.

Ein genauso wichtiger Bestandteil der Initiative ist es, sich im Club durch einen dauerhaften Austausch und Dialog mit dem Thema zu befassen. Dieser findet zwischen Sportler*innen und Mitarbeitenden

sowie Mitgliedern, Fans und Partnern statt. Hier reflektieren sich die Teilnehmenden selbstkritisch und entwickeln sich weiter. Das geschieht beispielsweise durch Podiumsdiskussionen und Workshops mit externen Expert*innen. Oder auch durch gezielte gemeinsame Aktionen aller Abteilungen. Regelmäßig finden Abstimmungen statt, wie man die Inhalte der Initiative im Bewusstsein der Menschen am nachhaltigsten etabliert.



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

Wirkkraft

das ganze Jahr über



„Bei ‚Rot gegen Rassismus‘ ist es für uns entscheidend, nicht nur einmal jährlich einen Slogan auf ein T-Shirt oder an die Wand zu werfen. Wir möchten lieber nachhaltig und das ganze Jahr über wirken – nach innen und außen.“ So erklären es Benny Folkmann und Andreas Werner, die Leiter der club-übergreifenden Initiative. Mit „Rot gegen Rassismus“ haben wir die klare Haltung des Vereins für Vielfalt und gegen Diskriminierung jeder Art etabliert. Diese Haltung haben wir auch in der Clubsatzung und einem Handlungsfaden festgehalten. „Wir hinterfragen uns selbstkritisch und tauschen uns mit Expert*innen aus. Durch Veranstaltungen und unsere Reichweite wollen wir auch die Gesellschaft sensibilisieren“, skizziert Benny Folkmann Vorgehen und Ziele.

Weiterentwicklung der Initiative

Das Kernteam mit rund 20 freiwilligen Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Bereichen des FC Bayern legt in regelmäßigen Jours Fixes und Workshops die Schwerpunkte von Projekten fest. Gemeinsam entwickelt das Team Ideen und organisiert deren Umsetzung. Im Austausch mit Expert*innen, Partnern und Verbänden entwickelt sich die Initiative stetig weiter. Auch das Netzwerk wächst kontinuierlich: von Kontakten in der Erinnerungskultur über die queere Szene bis zum Bereich Inklusion. Im ständigen Austausch entstehen sowohl langfristige Formate als auch solche, die auf aktuelle Ereignisse reagieren.

Events und Festivals

Besondere Aktionen waren in den vergangenen zwölf Monaten unter anderem das Event „Verein(t) für Vielfalt“ mit über 120 Mitarbeitenden. Auch der „Diversity Mountain“ mit über 800 Besucher*innen machte großen Eindruck. Die Initiative hat inzwischen eine starke Dynamik entwickelt. „Rot gegen Rassismus“ wird im FC Bayern wirklich gelebt:

zum Beispiel durch Fotoshootings mit Mitarbeitenden oder die Integration auf Trikots oder Autogrammkarten. Sehr erfreulich waren auch die vielen Anfragen zu Beteiligungen an Events wie dem Superbloom Festival im Olympiapark im September 2023.

Vereint gegen Diktatur und Ausgrenzung

Das persönliche Highlight von Benny Folkmann: Die gemeinsamen Schabbat-Feiern mit Vereins-Mitgliedern und der Israelitischen Kultusgemeinde von München und Oberbayern (IKGM). Die Schabbat-Feiern fanden anlässlich des Internationalen Holocaust-Gedenktags statt. „Das hat uns alle sehr berührt. 2024 haben wir das Programm 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 dies den Gemeindegliedern bedeute. Und wie schön es sei, dass der FC Bayern solche Veranstaltungen der Begegnung organisiere, um Brücken zu bauen.“ Andreas 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. Er betonte, wie außergewöhnlich die Anfrage des FC Bayern gewesen sei. Und wie wichtig es sei, dass sich ein Weltverein so intensiv mit dem Thema Rassismus auseinandersetze.“

Ein weiteres wichtiges Projekt im Bereich Inklusion war die Entwicklung von Gebärden für die Spieler*innen gemeinsam mit dem Red Deaf FC Bayern Fanclub: „Ein Projekt aus der Mitte der Fans, daher extrem nachhaltig.“



Mehr zum Thema:

fcbayern.com/de/content-hubs/rotgegenrassismus

„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. Sie schafft einen kreativen Freiraum, in dem Kinder sich jede Woche individuell ausprobieren können. Dieses innovative Bildungskonzept kombiniert Sport und Wertevermittlung und ging 2022 in die zweite Runde.

Die Idee: 60 Kinder zwischen 8 und 14 Jahren aus fünf Münchner Schulen treffen sich in vier Gruppen einmal wöchentlich. Dabei erfahren sie Werte wie Gemeinschaftssinn, Zusammenhalt und Toleranz – und leben sie auch. Mädchen und Jungen unterschiedlicher gesellschaftlicher Herkunft fordern sich selbst heraus, wachsen miteinander und stärken ihre Persönlichkeiten. Change, also Wandel, steht hier für das Kennenlernen neuer Perspektiven. Auf sich selbst, die eigene Umwelt und die eigene Entwicklung. Jedes Treffen beginnt mit einem gemeinsamen gesunden Mittagessen. Zwei Pädagoginnen gestalten das wöchentliche Programm, unterstützt von externen Expert*innen und Sportstars des FC Bayern.

Der Verein finanziert das Projekt und stellt die Räume auf dem Campus zur Verfügung. Diese wurden extra für das Projekt gestaltet. Unsere Mitarbeitenden unterstützen das Projekt durch ihre Expertise und ihre wissenschaftlichen Kompetenzen zum Beispiel im Bereich Training.

Gemeinsam mit den SOS-Kinderdörfern weltweit verfolgen wir hier ein wichtiges Ziel: Wir wollen über den Sport hinaus Kinder begeistern und ihnen ein umfangreiches Programm zwischen Sport, Kunst, Wissenschaft und gesellschaftlichen Themen bieten. Unser Verein beteiligt sich auch weiterhin an der Entwicklung der Arena of Change.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 5:

Gleichstellung von Frauen und Männern

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft

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



- **etwa 60 Workshops** rund um „Change“ pro Jahrgang: jeweils zu den Themen „Gesundheit, Gesellschaft und Umwelt“, „Technik“, „Kreativität und Medien“ und „Growth Mindset“
- **75 % der teilnehmenden Kinder erhöhten nach eigener Auskunft während der Teilnahme ihr individuelles Wohlbefinden:** beispielsweise mehr Selbstakzeptanz, Lob annehmen können, weniger Sorge vor der Zukunft
- **88 % der teilnehmenden Kinder zeigten eine Verbesserung in den Disziplinen des anerkannten deutschen Motorik-Tests.** Diese Verbesserung wurde im Vergleich zum am Anfang des Jahrgangs durchgeführten Tests erzielt. Der deutsche Motorik-Test ist ein Test der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft und dem Karlsruher Institut für Technologie
- **Nach Angaben der Eltern erhöhten 66 % der teilnehmenden Kinder ihre sozialen Kompetenzen:** zum Beispiel Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein
- **gesunde Ernährung** im Alltag steht im Mittelpunkt
- **wöchentliche gemeinsame Bewegungszeit** fördert die Freude an Sport und Bewegung und reduziert Stress





Charlotte Knobloch

Erinnerungskultur

„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. Sie stärkt das Verantwortungsgefühl für die Zukunft. Und sie soll sicherstellen, dass unmissverständlich gilt: „Nie wieder!“ Diese Botschaft kann nicht oft genug ausgesendet werden. So ist für uns der „Erinnerungstag gegen das Verbrechen im Nationalsozialismus sowie gegen aktuellen Rassismus und jegliche Art der Diskriminierung im deutschen Fußball“ Jahr für Jahr Anlass für besondere Aktionen. Dazu gehören Sonderführungen, eigens gestaltete Ausstellungen und Lesungen. Die Erinnerungskultur ist ein wichtiger Bestandteil unserer historischen Arbeit.



Mehr zum Thema:

fcbayern.com/museum/de/news/2023/01/wochenende-im-zeichen-der-erinnerung

Seit zwanzig Jahren beschäftigen wir uns beim FC Bayern mit der Aufarbeitung unserer eigenen Geschichte. Vor allem beschäftigt uns das Vereinsleben in der Zeit des Nationalsozialismus. Was unser Team herausgefunden hat, zeigen wir in Dauer- und Sonderausstellungen im Vereinsmuseum. Dieses Museum wurde 2012 gegründet. Es ist mehr als ein Ort, an dem Pokale ausgestellt und sportliche Erfolge oder Niederlagen präsentiert werden. Mit den Ausstellungen erinnern wir 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. Er überlebte den Holocaust als Emigrant. Vier Jahre später entstand in Zusammenarbeit mit der KZ-Gedenkstätte in Dachau eine Wanderausstellung. Sie hat den Titel „verehrt - vergessen - verfolgt. Opfer des Nationalsozialismus beim FC Bayern München“. Die Ausstellung war in zahlreichen Museen, Vereinen und Schulen in Deutschland zu sehen: sogar in den USA im „Museum of Holocaust“ in Los Angeles und der Penn State University (Pennsylvania). Auch im Kapitol in Washington konnte sie besucht werden.

„Jeder Cent zählt, hilft, bewirkt Gutes“

Der Anstoß für die Gründung des FC Bayern Hilfe eV war 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.

Heute unterstützt der Verein unschuldige in Not geratene Personen finanziell. Als Förderkörperschaft beschafft er außerdem Geld für viele Bereiche: zum Beispiel Bildung und Erziehung, Jugend- und Altenhilfe und Sport. Zudem unterstützt er hilfsbedürftige Personen durch eine andere steuerbegünstigte Körperschaft oder durch eine Körperschaft des öffentlichen Rechts.

Den Vorstand bilden der Vorsitzende Karl Hopfner sowie die beiden Gründungsmitglieder Uli Hoeneß und Karl-Heinz Rummenigge. Gemeinsam mit der Geschäftsführerin Elke Keller koordinieren sie die Verwendung der Spenden. Da alle Beteiligten hier ehrenamtlich arbeiten, geht jeder Cent an Menschen und Einrichtungen, die Hilfe brauchen.

Interview

mit **Karl Hopfner**,
Vorsitzender des FC Bayern Hilfe eV

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

Karl Hopfner: „In diesen gut 20 Jahren haben wir sehr, sehr vielen Menschen und Institutionen helfen können. All denen, die uns Spenden zukommen ließen, können wir gar 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?

Karl Hopfner: „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 durch Besuche 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?

Karl Hopfner: „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 Wegbegleitern 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

Riesen-Hilfe

In unserem Charity-Programm HELPSIDE bündeln unsere FC Bayern Basketball-ler*innen ihr gesellschaftliches Engagement in der Region München. So fördern sie Inklusion sowie den Nachwuchs. Und sie engagieren sich für Hilfsbedürftige und ein vielfältiges, buntes München.

Natürlich sind die Basketballer*innen 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 in der Verteidigung das A und O: Dem Mitspielenden helfen, wenn Unterstützung gebraucht wird.

Das ist für den FC Bayern Basketball nicht nur auf dem Spielfeld eine wichtige 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 gehört die Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München. Sie betreut Familien mit lebensbedrohlich schwerstkranken Kindern und jungen Erwachsenen. Außerdem unterstützt sie die Offene Behindertenarbeit München. An Spieltagen im BMW Park finden immer wieder Sammelaktionen statt: zum Beispiel für die Obdachlosenhilfe der Bahnstiftung München, Diakonia München oder „Weihnachten auf der Straße“. Die Stiftung ruft auch zu Aktionen im

Kampf gegen Blutkrebs auf. Dies tut sie in Zusammenarbeit mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS) und dem Arbeiter Samariter Bund (ASB). Durch verschiedene Charity-Events sammelt unser FC Bayern Basketball außerdem regelmäßig Spenden – unter anderem für das Kinderhaus Atemreich.

„Ein Projekt wie HELPSIDE ist wichtig, denn unsere Aufgabe ist es, 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 FC Bayern Basketball

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 1:

Armut in jeder Form und überall beenden

Ziel 2:

Ernährung weltweit sichern

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

HELPSIDE-Highlights der Saison 2022/2023

Dunk Dein Pfund

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 FC Bayern Basketball-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

Die Mission des Team Soziale Angelegenheiten ist es, Herzenswünsche von schwerstkranken Fans zu erfüllen: ob beim öffentlichen Training dabei zu sein, Manuel Neuer & Co. zu treffen oder mit dem Idol in die Allianz Arena einzulaufen. Diese Form der Hilfe hat bei uns Tradition. Seit Jahrzehnten erfüllen wir Wünsche – zuweilen auch letzte Wünsche. Unsere Mitarbeitenden stehen im direkten Kontakt mit Fans und ihren Angehörigen, Hospizen, Krankenhäusern und Palliativstationen.

Häufig arbeiten das Team Soziale Angelegenheiten und der FC Bayern Hilfe eV zusammen. In Kooperation mit dem Merchandising-Team unterstützen wir gemeinnützige Vereine und Organisationen: zum Beispiel mit Tombola-Geschenken oder Spenden. Wir bekommen in jeder Saison über 2.500 Anfragen.

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



Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:
Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 10:
Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:
Starke und transparente Institutionen fördern

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 ist er Behinderten-Fanbeauftragter des FC Bayern: Er kümmert sich darum, dass Fans mit Behinderung eine unvergessliche Zeit im Stadion haben. Gleichzeitig 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. Außerdem berät er unseren Verein. Mit seinem Expertenwissen unterstützt er uns beim Abbau von Zugangsbarrieren – ob in der Kommunikation oder bei der Mobilität.

Barrierefreiheit in der Allianz Arena: 227 Plätze mit Top-Sicht aufs Spielfeld stehen für Rollstuhlfahrer*innen zur Verfügung. Das sind mehr als in den meisten anderen Stadien der Bundesliga. Dazu kommen noch 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
- Audio-Deskription über Kopfhörer für Besucher*innen mit Sehbehinderung
- große Personenaufzüge
- genügend Behinderten-WCs

Die Allianz Arena bietet auch eine barrierearm erreichbare Gastronomie, spezielle Führungen außerhalb der Spieltage für Rollstuhlfahrer*innen und 130 Behinderten-Parkplätze. In der Allianz Arena befindet sich auch das FC Bayern Museum. Als Deutschlands größtes Vereinsmuseum ist es selbstverständlich barrierearm zugänglich. „Inklusion ist in den Werten des FC Bayern verankert“, sagt Jürgen Muth, Geschäftsführer der Allianz Arena. Man habe schon zu Beginn der Planung die Bedürfnisse von Fans mit Behinderung berücksichtigt. Das war lange vor der Eröffnung 2005. Denn neben den Architekt*innen und Ingenieur*innen saßen 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 bespricht er mit dem Verein technische Entwicklungen und Möglichkeiten zur Verbesserung. Früher, im alten Olympiastadion, hatte sich Kim Krämer extra einen elektrischen Rollstuhl besorgt. Nur so konnte er seinen Platz oben an der Anzeigetafel selbständig erreichen. Gottseidank ist das lange her. Kim Krämer betont: „Ich würde fast sagen, unsere Plätze heute sind besser als die VIP-Plätze.“





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

Gleichberechtigte Teilhabe über die Allianz Arena hinaus

Die Allianz Arena zieht Spieltag für Spieltag die meisten Besucher*innen an. Wir wollen ihnen eine gleichberechtigte Teilhabe am Spielgeschehen ermöglichen. Das gilt auch für alle anderen Spiele und Events im BMW Park, Besuche im FC Bayern Museum oder unsere Webseite. Schon heute bieten wir Führungen für gehörlose Besucher*innen im FC Bayern Museum. In zukünftigen Berichten werden wir über die weiteren Entwicklungen ausführlich berichten.

Wir sprechen regelmäßig mit Vertreter*innen verschiedener Organisationen, die sich für Menschen mit Behinderung engagieren. Denn wir wollen die Bedürfnisse, Herausforderungen und Ideen der Betroffenen kennenlernen – und ihnen so unvergessliche Erlebnisse beim FC Bayern ermöglichen.



Gesundheit & Sicherheit



„Gesundheit ist nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts.“

(nach Arthur Schopenhauer, Philosoph)

Gesundheit steht als Basis des Menschseins im Mittelpunkt unseres zweiten Handlungsfelds. Das entspricht unserem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsverständnis. Auch das Grundbedürfnis nach Sicherheit behandeln wir mit derselben Wichtigkeit. Deshalb heißt das zweite Handlungsfeld „Gesundheit und Sicherheit“.





Der FC Bayern möchte, dass es allen Mitgliedern der FC Bayern Familie gut geht: Sie sollen gesund sein. Das bedeutet, dass ihre körperliche und geistige Unversehrtheit geschützt werden soll. Außerdem soll jeder Mensch in der FC Bayern Familie seine Individualität entfalten können. Unsere besondere Aufmerksamkeit gilt dabei schutzbedürftigen Gruppen. Wir arbeiten eng mit Expert*innen aus verschiedenen Bereichen zusammen, um diese Gruppen zu identifizieren und bestmöglich zu schützen. Deshalb haben wir das Awareness-Konzept „OBACHT“ für mehr Sicherheit beim Stadionbesuch ins Leben gerufen. Außerdem haben wir unser Kinderschutzkonzept „Rote Linie“ weiterentwickelt. Zugleich sind diese beiden Projekte Beispiele für eine weitere Besonderheit unserer Gesundheits- und Sicherheitskonzepte: Wir beteiligten die Betroffenen an deren Entwicklung. OBACHT entstand aus umfangreichen Beratungen mit unseren Fans. Die Rote Linie haben wir 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.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 8:

Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft

Nicht zuletzt ist es als Sportverein Teil unserer Mission, uns für Bewegung, eine gesunde Lebensweise und Ernährung einzusetzen.

Unsere Ziele:

■ Gewährleistung der Gesundheit und Sicherheit verschiedener Interessengruppen

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

Unsere Fans sind die Seele des Vereins. Ihre Sicherheit beim Stadionbesuch liegt uns am Herzen. Deshalb ergründen wir regelmäßig gemeinsam mit ihnen, an welchen Stellschrauben wir noch drehen können. Dabei haben unsere Fans wieder einmal unglaubliches Potenzial bewiesen – als Gestalter*innen, als Interessierte, als Aktive. So konnten wir gemeinsam das Aufmerksamkeits-Konzept „OBACHT“ entwickeln. Das Ziel: Wir wollen die Sicherheit im Stadion gewährleisten – besonders von verletzlichen Gruppen wie Frauen oder Kindern. Wir sorgen für Aufmerksamkeit und Hilfe bei Belästigung, Beleidigung und anderen grenzüberschreitenden Vorfällen.

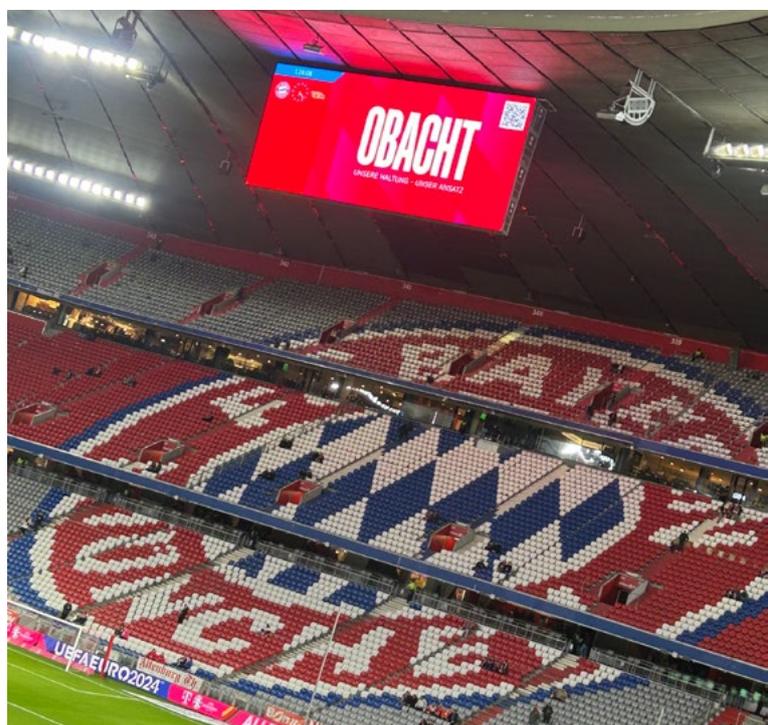
Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:
Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 5:
Gleichstellung von Frauen und Männern

Ziel 16:
Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:
Globale Partnerschaft



Bei unseren Heimspielen steht während der gesamten Öffnungszeit der Allianz Arena immer ein Awareness-Team bereit. Das Team achtet darauf, dass sich alle wohlfühlen: ohne Diskriminierung und Gewalt. Es besteht aus zwei psychologisch geschulten Fachkräften des Krisen-Interventions-Teams München des Arbeiter-Samariter-Bunds München/Oberbayern. Damit Betroffene jederzeit Hilfe rufen können, haben wir im Stadion gut sichtbare QR-Codes angebracht. Das Team hilft der betroffenen Person, zusätzlich können auch Sicherheitskräfte eingeschaltet werden.

Mehr zum Thema:



fcbayern.com/de/news/2023/08/gemeinschaftsprojekt-mit-fans-und-fanprojekt-muenchen-obacht-fc-bayern-startet-awareness-konzept

Rote Linie

Kinder schützen und stark machen

Der Kinder- und Jugendschutz beim FC Bayern wird im ganzen Verein gelebt. Wegen der hohen Bedeutung verantwortet das Präsidium des FC Bayern München eV das Thema.

Um die Umsetzung aller Maßnahmen kümmert sich die fünfköpfige „Fachgruppe Kinderschutz“. Sie besteht aus den beiden Kinderschutzbeauftragten des Clubs, einem Mitglied der Geschäftsführung, der Clubreferentin des eV sowie der pädagogischen Leiterin des FC Bayern Campus. Zusätzlich ist seit Oktober 2022 Eric Mbarga Kinderschutz- und Präventionsbeauftragter am FC Bayern Campus. Er steht als Ansprechpartner bereit und arbeitet daran, die Maßnahmen zur Vorsorge zu verbessern.

Mehr zum Thema:



fcbayern.com/de/news/2022/11/fc-bayern-aktion-rote-linie-initiative-fuer-kinderschutz-mit-kimmich-benkarth-und-obst#

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft



Psychosoziales Team

Geistige Gesundheit und persönliche Entwicklung stehen an erster Stelle

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 der perfekte Freistoß. Dr. Eva Zier und Christian Luthardt leiten das psychosoziale Team am Campus. Für beide sind die Fragen des Lebens entscheidend. Und das nicht nur bei der Suche nach dem nächsten Philipp Lahm, Bastian Schweinsteiger oder Thomas Müller.

Leistungszentren für den Nachwuchs bringen die Sport-Elite von morgen hervor. Es sind Orte, an denen sich die großen Themen des Lebens in geballter Form ereignen. Gewinnen und Verlieren, Tränen und Triumphe, Anerkennung und Ablehnung. Für die Kinder und Jugendlichen ist diese Achterbahn der Gefühle eine besondere Herausforderung. Es geht für sie um die Grundlagen eines selbstbestimmten Lebens. Und sie gehören zu den rund 200 Top-Talenten des FC Bayern. Die Besten der Besten sollen alle Erwartungen erfüllen.

Für sie haben wir mit der Campus-Eröffnung 2017 einen eigenen psychosozialen Bereich geschaffen. Er umfasst die Pädagogik und die Sportpsychologie. Die Pädagogin Eva Zier und der Sportpsychologe Christian Luthardt haben das Konzept erarbeitet. Im Gespräch mit den beiden merkt man schnell, wofür es ihnen geht. Sie möchten Räume schaffen, in denen die Kinder und Jugendlichen über sich selbst nachdenken und sich entwickeln können. Und in denen ihre geistige Gesundheit geschützt wird. Heute leiten sie ein Team aus mehreren Mitarbeitenden. Knapp formuliert, konzentriert sich das Team Pädagogik auf Schule, Ausbildung, Umgang mit Eltern, Eingliederung sowie Vorbeugung und Kinderschutz. Das Team Sportpsychologie kümmert sich um die Leistungsentwicklung und die Förderung von Wohlbefinden auf der geistigen und emotionalen Ebene. Das betrifft sowohl Spieler*innen

als auch Trainer*innen. In vielen Bereichen handeln sie gemeinsam. Das Ziel ist dabei immer der Schutz der geistigen Gesundheit.

Themen gibt es viele. Zuhören, gemeinsam Lösungen finden, Vertrauen aufbauen. Wichtig ist auch, eine positive Atmosphäre für Kinder und Jugendliche zu schaffen. Denn in dieser können sie von sich aus über Ängste und Sorgen sprechen. Dazu kommt: Kinder und ihre Familien auf den Einzug in die Akademie vorzubereiten und die Erwartungen überehrgeiziger Eltern zu bremsen. Auch Wahrheiten sollen ausgesprochen werden: Zum Beispiel schaffen es laut Statistik nicht mal drei Prozent der Jugendfußballer*innen aus den Leistungszentren zu den Profis. Daher soll vermittelt werden, dass der Fußball nicht das ganze Leben ist. Eine Ausbildung ist immer eine gute Idee. Auch hier bleibt der FC Bayern bei seinem Grundsatz: Bildung ist in allen Lebensbereichen unbedingt notwendig. Sie ist die Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung – in diesem Fall von Jugendspieler*innen.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

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. Bei uns haben die jungen Fans des FC Bayern eine Heimat: Wir vermitteln die Vereinswerte, fördern Freude an Bewegung, sprechen die Kinder altersgerecht an und gestalten ein Programm für sie.

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. Diese sind aber keine rein materiellen Zuwendungen. Sie sollen die Kids ermutigen und daran erinnern, die Vereinswerte aus dem KIDS CLUB zu leben. Wichtiger Bestandteil des KIDS CLUBS ist außerdem Bewegung.

Wir bieten den Kindern viele Möglichkeiten, in Bewegung zu bleiben: Dazu gehören die Ballschulen für 3- bis 5-Jährige oder Fußballcamps für 6- bis 13-Jährige in Deutschland und Österreich. Hier bleiben die Kinder in Bewegung, stärken Teamgeist und Kommunikationsfähigkeit und erleben Freude am bunten Miteinander. Auch speziell für Mädchen entwickelte Formate zählen zum Angebot unseres KIDS CLUBS.

Beim FC Bayern versuchen wir, verschiedene Ziele miteinander zu verbinden. Deshalb gibt es eine Zusammenarbeit des KIDS CLUB mit dem World Wide Fund for Nature (WWF). Die Kids können beispielsweise ein Camp besuchen, bei dem sie die Natur erkunden. Sowohl an Land als auch unter Wasser gibt es viel zu entdecken. Damit wollen wir bereits unsere jüngsten Fans für den Umwelt- und Naturschutz sensibilisieren.



Mehr zum Thema:

fcbayern.com/kidsclub/de

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen

Ziel 14:

Leben unter Wasser schützen

Ziel 15:

Leben an Land

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft





Pathway, Youth Cup und World Squad

Mach' das Beste aus Dir - mit uns!



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 Teams der Frauen und Mädchen. Es gibt eine Sporthalle für die Abteilungen Basketball, Handball und Tischtennis sowie eine Spielstätte für 2.500 Zuschauer*innen. Dazu kommen ein 1.000 Quadratmeter großer Athletik- und Reha-Bereich und 35 Apartments für Talente.

Unsere Ausbildungsphilosophie beinhaltet aber noch mehr, als die besten Sportler*innen zu formen: Wir vermitteln die Grundwerte Respekt, Fairplay, Disziplin, Teamgeist, Siegermentalität und gesellschaftliche Verantwortung. Und wir zeigen die Bedeutung von Vielfalt und Inklusion. Ziel ist es, Jungen und Mädchen einen echten Weg zu zeigen, als Menschen und Spieler*innen zu wachsen. Natürlich schwingt auch die Hoffnung mit, den nächsten Thomas Müller, David Alaba oder Jamal Musiala zu entdecken.

Mehr zu den internationalen Jugendprogrammen des FC Bayern:

fcbayern.com/de/club/international-youth-programs



Zugleich wissen wir, dass der größte Teil der Förderung am Campus nicht dem Verein, sondern den Spieler*innen zugutekommt. Das ist jedenfalls beim Fußball so. Denn viele Talente schaffen den Sprung zum Profi beim FC Bayern nicht. Deshalb ist die Vermittlung von Werten und Ermutigung zu Bewegung am Campus genauso wichtig wie die Nachwuchsförderung.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 10:

Weniger Ungleichheiten

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft

Kinder und Jugendliche in Bewegung bringen

Begeistern, inspirieren und die Gesundheit fördern

Um in der Stadt Verantwortung wahrzunehmen, nutzt der FC Bayern seine Strahlkraft. Wir bieten verschiedene Möglichkeiten für Sport- und Bewegung an und motivieren Kinder und Jugendliche, sich zu bewegen.

Kinder sollen sich mindestens 60 Minuten am Tag bewegen. Das empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (WHO). Die Realität sieht häufig anders aus: Nur jedes vierte Mädchen und jeder dritte Junge in Deutschland erfüllt diese Empfehlung. (Diese Angabe stammt aus der KiGGs Studie von Finger und anderen aus dem Jahr 2018, Seite 27.)

Genau hier setzen wir an.

Wir haben Sportangebote in den Abteilungen Handball, Schach, Tischtennis, Basketball, Kegeln, Schiedsrichter und Seniorenfußball. Darüber hinaus sind wir auch in über 50 Schulen der Stadt mit verschiedenen Angeboten für Bewegung, Spiel und Sport aktiv.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit





Beste Arbeitsbedingungen – auf und neben dem Platz



Gesundheit und Sicherheit - Mitarbeitende



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 1000 Mitarbeitende 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 Mitarbeitenden einen sehr hohen Stellenwert zuzuschreiben.

Vorbeugung ist ein wichtiger Faktor im Bereich Gesundheit. So steht beispielsweise jedem Mitarbeitenden auf Wunsch ein ergonomischer Arbeitsplatz zu. Der FC Bayern hat auch ein betriebsärztliches Konzept, das den gesetzlichen Vorgaben zur arbeitsmedizinischen Versorgung entspricht. Während der Corona-Pandemie beispielsweise wurden Impftermine für Mitarbeitende vermittelt. Diese wurden in den Gebäuden des Clubs durchgeführt. Auch gegen saisonale Erkrankungen können sich Mitarbeitende hier impfen lassen. Im der Saison 2024/2025 planen wir anonyme Befragungen der Mitarbeitenden zum Thema Gesundheit. So können wir deren Zufriedenheit, mentale Gesundheit und das allgemeine Wohlbefinden am Arbeitsplatz noch besser einschätzen.

Ausreichende Sport- und Bewegungsangebote sind uns als Sportverein natürlich ein besonderes Anliegen. Unsere Mitarbeitenden haben viele Möglichkeiten für Bewegung: unter anderem den „Montags-Kick“, eine gemeinsame Laufgruppe, Yoga am Campus, einen Beach-Volleyballcourt und einen Padel-Tennisplatz an der Säbener Straße. Diese Angebote können die Mitarbeitenden kostenlos nutzen.

Wie bei unseren Spieler*innen legen wir auch bei unseren Mitarbeitenden Wert auf ein reichhaltiges 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. Außerdem informieren wir unsere Mitarbeitenden regelmäßig über die Bedeutung von gesunder Ernährung. Neue Erkenntnisse fließen in unser Lebensmittelangebot für die Mitarbeitende ein.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 8:

Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle

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. Gleichzeitig können wir den Umweltschutz auch in der Gesellschaft verbessern, indem wir ihn als FC Bayern vermitteln.

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

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 Interessengruppen.

▪ **Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern Handabdruck**

Förderung von klimafreundlicherem Verhalten:

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

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 7:

Bezahlbare und saubere Energie

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen

Ziel 15:

Leben an Land

Ziel 17:

Globale Partnerschaft

Umweltrichtlinie des FC Bayern

Klima- und Umweltschutz durch den FC Bayern

Wir kennen unsere Verantwortung und unsere große Reichweite gut. Und auch das große Interesse, die Fähigkeiten und Kenntnisse verschiedener Anspruchsgruppen des FC Bayern: Diese Gruppen reichen von Fans, über Mitarbeitende und unseren Partnern bis hin zu den Spieler*innen in den Profimannschaften. Diese Kombination aus Reichweite – also der berühmten Strahlkraft – und vielfältigen Anspruchsgruppen wollen wir nutzen. Damit wollen wir für die Themen Klima- und Umweltschutz sensibilisieren und aufklären. Und wir möchten vor allem Mitstreiter*innen im Kampf gegen die globale Erderwärmung gewinnen.

Am meisten freuen wir uns auf den Austausch mit unseren Fans und Partnern. Dieser hat jetzt schon zu gewinnbringenden Ergebnissen und Ideen geführt. Wir wollen alle Interessengruppen des FC Bayern so erreichen, dass sie Klima- und Umweltschutz in ihren Alltag integrieren. So werden wir der weltweiten Herausforderung durch die Klimakrise immer mehr gerecht.

Um unsere Reichweite bestmöglich zu nutzen, haben wir eine Umweltrichtlinie entwickelt. Diese richtet sich vor allem an uns als FC Bayern intern. Gleichzeitig soll sie alle unsere Interessengruppen dafür sensibilisieren, was wir zum Schutz von Umwelt und Klima tun und erwarten.

Mehr Details zur Umweltrichtlinie und den einzelnen Bereichen:

- **Rechtslage und kontinuierliche Weiterentwicklung**
- **Klimaschutz**
- **Sensibilisierung unserer Fans und Mitarbeitenden**
- **Ressourcenschonung und Abfallmanagement**
- **Nachhaltige Beschaffung**
- **Partner und Lieferanten**
- **Transparentes Handeln und Reichweite**

im Nachhaltigkeitsbericht in Standarddeutsch auf Seite 83.

Die Aufbruchsstimmung ist spürbar

Jürgen Muth, Geschäftsführer der Allianz Arena München Stadion GmbH, erklärt die Ziele. Es geht um das Einsparen von Energie, Wasser sowie Rohstoffen und um das Vermeiden von Emissionen und Schadstoffen. Außerdem erklärt er, welche weiteren Verbesserungen in Planung sind - und wo es Grenzen gibt.



**Jürgen
Muth**

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

Jürgen Muth (JM): 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 aber 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 nachvollziehbar 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.

Allianz Arena - Interview

Wo stehen Sie im Vergleich zu anderen Stadien/ Bundesligisten?

JM: 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?

JM: 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 Individual- auf 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 Interessengruppen, 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?

JM: 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. EMAS ist ein System zum Erreichen der Umweltziele eines Unternehmens. Durch diese Zertifizierung setzt die Allianz Arena in ihrem Umweltprogramm immer wieder neue Ziele. Sie ergreift Maßnahmen, wertet deren Wirkung aus und versucht die eigene Umweltleistung weiter zu verbessern. Wichtigste Regeln sind auch hier: Reduzierung von Energieverbrauch, Effizienz der Energie und Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien.

Es geht also unter anderem darum, Ressourcen zu sparen und zu schonen. Das gilt beispielsweise für Wasser. Und natürlich soll eine weitere Reduzierung der Emissionen von Treibhausgas erreicht werden.

Mit den Zielen aus der EMAS-Zertifizierung und den damit verbundenen Maßnahmen konnten wir viel erreichen. Damit wurde die Allianz Arena zu einem Leuchtturm auch für Umwelt- und Klimaschutz. Und sogar dieses „Leuchten“ geschieht umweltschonend.

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:

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 7:

Bezahlbare und saubere Energie

Ziel 9:

Industrie, Innovation und Infrastruktur

Ziel 11:

Nachhaltige Städte und Gemeinden

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen



[allianz-arena.com/de/
die-arena/fakten-
historie/nachhaltigkeit-
und-umweltschutz](https://allianz-arena.com/de/die-arena/fakten-historie/nachhaltigkeit-und-umweltschutz)

Wir sind unterwegs: Umweltmanagement beim FC Bayern

Aktuell und in den kommenden Jahren widmen wir uns im Handlungsfeld Klima und Umwelt den oben genannten Themen. Gleichzeitig kümmern wir uns noch mehr um die Themen Biodiversität, Abfallmanagement, Schonung von Ressourcen sowie Lebensmittel und Ernährung. Dabei sind unsere verschiedenen Standorte Herausforderung und Chance gleichzeitig. Die größte Herausforderung für uns: Wir müssen die unterschiedlichen Bedingungen an den Standorten herausfinden, damit wir wirkungsvoll handeln können. Dafür brauchen wir eine sorgsame Analyse, Planung und Zeit. Die größte Chance für uns: An vielen unserer Standorte gibt es zu ausgewählten Themen bereits gute Lösungsansätze im Bereich Klima- und Umweltschutz. Dies können wir erweitern und soweit möglich auf die übrigen Standorte übertragen.

Biodiversität

Die Biodiversität – also die Vielfalt der Arten – ist unter anderem durch den Treibhauseffekt ebenso gefährdet wie das Klima. Der Sport hat einerseits weniger direkte Auswirkungen als andere Wirtschaftsbereiche auf die Biodiversität. Andererseits können auch wir einen Beitrag zum Schutz der Biodiversität leisten. Wir dürfen unsere Augen nicht vor dem Einfluss verschließen, den wir auf diesen wichtigen Aspekt der Umwelt haben. Wir versuchen unseren Beitrag zum Schutz der Biodiversität standortgerecht zu leisten. Gleichzeitig wollen wir gewonnene Erkenntnisse auf unsere anderen Standorte übertragen. So hat das Gelände am Campus beispielsweise ein Biotop. Aktuell erforschen wir, wie dieses Biotop auf weitere Flächen an unseren Standorten ausgedehnt werden kann. Dabei geht es auch um dessen Erhaltung und Pflege.

Zwar haben wir als Sportverein einen geringen Einfluss auf die Biodiversität. Dafür können wir unseren zweiten Bestandteil der Klimastrategie umso mehr nutzen. Dabei geht es um die Nachhaltigkeit durch den FC Bayern: Wir wollen unsere verschiedenen Interessengruppen für die Bedeutung der Biodiversität und die Maßnahmen dafür sensibilisieren. Das gilt vor allem für die Maßnahmen, die jeder im Alltag ergreifen kann, um die Artenvielfalt und Ökosysteme zu schützen.



Allianz Arena - Säbener Straße - FC Bayern Campus

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.

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 aus der Allianz Arena zurückgreifen. In der Arena entstehen teilweise große Mengen Abfall, vor allem an Spieltagen. Dennoch haben wir ein System der doppelten Abfalltrennung eingeführt. 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 beim Umgang mit Abfall verstärken. Wir werden unsere Mitarbeitenden und unsere Fans nach und nach mehr informieren, wie das geht. Dafür kommunizieren wir über die richtige Entsorgung und Vermeidung von Abfall und darüber, was wir davon erwarten. Unsere Umweltrichtlinie wird kontinuierlich um entsprechende Aspekte mit konkreten Verhaltensvorgaben (zum Beispiel für die Geschäftsstelle) ergänzt.



Abfallmenge 2022/2023 in Tonnen

Allianz Arena	747,1
FC Bayern Campus	246,6
Säbener Straße	322,5



Recyclingquote

Allianz Arena	70 %
FC Bayern Campus	85 %
Säbener Straße	87 %

Allianz Arena - Säbener Straße - FC Bayern Campus

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.

Die FC Bayern Standorte Allianz Arena, Säbener Straße und FC Bayern Campus werden zu 100 % mit Ökostrom versorgt.

Im Jahr 2024 möchten wir noch die wenigen fehlenden Bereiche auf Ökostrom umstellen – zum Beispiel unsere Fanshops.

Die Erkenntnisse aus den Messungen und die Auswertungen unserer Maßnahmen werden wir für das Management unserer Ressourcen weiter nutzen. Dies geschieht für eine nachhaltige Schonung der Ressourcen. Und natürlich gilt auch hier: Wir klären Fans, Mitarbeitende und weitere Interessensgruppen auf. Wir wollen erreichen, dass alle die Ressourcen durch ihr Verhalten besser schonen.





Lebensmittel und Ernährung

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

Für den FC Bayern als Sportverein hat Ernährung natürlich eine herausragende Bedeutung. Deshalb gibt es bereits umfassende Konzepte zur richtigen Ernährung unserer Sportler*innen an der Säbener Straße und am Campus. Diese Konzepte werden wissenschaftlich begleitet. Zugleich legen wir auch Wert auf eine klima- und umweltgerechte Ernährung.

Beide Ziele überschneiden sich oft. Zum Beispiel tragen kürzere Transportwege durch eine regionale und saisonale Ernährung dazu bei, dass Lebensmittel mehr Nährstoffe haben. So können wir auf bestehende Strukturen zurückgreifen. Damit erreichen wir im Bereich Lebensmittel und Ernährung eine klima- und umweltgerechte Versorgung auch unserer Mitarbeitenden. An allen Standorten bieten wir jeden Tag Mahlzeiten auf der Basis regionaler und saisonaler Produkte an. Wir achten darauf, dass nicht nur die Transportwege der Lebensmittel kurz sind. Zusätzlich kümmern wir uns darum, dass auch der Verarbeitungsgrad der Lebensmittel gering bleibt. Durch diese ressourcenschonende Produktion werden Klima und Umwelt geschont. Und der Nährstoffgehalt unbehandelter Lebensmittel bleibt hoch.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 3:

Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 4:

Hochwertige Bildung weltweit

Ziel 7:

Bezahlbare und saubere Energie

Ziel 9:

Industrie, Innovation und Infrastruktur

Ziel 11:

Nachhaltige Städte und Gemeinden

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen

Ziel 15:

Leben an Land

Ziel 17:

Globale Partnerschaft

Phase 2

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie geht in die nächste Runde

Materialien & Lieferkette

Die regulatorische Entwicklung geht vor allem durch das Inkrafttreten des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) voran. Parallel dazu kümmern wir uns ab der Saison 2023/2024 mehr um die Sorgfaltspflichten für unsere Lieferketten. Im nächsten Bericht werden wir umfassend auf die Konzepte und Maßnahmen eingehen, die wir entwickelt haben.

Die erste Frage, die wir uns zu den Sorgfaltspflichten in unseren Lieferketten stellen müssen, ist: „Was sind eigentlich unsere Lieferketten?“ Das LkSG definiert die Lieferkette so: Sie umfasst „alle Schritte im In- und Ausland, die zur Herstellung der Produkte und zur Erbringung der Dienstleistungen erforderlich sind.“ Unsere Lieferketten unterscheiden sich also danach, ob am Ende Produkte verkauft oder Dienstleistungen erbracht werden.





Materialien & Lieferkette

Ein ähnliches Ziel hat die in der Saison 2022/2023 angepasste Verpackungsrichtlinie für unsere verschiedenen Merchandising-Produkte. Hier geht es unter anderem darum, Verpackungsmüll zu reduzieren und innovative Verpackungen zu entwickeln. In der Verpackungsrichtlinie haben wir außerdem Standards für Papierverpackungen festgelegt. Diese dürfen nur noch verwendet werden, wenn sie bestimmte Zertifizierungen erfüllen.

Uns ist es wichtig, auch das Handlungsfeld „Materialien und Lieferkette“ ganzheitlich zu betrachten. Deshalb nehmen wir zum Beispiel den Versand unserer Merchandising-Produkte unter Aspekten des Umweltschutzes in den Blick. In der Saison 2022/2023 haben wir daher damit begonnen, unsere Pakete mit DHL „GoGreen Plus“ an unsere Fans zu versenden. DHL versucht damit nach eigener Aussage, Pakete klimafreundlicher zu versenden. Konkret wird nach Auskunft von DHL der Transport zum Beispiel durch E-Zustellfahrzeuge in Deutschland gefördert. Damit reduzieren sich die CO₂-Emissionen. In den nächsten Jahren wollen wir den klimafreundlicheren Versand unserer Produkte ausbauen.

Dies trägt zur Erreichung folgender Nachhaltigkeitsziele bei:

Ziel 12:

Nachhaltig produzieren und konsumieren

Ziel 13:

Weltweit Klimaschutz umsetzen

Ziel 16:

Starke und transparente Institutionen fördern

Ziel 17:

Globale Partnerschaft



Mit diesem ersten Nachhaltigkeitsbericht wollen wir als FC Bayern darüber informieren, auf welchem Weg sich unser Club befindet. Gleichzeitig laden wir vor allem unsere Fans ein, sich aktiv in die nachhaltige Entwicklung des FC Bayern einzubringen. Ganz getreu unserem Leitmotiv „Mitnand“.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht soll auch einen Eindruck davon vermitteln, dass wir beim Thema Nachhaltigkeit vieles bereits seit Langem umsetzen. Wir werden unsere Ressourcen und Kapazitäten künftig noch mehr auf Themen richten, bei denen wir unserer Verantwortung verstärkt gerecht werden wollen.

Wir stehen dabei vor vielen Herausforderungen. Daher hat keiner der Abschnitte in diesem Bericht einen Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr wollen wir uns ständig weiterentwickeln. Für uns sind alle diese Prozesse gekommen, um zu bleiben.

Abschließend noch ein Hinweis: Wegen verschiedener regulatorischer Vorgaben haben wir in Zukunft bestimmte Pflichten zur Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit. Dabei sind auch bestimmte Formate vorgegeben. Künftige Nachhaltigkeitsberichte können daher anders gestaltet werden als dieser. Dennoch werden wir immer transparent über die nachhaltige Entwicklung beim FC Bayern berichten: Mitnand.

Fragen und Anregungen zum vorliegenden Bericht können unter folgender E-Mail-Adresse eingereicht werden:

sustainability@fcbayern.com



MITNEBAND

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