



Solidarität und Gemeinschaft. Was auch immer geschieht.

Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2019/2020

Echte Liebe.



„Borussia verbindet Generationen,
Männer und Frauen, alle Nationen.“

GENERATIONEN, MÄNNER UND FRAUEN, ALLE NATIONEN.  BORUSSIA VERBINDET GENERATIONEN, MÄNNER UND FRAUEN, ALLE NATIONEN.

ПКОК

Напкook

 ПКОК

SIGNAL IDUNA

Versicherung 09

DIE BORUSSIA DORTMUND GMBH & CO. KGAA IM ÜBERBLICK

Eigener Indikator |

Sportliche Entwicklung

Abschlusstabelle Saison 2019/2020

			Spiele	S	U	N	Torverh.	Diff.	Pkt.
1.		FC Bayern München	34	26	4	4	100:32	+68	82
2.		Borussia Dortmund	34	21	6	7	84:41	+43	69
3.		RB Leipzig	34	18	12	4	81:37	+44	66
4.		Borussia M'Gladbach	34	20	5	9	66:40	+26	65
5.		Bayer 04 Leverkusen	34	19	6	9	61:44	+17	63
6.		TSG 1899 Hoffenheim	34	15	7	12	53:53	0	52
7.		VfL Wolfsburg	34	13	10	11	48:46	+2	49
8.		SC Freiburg	34	13	9	12	48:47	+1	48
9.		Eintracht Frankfurt	34	13	6	15	59:60	-1	45
10.		Hertha BSC	34	11	8	15	48:59	-11	41
11.		1. FC Union Berlin	34	12	5	17	41:58	-17	41
12.		FC Schalke 04	34	9	12	13	38:58	-20	39
13.		1. FSV Mainz 05	34	11	4	19	44:65	-21	37
14.		1. FC Köln	34	10	6	18	51:69	-18	36
15.		FC Augsburg	34	9	9	16	45:63	-18	36
16.		Werder Bremen	34	8	7	19	42:69	-27	31
17.		Fortuna Düsseldorf	34	6	12	16	36:67	-31	30
18.		SC Paderborn	34	4	8	22	37:74	-37	20

Borussia Dortmund Konzern (IFRS)

Die finanziellen Leistungsindikatoren in TEUR	2019/2020	2018/2019*
Umsatzerlöse	370.196	370.256
Bruttokonzerngesamtleistung	486.884	489.524
Operatives Ergebnis (EBITDA)	62.992	115.983
Ergebnis der Geschäftstätigkeit (EBIT)	-43.138	23.501
Konzernüberschuss/-fehlbetrag	-43.953	17.391
Cashflow aus operativer Tätigkeit	-362	28.710
Free Cashflow	-51.131	5.201
Anzahl der Aktien (in Tsd.)	92.000	92.000
Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,48	0,19

*Veränderung der Vorjahresposten. Korrektur gemäß IAS 8.42.

Ökologische Verantwortung

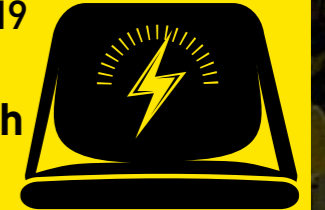
Gesamtenergieverbrauch 2019

20,4 GWh



Energieintensität pro Stadionplatz 2019

250 kWh



THG-Emission pro Stadionplatz

41,6 kg CO₂



Gesamtmüllaufkommen ohne Lebensmittel 2019

535 Tonnen



Entsorgte Speisereste 2019

202,4 m³



Soziale Verantwortung

Fanclubs

952



Mitarbeiter

879

zum Stichtag



Mitglieder

> 150.000



Besuchersicherheit

720 Ordner



Stiftung „leuchte auf“
Spendenerträge
2019/2020

rund
380.000 €



Danke für das Vertrauen, danke für das Engagement!



Hans-Joachim Watzke



Thomas Treß



Carsten Cramer

Liebe Leserin, lieber Leser,

eine Saison wie keine zuvor liegt hinter uns! Die Covid-19-Pandemie brachte für den BVB sowie für den gesamten Fußball bisher unbekannte Herausforderungen, und die vielfältigen Auswirkungen werden uns noch auf unbestimmte Zeit begleiten.

Der vorliegende Bericht trägt dem entsprechend Rechnung. Er schildert zum einen die corona-bedingten „Sofortmaßnahmen“ und nimmt dabei sowohl auf die eigenen Schwerpunkte als auch auf die beeindruckende Fansolidarität mit Klub, Heimatstadt und Umgebung Bezug. Zum anderen stellt er die nachhaltige Entwicklung des BVB dar, die wir trotz aller äußeren Belastungen stetig verfolgt haben.

Die mit der weltweiten Pandemie einhergehenden gesellschaftlichen wie ökonomischen Herausforderungen haben den Profifußball in seinen Festen erschüttert. Saisonunterbrechung, sogenannte „Geisterspiele“ ohne Fans in den Stadien und die bis heute unbestimmte Rückkehr zur Normalität bedeuten für eine ganze Branche mit mehr als 56.000 Mitarbeiter*innen eine existenzielle Bedrohung. Für Borussia Dortmund haben dabei von Anfang an die Verantwortung für die eigenen Mitarbeiter*innen sowie der Erhalt der wettbewerbliehen Basis für alle Klubs im Vordergrund gestanden.

Aufgrund verantwortlichen Handelns in den letzten Jahren hat der BVB die wirtschaftliche Basis, trotz eines erheblichen Jahresfehlbetrages die Krisenzeit mit unseren Mitarbeiter*innen ohne Kurzarbeit zu überstehen. Zusätzlich haben wir im Rahmen einer Solidaritätsaktion der deutschen UEFA-Champions-League-Teilnehmer gemeinsam 20 Millionen Euro zur Verfügung gestellt, um Klubs der Bundesliga und 2. Bundesliga bei unverschuldeten Härtefällen zu unterstützen.

Wir möchten uns an dieser Stelle für das gesellschaftliche Vertrauen im Zusammenhang mit dem Sonderspielbetrieb bedanken. Es bleibt bei aller Diskussion um eine vermeintliche Sonderbehandlung festzuhalten, dass Profifußball eben nicht vom Geld allein, sondern im Wesentlichen von der Begeisterung für sportliche Höchstleistung im Wettbewerb und von einem überwältigenden Gemeinschaftsgedanken geprägt ist.

So gilt es ganz besonders, uns für die Leistung aller BVB-Mitarbeiter*innen unter den außergewöhnlichen Umständen und bisweilen Zumutungen zu bedanken!

Der BVB konnte mit der Vizemeisterschaft und dem Erreichen der Champions League an das erfolgreichste Jahrzehnt der BVB-Geschichte anknüpfen. Mit 84 Toren, erzielt von 17 verschie-

denen Borussia, haben wir unseren Bundesligarekord gebrochen und auch in dieser Saison unseren Fans attraktiven und torreichen Fußball geboten.

Sportlich bleiben wir ambitioniert. Es ist allerdings nicht die Zeit, das Streben um die Meisterschaft als besonderen Fokus hervorzuheben. Der BVB konnte mit Erling Haaland und Emre Can zur Winterpause zwei stark umkämpfte Transfers für sich entscheiden. Wir dokumentieren damit international einen exzellenten Ruf und eine individuelle Entwicklungsperspektive sowohl für herausragende Talente als auch für gestandene Nationalspieler.

#Borussiaverbindet: Auf diese kurze Formel lässt sich die wichtige Säule des BVB zusammenfassen. Der BVB ist eine außerordentlich starke, solidarische Gemeinschaft!

Seit Gründung des Vereins 1909 hat es kaum jemals eine Phase gegeben, in der praktisch gelebter Zusammenhalt vor Ort so offenkundig wurde wie zuletzt. Fußball ist weiterhin gesellschaftlicher Kitt, der aus zahllosen Maßnahmen der Fanszenen und Fanclubs, der Partnernetzwerke und Mitarbeiterinitiativen besteht. Der BVB hat unterstützt, zum Teil ermöglicht und seine eigene Strahlkraft motivierend eingesetzt, um eine beispiellose schwarzgelbe Welle der Solidarität in Gang zu setzen, von der wir hier gern berichten.

Berichtenswert ist es zudem, dass beim BVB zu den gesellschaftlich bedeutenden Themen Rassismus, Antisemitismus oder Diskriminierung seit Jahren durch konkrete Handlungskonzepte eine Haltung erarbeitet werden konnte, die aktuell besondere Anerkennung – auch international – erfährt. Der BVB wurde zu Jahresbeginn für seine stetige Erinnerungsarbeit zum 5. World Holocaust Forum in Jerusalem und zur Gedenkfeier anlässlich des 75. Jahrestages der Befreiung des Konzentrations- und Vernichtungslagers Auschwitz eingeladen. Dies stellt für uns eine besondere Anerkennung unserer gesellschaftlichen Arbeit gegen Rechtsextremismus und Diskriminierung und für Vielfalt sowie Inklusion dar.

Bei der durch Corona dominierten Agenda haben wir die ökologischen Aspekte unseres Handelns nicht aus den Augen verloren. Kurzfristig konnten wir mit der CO₂-Kompensation unserer Mannschafts-Flugreisen ein entsprechendes Zeichen setzen. Grundlegend wollen wir unser Veranstaltungsmanagement auch anhand ökologischer Kriterien weiterentwickeln und damit Themen der Energieeffizienz, der Ressourcenverwendung und der Mobilität verbinden. Dazu stehen wir im intensiven Austausch mit unseren Anspruchsgruppen.

Trotz aller aktuellen Herausforderungen wünschen wir Ihnen nun viel Freude beim Lesen dieses Berichts. Bitte bleiben Sie gesund!

Hans-Joachim Watzke
Vorsitzender der Geschäftsführung

Thomas Treß
Geschäftsführer

Carsten Cramer
Geschäftsführer



Inhaltsverzeichnis

INTRO

Zahlen, Daten, Fakten – der BVB im Überblick	4
Vorwort der Geschäftsführung	6
Inhaltsverzeichnis	8

SPIELTAG IST FEIERTAG

Der Tag, den wir vermissen	10
Fans und die Region	12
Stadion	14
Umwelt	16
Mitarbeiter*innen	18
Servicequalität	20
Höchstleistung	22
Nachwuchsförderung	24

STRUKTURIERTE ENTWICKLUNG

Nachhaltigkeit managen	26
Nachhaltigkeitskontext	28
Organisationsstruktur	30
Stakeholder-Dialog	32
Wesentlichkeitsanalyse	34
Unsere nachhaltige Entwicklung	36

Borussia verbindet! Gemeinsam erinnern	38
---	-----------

GEMEINSAM VERANTWORTLICH HANDELN

Unsere Arbeitsschwerpunkte	44
Immer nah dran: Der BVB, seine Fans und die Region	46
Immer mittendrin: Das Stadion und sein Umfeld	62
Immer an die Umwelt denken: Ökologische Verantwortung	66
Immer Vollgas geben: Ganzheitliche Personalentwicklung	72
Immer besser werden: Organisation, Qualität und Service	76
Immer oben dranbleiben: Sportliche Höchstleistung	84
Immer nachwachsen lassen: Dortmunder Jungs	90

Borussia verbindet! Solidarität in Zeiten von Corona	96
---	-----------

25 WESENTLICHE THEMEN

Managementansätze nach GRI*	104
Soziale Verantwortung – Fans, Mitglieder und Gesellschaft	ab 106
Identität und Tradition	107
Fangemeinschaft und Fanverhalten	110
Vielfalt und Antidiskriminierung	112
Stiftung „leuchte auf“	114
Medien und soziale Netzwerke	116
Soziale Verantwortung – Mitarbeiter*innen	ab 118
Beschäftigung	119
Aus- und Weiterbildung	121
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	122
Vielfalt und Chancengleichheit	124
Soziale Verantwortung – Produktverantwortung	ab 125
Besuchersicherheit	126
Stadionqualität	128
Servicequalität	129
Produktsicherheit und Produktqualität	130
Ökologische Verantwortung	ab 132
Energie und Klimaschutz	133
Mobilität	136
Wasser und Abwasser	137
Umgang mit Ressourcen	138
Sportliche Entwicklung	ab 140
Nachwuchsförderung	141
Sportliche Höchstleistung	144
Wirtschaftliches Handeln	ab 146
Unsere ökonomische Leistung	147
Wirtschaftsfaktor in der Region	150
Verantwortlicher Einkauf	151
Regeltreue und Risikomanagement	152
Marke BVB	154
Sponsoren	155
ANHANG	ab 156
Nichtfinanzielle Erklärung	157
Prüfvermerk	158
GRI-Inhaltsindex	160
Kennzahlenübersicht	164
Über diesen Bericht/Impressum	166
Fortschritte auf einen Blick	167



SPIELTAG IST FEIERTAG.

Der Tag, den wir vermissen.

Unser intensives Fußballerlebnis – gefoult von einem Virus!

Die Saison 2019/2020 wird als „Corona-Spielzeit“ in die Fußball-Geschichtsbücher eingehen. Nichts war wie zuvor, als der Ball zum 156. Derby im SIGNAL IDUNA PARK angestoßen wurde. Die Seele des Fußballs hat gefehlt – die Fans von Borussia Dortmund!

Dabei war auch ein Hauch von Erleichterung bei den Verantwortlichen vor Ort zu spüren: Fans fehlten nicht nur im Stadion, sie kamen auch nicht zu befürchteten Ansammlungen am Stadion oder in der Stadt zusammen – während der gesamten Sonderspielzeit nicht. Die Einsicht in die Notwendigkeiten war in den aktiven Fanszenen nicht nur in Dortmund überwältigend, und die viel beschworene Solidarität im Fußball hatte ein weiteres Beispiel ohnegleichen gesetzt.

Fußball ohne Fans glich für manchen Profi einer Erinnerung an Jugendtage, in denen man unbeschwert und ohne großes Publikum dem Spiel nachgehen konnte. Sogar die diesmal gut hörbaren Traineranweisungen fanden gelegentlich Gefallen. Für den BVB gibt es nur eines: das Spiel mit euch – am Feiertag!

Nie zuvor war die gesellschaftliche Bedeutung unseres Handelns greifbarer. Nie war die finanzielle Verantwortung offenkundiger. Die Liga hat in eigenartiger Atmosphäre gespielt, ein notwendiges Übel. Dieser Fußball war besser als gar kein Fußball.

Feiertage waren es nicht!

Einen Überblick zu den 25 wesentlichen Themen im Nachhaltigkeitskontext des BVB finden Sie auf Seite 35, vertiefende Informationen zu jedem dieser Punkte ab Seite 104.

Echte Liebe.



SCHMACKES, SÜD UND SELBSTVERSTÄNDNIS.

Solidarität und Hilfe vom „Bündnis Südtribüne“.

Wenn die Welt fast aus der Kurve fliegt, dann steht die Süd. Im Bündnis Südtribüne aus Fanclubs, Ultras und regelmäßigen Auswärtsfahrern sind die Treuesten des BVB organisiert. In Dortmund sind das Tausende.

Nachdem wegen Corona Udenkbares wie Geisterspiele, Derbyabsage und Ligaunterbrechung innerhalb einer Woche Realität waren, zeigt das Bündnis, was in ihm steckt: Solidarität, Engagement und Menschlichkeit als Selbstverständnis. Für Dortmund und den BVB. Denn „Risikogruppen“ haben hier Namen und sind schon immer dabei oder wohnen nebenan. Die brauchen gerade Hilfe.

Wie man hilft? Einkaufen und Erledigungen machen für die, die jetzt besser zu Hause bleiben. Und das geht so: Whatsapp-Gruppe mit Freiwilligen gründen, 80 bis 90 fitte Einkäufer*innen im Nu zusammenrommeln – meist Schüler, Studenten oder auch schon Kurzarbeiter. Handynummer online, über Presse und im Netzwerk zehntausendfach verbreiten. Schichtenplan einrichten und täglich von 11 bis 17.00 Uhr erreichbar sein, auch am Wochenende. Abrechnung der ausgelieferten Sachen möglichst kontaktlos über PayPal oder Überweisung. Die ersten Treffen finden noch im „Schmackes“ statt, wo es für Helfer gratis Verpflegung gibt. Ehrensache. Das geht dann bald auch nicht mehr – locker bleiben und einfach weitermachen!

Ein Klacks? So hört sich das jedenfalls bei Oliver Ricken an, einem der verantwortlichen Köpfe im Bündnis. Organisation ist Alltag: sonst Chorreos, Stimmung und Interessenaustausch, jetzt halt praktische Hilfe in Dortmund. Täglich klingelt aktuell rund zehn Mal das Telefon, Tendenz steigend. „Das haben wir im Griff. Wenn es nicht viel mehr wird, läuft das ohne Stress.“ Frage: „Wie lange haltet ihr das durch?“ „Wie lange? So lange es sein muss. Das Bündnis Südtribüne hat einen langen Atem!“



DERBYFIEBER FÜHLT SICH ANDERS AN.

Wir spielen. Wir spielen nicht. Wir spielen!

„Dieses Derby haben wir drei Mal geplant und ein Mal gewonnen. Ich beschwere mich nicht!“ Kai Ruben, Abteilungsleiter Organisation und Sicherheitsbeauftragter beim BVB, ist niemand, der zum Drama neigt. Das verbietet der Job. Wenn er sich also zu einem „Dieses Jahr war es schon besonders“ hinreißen lässt, dann war was los – gelinde gesagt.

Derby-Plan 1: Am Jahresbeginn denkt keiner an Corona. Die erste Sicherheitsbesprechung im Januar zum Derby am 14. März ist dennoch besonders, weil eine Parallelveranstaltung in den Westfalenhallen mit der „normalen“ Derby-Planung kollidiert. Neue Ausweichflächen und neue Wege sind zu besprechen. Vier Sicherheitsbesprechungen und eine Ortsbegehung folgen in kurzen Abständen, um eine Kollision der Fans zu vermeiden. Ein Stresstest, doch die Beteiligten kennen sich seit Jahren, und das ist bei aller Rivalität gut in Sachen Sicherheit.

Derby-Plan 2: Anfang März muss coronabedingt kurzfristig reagiert werden. Das Spiel soll mit maximal 1.000 Beteiligten stattfinden. Alles auf Anfang: Wie viele Ordner*innen werden benötigt? Werden sich Fans wie in Paris am Stadion versammeln? Wer muss ins Stadion? Wer darf ins Stadion? Welche bereits bestellten Dienstleistungen und Materialien kann man noch ab- bzw. umbestellen? Die Leitungen aller Beteiligten glühen, bis der gesamte Spieltag abgepiffen wird – einen Tag vor Anpfiff alles auf null.

Derby-Plan 3: Und dann findet es doch noch statt – am 16. Mai als sogenanntes „Spiel ohne Zuschauer“ mit insgesamt 321 Beteiligten im Stadion. Bei allen wird Fieber gemessen, aber keine erhöhte Temperatur festgestellt, wo es sonst fast siedet. „Alle leiden, aber am meisten die Fans.“ Die Arbeit aller Beteiligten hat zwar funktioniert: „Wir sehen uns als Team bestätigt. Vertrauen können ist das Wichtigste. Aber ‚Sonderspielbetrieb‘ – das braucht auf Dauer keiner. Derbyfieber fühlt sich anders an.“



KÜHLE FORMELN FÜR DIE ZUKUNFT.

(23+200) *x

Pumpen, Abschieber und Verdichter – ein Tempel voller Technik! Wenn's im SIGNAL IDUNA PARK heiß hergeht, muss die Kühlung funktionieren. So könnte man die Gleichung kürzen. „23 Heimspiele plus 200 weitere Veranstaltungen pro Saison und das über die nächsten Jahre. So sieht für mich die Zukunft in Zahlen aus.“

Jörg Börnard ist stellvertretender Betriebsleiter des Stadions. Man findet ihn fast täglich in seinem zweiten Zuhause, damit es läuft. „Über 80.000 Zuschauer*innen und eine Kleinstadt an Servicekräften im Stadion – da muss alles funktionieren.“ Deshalb wird gemessen, geprüft und gewartet, erneuert und immer wieder ausgebaut. „Das Stadion ist gewachsen. Da musst du auch mit Kompromissen leben.“

Jedoch nicht, wenn es um die Leistung auf dem Spielfeld geht oder um das Stadionerlebnis – auch zu Hause. „Das neue, leistungsstarke Flutlicht erlaubt uns die Übertragung von 4-8K-Fernsehbildern. Die zusätzliche LED-Oberrangbande war wirtschaftlich sinnvoll. Beides funktioniert so energieeffizient, dass uns keine höhere Stromverantwortung droht. So werden technische Top-Performance und Umweltverantwortung ermöglicht.“

In einer Potenzialanalyse wurde ermittelt, wo in Zukunft Energie und Ressourcen eingespart werden können. „Wir haben die wichtigen Themen ermittelt: Heizung und Kühlung, Stromverbrauch, Messung und Steuerung und unser Umgang mit Ressourcen. Jetzt gilt es zu prüfen, welche Weichenstellung langfristig die richtige ist.“

Damit sind auch relevante Investitionen verbunden. „Schwere Entscheidungen in Corona-Zeiten.“ Das komplexe Zusammenspiel aus den Gegebenheiten vor Ort, funktionierenden technischen Lösungen und der Verantwortung für ambitionierte Umweltziele ist der individuelle Matchplan mit Zukunft. „Wir sind alle begeistert vom Spiel. Doch drum herum gilt es, einen kühlen Kopf zu bewahren.“



ZU WISSEN, WOFÜR.

Wandel beim BVB!

„Als wir Mitte der Achtziger 60 Fanclubs hatten, haben wir zum ersten Mal eine Liste erstellt. Vorher kannten ich und meine vier Kolleg*innen, aus denen die alte Geschäftsstelle unter der Nordtribüne bestand, alle auswendig.“ Wenn Petra Stüker über den BVB und die Veränderungen für die Mitarbeiter*innen berichtet, geht es zunächst um Fanbeziehungen. Klar, das ist ihre Heimat, sie ist eine Ikone für BVB-Fans. Niemand könnte die Veränderungen des BVB über die Jahre wohl treffender beschreiben als sie.

Jeden Tag intensiver Fankontakt – das hört sich super an! „Ist es auch. Wir gehen als Mitarbeiter*innen der Abteilung Fanangelegenheiten zu den vielen Jubiläen oder zu besonderen Projekten der mittlerweile über 950 Fanclubs. Der Kontakt zu den Fans ist dem BVB besonders wichtig. Zehn Fanbeauftragte in Vollzeit! Alles ist größer geworden und Fanarbeit ist bereits seit ein paar Jahren Lizenzvoraussetzung für jeden Klub.“

Der Wandel wird aber auch an anderen Stellen deutlich. „Wir werden fair bezahlt und haben einen sicheren Arbeitsplatz. Corona hat uns allen gezeigt: Wir dürfen glücklich sein, ohne Kurzarbeit durch eine schwere Zeit zu kommen. Das war früher auch mal anders.“

Geblichen sind die vielen Stunden um den Spieltag. „Seit Kurzem gibt es eine Betriebsvereinbarung, die unter anderem auch die besondere Situation an langen Spieltagen regelt. Das wird helfen, Überlastung zu vermeiden.“ Petra, selbst langjährige Betriebsrätin, freut sich: „Schulungen werden vom Vorstand sehr begrüßt, der BVB fördert Qualifizierung – auch eine Kulturveränderung.“ Also alles super? „Der Umgang aller Mitarbeiter*innen mit Problemthemen könnte noch verbessert werden. Im Bekanntenkreis musst du, oft ungewollt, zu vielem Stellung beziehen.“

Mit dem Erfolg der letzten Jahre hat sich auch die Stimmung verändert. „Es gab Zeiten, da hat sich außer in Dortmund fast niemand für den BVB interessiert. Bundesliga-Niemandland. Das drückte auf die Stimmung, man fühlte sich belanglos. Heute wissen wir alle, wofür wir Vollgas geben.“



GROSSER BAHNHOF FÜR SCHWARZGELB.

Herzlich willkommen beim BVB!

Sicher, in der BVB-Geschäftsstelle geben sich bekannte Persönlichkeiten aus Sport und Medien öfter die Klinke in die Hand. Claudia Griffin vom Empfang sieht das aber gelassen: „Die eigentliche Faszination liegt in der Vielfalt der Personen, die sich beim BVB melden. Vom ‚Promi‘ über den Spielerberater bis zum langjährigen Fan, der dringend mal mit Michael Zorc über die Kaderplanung sprechen muss: Alles ist dabei – es menschelt!“

Michael Zorc ist spontan natürlich nicht verfügbar, doch die Kommentare am Telefon nach schwächeren Spieltagen können montags schon mal deutlich werden. Claudia Griffin nimmt das nie persönlich: „Die Fans leiden mit uns und suchen einen Weg, Frust oder Freude Luft zu verschaffen. Ich bin selbst betroffen und kann versichern: Ich fühle mit ihnen.“

So vielfältig die Menschen, so vielfältig die Aufgaben. Vom souveränen Einordnen und Durchstellen zur geeigneten Fachabteilung am Telefon bis zum digitalen Besuchermanagement, von Datenschutz- und Sicherheitsaspekten bis zur Ansprechpartnerin für neue Mitarbeiter*innen: „Sag mal, Claudia, wer macht eigentlich ...“ Der Empfang ist oft auch „Helpdesk“ für rund 880 Kolleg*innen.

„Am meisten beeindruckt mich die Hingabe und Solidarität in der Fangemeinschaft. Conny* zum Beispiel dreht nach jedem Heimspiel seine eigene Stadionrunde und sammelt verloren gegangene Portemonnaies, Dauerkarten etc. auch im Umfeld ein, um sie bei mir abzugeben – Ehrensache! Dann koordinieren wir die Rückgabe zusammen mit vergessenen Gegenständen aus der ‚Helmbude‘. Oder die Dame, die vor jedem Spieltag für den BVB betet. Oder der Fan, der Ersatz für seine geschredderte Dauerkarte benötigt – Ehe Streit ...“

Allen ist eines gemeinsam: Sie wollen sich bei ihrem BVB willkommen fühlen, sonst gibt’s „Schwappes“. „Zu wissen, was man sagen kann und was man sagen muss – das ist die Kunst.“ Und Verbindlichkeit ist ange-sagt: „Wie lang braucht’s von hier zum Stadion?“ „Bei meinem Schritt acht Minuten ...“

*Name geändert.



VIELE HOCHZEITEN UND EIN TRAUMBERUF.

Champions League auch neben dem Platz

„Mein Traumjob ist sicher nichts für jeden. Unsere Profis stehen unter Dauerbelastung aus Bundesliga, DFB-Pokal, Champions League und Nationalmannschaften. Das sind viele Hochzeiten und wir im Staff tanzen alle mit.“ Thomas Zetzmann kannte den Beruf des Physiotherapeuten bereits aus vielen Perspektiven, als er 2007 beim BVB anheuerte. Schließlich war er selbst einmal U17-Spieler bei der Borussia. Heute ist er eines der erfahrensten Mitglieder im Umfeld des Profikaders.

„Flexibilität und Professionalität sind das A und O. Wir sind vier Physios im Team und stehen bei jedem Training aber auch auf jeder Reise bereit, um Spieler optimal zu versorgen.“ Jeden Trainingsmorgen um 8.00 Uhr ist Teamsitzung mit den Medizinern, Fitness-, Reha- und Physio-Expert*innen. Jeder Spieler wird einzeln besprochen und der tagesaktuelle Status den Coaches vor Trainingsbeginn mitgeteilt. So wird die optimale Trainingssteuerung individuell ermöglicht.

„Hier kannst Du nur im Team funktionieren. Für Egoisten wird es sehr schnell eng.“ So wird manches Problemchen bereits im Staff geregelt, bevor ein Problem daraus wird, das die Trainer interessiert. „Du sagst, was zu sagen ist. Wir haben das Ganze im Blick, und da zählen Teamgeist und Erfolge. Dafür gibt es Rückendeckung, um mit ‚den Jungs‘ auch mal Tacheles zu reden.“

Der Fokus bleibt jedoch ganz klar: „Wir sollen die Spieler möglichst schnell wieder ins Team zurückführen, wenn körperliche Probleme bestehen. Wir zaubern nicht, es gibt detaillierte Leitlinien und Zeitpläne für Verletzungsbilder, die wir penibel abarbeiten. Wir werden regelmäßig geschult und tauschen Wissen aus. Die Spezialisten in den Topteams der Liga spielen selbst auch auf Champions-League-Niveau in ihren Fachbereichen. Dieses Selbstbewusstsein muss du ausstrahlen, denn die Vertrauensbasis zwischen Spielern und Physios ist mitentscheidend.“

Entscheidend sind auch Nehmerqualitäten: „Bei Champions-League-Reisen wird die Nacht zum Tage. Nach Abpfiff ins Hotel, schnell essen, dann die akute Nachsorge, da wird es schon mal früh. Anschließend bist du platt.“ Die eigene Fitness? „Das passt schon – wenn Du mit den Spielern täglich zusammen bist, willst Du dranbleiben. Auch dafür ist im Staff gesorgt.“



KULTUR DER ACHTSAMKEIT.

Von Kindeswohl und Schleifenmeistern.

„Viel zu viele Mädchen und Jungen in Deutschland machen vor dem 18. Lebensjahr eine sexualisierte Gewalterfahrung. Das wollen wir aktiv verhindern.“ Vanessa Heim von der BVB Evonik Fußballakademie ist eine der Ansprechpersonen für alle Themen rund um das Kindeswohl und die sexualisierte Gewalt im Sport. In Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der CR-Abteilung wurde das gerade aktualisierte Konzept des BVB abteilungsübergreifend entwickelt.

„Wir übernehmen für Tausende Kinder und Jugendliche in Dortmund, aber auch bei unseren regionalen und internationalen Kooperationspartnern Verantwortung. Unsere Angebote reichen vom Netzwerk der Fußballakademie über das Nachwuchsleistungszentrum bis hin zu KidsClub und Lernzentrum.“ Insgesamt wurden bereits 120 Mitarbeitende – Trainer*innen, Betreuer*innen und Physios, aber auch Kommunikationsfachleute – nach dem neuen Konzept geschult. Die Schulung von 80 weiteren Personen aus der Fußballakademie musste „wegen Corona“ verschoben werden. „Die werden nachgeholt!“

Das aktuelle Vorgehen ist geprägt von einer Kultur des Hinsehens und der Achtsamkeit. In einem vierstufigen Schulungskonzept werden Ansprechpersonen und Trainer*innen des BVB, die Kinder und Jugendlichen selbst sowie deren Eltern sensibilisiert. Krisenteams wurden gegründet und Täterstrategien vor Augen geführt.

Zusätzlich werden massive Umbaumaßnahmen in den Umkleide- und Sanitärbereichen der Fußballakademie vorgenommen, um die Situation vor Ort zu optimieren. Hier geht es nicht nur darum, körperliche Übergriffe durch eine bessere Raumaufteilung zu verhindern. Gerade im Zeitalter des Handys gilt es, auch Verletzungen der Persönlichkeitsrechte zu vermeiden.

„Wir alle lieben unseren Job mit den Kids“, so Vanessa Heim. „Wenn du gefühlt westfälische Meisterin im Schleifenbinden bist, willst du alles tun, damit unseren Schützlingen nichts Schlimmes zustößt.“





- Nachhaltigkeitskontext
- Organisationsstruktur
- Stakeholder-Dialog
- Wesentlichkeitsanalyse
- Unsere nachhaltige Entwicklung

Strukturierte Entwicklung.

Nachhaltigkeit managen.

Echte Liebe.





Fußball: Spiegel und Gestalter gesellschaftlicher Entwicklung

102-15 | Die Fußballsaison 2019/2020 ist ohne Berücksichtigung der vielschichtigen Herausforderungen, die sich seit Mitte März 2020 aus der Covid-19-Pandemie entwickelten, nicht zu verstehen. Selten zuvor wurden die Zusammenhänge von Fußballsport und gesellschaftlicher Bedeutung klarer zutage gefördert als in dieser Saison. Wirtschaftliche Aspekte, gemeinschaftsfördernde und spaltende Kräfte sowie ökologische und gesundheitliche Herausforderungen sind deutlich sichtbar geworden.

102-16 | Fußball übernimmt Verantwortung

Der BVB hat seine Verantwortung sowohl gegenüber den eigenen Mitarbeiter*innen als auch gegenüber der Branche aktiv wahrgenommen. Kurzarbeit konnte beim BVB vermieden werden. Vor dem Hintergrund massiver finanzieller Auswirkungen auf den Profifußball, die wesentlich von Unsicherheiten bezüglich Übertragungsverpflichtungen, Sponsorenverträgen, sogenannten „Geisterspielen“ ohne Stadionbesucher*innen und den Entwicklungen im Merchandising geprägt waren, hat sich Borussia Dortmund deutlich für die Fortsetzung der Saison 2019/2020 ausgesprochen.

Die gesellschaftliche Diskussion um eine vermeintliche Sonderbehandlung des bezahlten Fußballs bei gleichzeitiger Einschränkung der Grundrechte in Deutschland war intensiv. Zum

Teil hatte Fußball gesellschaftlichen Kredit eingebüßt, und es ist wichtig, selbstkritisch den Blick auf Fehlentwicklungen der letzten Jahre zu lenken. Nachhaltigkeit, Stabilität und Bodenständigkeit gehören zu den entscheidenden Werten, die es nach Überwindung der akuten Krise in konkrete Maßnahmen umzusetzen gilt. Auch den gesundheitlichen Beitrag, den Fußball leisten kann, gilt es in einer Zeit der notwendigen Rücksichtnahme wieder neu auszuleuchten.

Das umgesetzte Konzept zum Sonderspielbetrieb hat sich insofern bewährt, als die Spieler und Beteiligten im Umfeld durch umfangreiches Testen und strenge Hygiene- und Verhaltensmaßnahmen geschützt werden konnten. Die Saison wurde zu Ende gespielt und zum beachteten Beispiel für viele Ligen und andere Sportarten international. Hans-Joachim Watzke, Borussia Dortmunds Vorsitzender der Geschäftsführung, nahm wie folgt Stellung: „Wir sind sehr froh darüber, dass

sich die Menschen in Deutschland – und regional betrachtet die Menschen in Dortmund und Umgebung – in den vergangenen Wochen so großartig verhalten haben, dass sich eine Ausbreitung der Pandemie zumindest in Grenzen gehalten hat. Nur weil die Bevölkerung ungemein diszipliniert war, können wir jetzt sukzessive und in kleinen Schritten zu einer anderen Form der Normalität übergehen.

Viele Branchen fahren langsam und unter Einhaltung strenger Regeln nun wieder hoch, das gilt auch für den Berufsfußball. Im Rahmen dessen sind wir uns bei Borussia Dortmund einer großen Verantwortung bewusst. Vor leeren Rängen spielen zu müssen, ist gerade für einen Verein wie den BVB, der aus der Leidenschaft seiner Fans im Stadion viel Kraft zieht, eine enorme Herausforderung. Die Bundesliga so lange ruhen zu lassen, bis wieder Zuschauer*innen in die Stadien dürfen, wäre für die Vereine wirtschaftlich allerdings nicht durchzuhalten gewesen.“

Fußball stiftet Gemeinschaft

Gleichzeitig hatte der Fußball in Deutschland Gelegenheit, seine eigentliche Kraft eindrucksvoll zu beweisen. War öffentlicher Diskurs während der Hinrunde eher von einer kritischen Entwicklung im Profifußball geprägt und erhitzte sich Anfang 2020 eine teilweise undifferenziert geführte Diskussion um Meinungsfreiheit in den Fankurven, Rassismuskritik und persönliche Diffamierungen bis hin zu einem ligaweiten Spielabbruchzenario, so rückte der Fußball in der Krise der Pandemie ganz überwiegend solidarisch zusammen.

„Borussia verbindet Generationen, Männer und Frauen, alle Nationen.“ In zahlreichen Maßnahmen wurde mit vielfältiger Unterstützung der Fans und Netzwerkpartner Solidarität mit den Menschen in Dortmund und Umgebung bewiesen. Ob Corona-Testzentrum im SIGNAL IDUNA PARK, ob „Digitaler Weg zum Stadion“ als Spendenaktion, ob Hilfsangebote des „Bündnis Südtribüne“ für Menschen, die zu Hause bleiben sollten: Das Zusammenspiel von Klubs, Fanszenen und Gesellschaft war beeindruckend, zahlreich und vielfältig – und das eben nicht nur in Dortmund!

Fans und ihre Begeisterung für den Fußball und seine Farben lassen sich nicht trennen. Bei aller

Meinungsverschiedenheit um die Wiederaufnahme des Sonderspielbetriebs konnte in Dortmund eine von vielen Beteiligten erarbeitete einvernehmliche Lösung zu Ticketrückerstattungen erzielt werden.

Fußball spiegelt Gesellschaft

Nicht nur durch die krisenhaften Spannungen wurden im Berichtszeitraum zunehmend auch längst vorhandene gesellschaftliche Herausforderungen offenkundig. Themen wie Rassismus, Diskriminierung, sexualisierte Gewalt und Kindesmissbrauch, Antisemitismus und Inklusion finden nicht nur einen breiten gesellschaftlichen Diskurs und medialen Widerhall, sondern betreffen den Fußball in gleichem Maße. Es gilt, ein selbstbewusstes Profil zu entwickeln und die Botschaft zu vermitteln: Fußball trägt mit seinen Handlungskonzepten zur Lösung drängender Probleme bei und übernimmt als Akteur mit großer Strahlkraft gesellschaftliche Verantwortung.

Borussia Dortmund ist dankbar und froh, dass die strukturierte und partizipative Arbeit an eben diesen Themen vor Ort und auch international wertgeschätzt wird.

Fußball gestaltet Zukunft

Für die Entwicklung von Borussia Dortmund und den Profifußball ist der Fortgang der Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen auf das öffentliche Leben von wesentlicher Bedeutung. Unsicherheiten und Unwägbarkeiten bleiben bei dem derzeit nicht vorhersehbaren weiteren Verlauf der Covid-19-Pandemie in den nächsten Wochen und Monaten in hohem Maße bestehen.

Dennoch zeigte schon die Diskussion um das Konjunkturpaket der Bundesregierung, dass darüber hinaus wichtige Zukunftsfragen, zum Beispiel um die Digitalisierung unserer Arbeitsprozesse und den weltweiten Klimaschutz, starken Einfluss auf zukünftigen Erfolg nehmen. Borussia Dortmund ist sich seiner Verantwortung bewusst, um zukünftigen Generationen eine lebenswerte Zukunft zu ermöglichen. Unsere Konzepte und Maßnahmen dazu stellen wir im Folgenden vor.

Teil der Nichtfinanziellen Erklärung

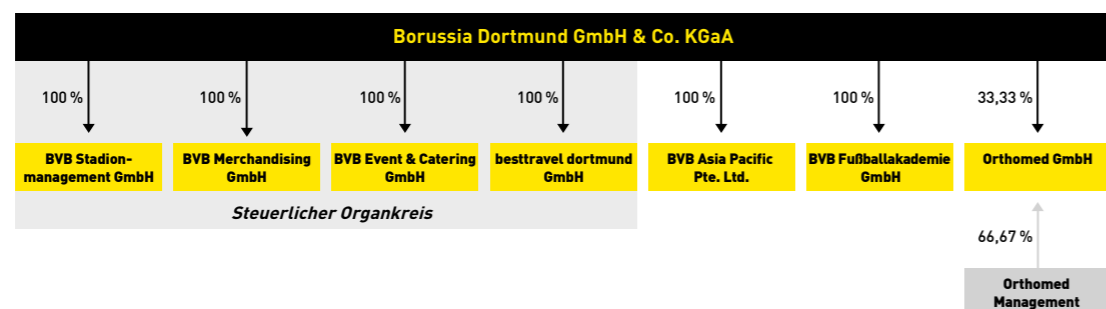
Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA

102-2
102-5
102-6

Schwerpunkte der Geschäftstätigkeit der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA und der mit ihr im Konzern verbundenen Tochterunternehmen sind der professionelle Vereinsfußball und die wirtschaftliche Nutzung der damit verbundenen Einnahmepotenziale, insbesondere die Vermarktung des SIGNAL IDUNA PARK.



102-45



Die Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (nachfolgend Borussia Dortmund bzw. BVB) ist eine Ausgliederung aus dem am 19. Dezember 1909 gegründeten Ballspielverein Borussia 09 e.V. Dortmund. Mit Beschlüssen der Mitgliederversammlungen vom 28. November 1999 und 26. Februar 2000 wurde der gesamte wirtschaftliche Geschäftsbetrieb des professionellen Vereinsfußballs ausgegliedert und als erster Fußballklub in Deutschland im Oktober 2000 an die Börse gebracht. Heute ist Borussia Dortmund im Prime Standard der Deutschen Börse AG gelistet.

IDUNA PARK, der FanWelt, den Trainingseinrichtungen und der BVB Fußballakademie. Zusätzlich bestehen sechs Fanshops in der Region. Im Zuge der Internationalisierung betreiben wir seit 2014 eine Repräsentanz in Singapur und seit 2017 eine weitere Repräsentanz in Shanghai.

Organisation der Leitung und Kontrolle

Bei der gesellschaftsrechtlichen Strukturierung von Borussia Dortmund wurde dafür Sorge getragen, dass eine enge – auch rechtliche – Verbindung zwischen Verein und Gesellschaft gewährleistet bleibt.

Die Geschäftsführung und Vertretung der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA obliegen der persönlich haftenden Gesellschafterin, der Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH. Diese GmbH wird wiederum durch die Geschäftsführer Hans-Joachim Watzke, Thomas Treß und Carsten Cramer vertreten. Als Vorsitzender der Geschäftsführung ist Hans-Joachim Watzke für die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie für die Unternehmensbereiche „Sport“ und „Kommunikation“ sowie „Personal“ verantwortlich. Sein Vertrag läuft bis zum 31. Dezember 2022. Thomas Treß ist für die Unternehmensbereiche „Finanzen & Facilities“ sowie „Organisation“ verantwortlich

102-18

Neben dem Kerngeschäft engagiert sich Borussia Dortmund auch in fußballnahen Geschäftsfeldern. Derzeit ist die Gesellschaft an den Unternehmen BVB Stadionmanagement GmbH (100% der Anteile), BVB Merchandising GmbH (100% der Anteile), BVB Event & Catering GmbH (100% der Anteile), besttravel dortmund GmbH (100% der Anteile), BVB Asia Pacific Pte. Ltd. (100% der Anteile), BVB Fußballakademie GmbH (100% der Anteile) und Orthomed Medizinisches Leistungs- und Rehabilitationszentrum GmbH (33,33% der Anteile) beteiligt. Die Konzernstruktur von Borussia Dortmund ist in der Abbildung oben dargestellt.

Tätigkeitsschwerpunkt ist der Sitz der Gesellschaft in Dortmund mit der Geschäftsstelle, dem SIGNAL

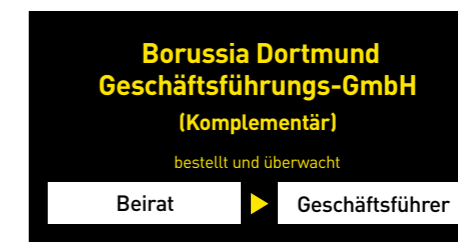
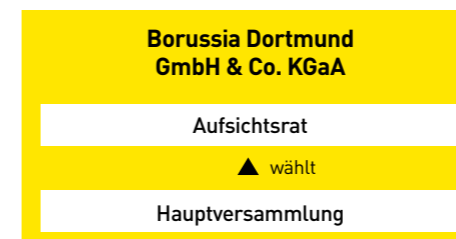


Abb. Strukturen und Verantwortlichkeiten: In dieser Abbildung werden die Strukturen und Verantwortlichkeiten zwischen dem BV Borussia 09 e.V. Dortmund, der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA und der Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH dargestellt.

Eine detaillierte Darstellung finden Sie im Geschäftsbericht 2019/2020 auf Seite 38.

<http://aktie.bvb.de/Publikationen/Geschaeftsberichte>

und ist bis zum 30. Juni 2022 an Borussia Dortmund gebunden. Carsten Cramer ist für den Unternehmensbereich „Vertrieb & Marketing“ sowie „Digitalisierung“ verantwortlich, und sein Vertrag sieht ebenfalls eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2022 vor.

Alleingesellschafter der Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH ist der Ballspielverein Borussia 09 e.V. Dortmund, der durch den Vorstand, bestehend aus dem Präsidenten Dr. Reinhard Rauball, seinem Stellvertreter Gerd Pieper und dem Schatzmeister Dr. Reinhold Lunow, vertreten wird. Borussia Dortmund wird durch den Aufsichtsrat beraten und überwacht, der von der Hauptversammlung gewählt wird. Allerdings sind die Rechte und Pflichten des Aufsichtsrates insofern eingeschränkt, als ihm insbesondere die Personalkompetenz fehlt, d. h. die Zuständigkeit zur Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern bei der Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH.

Der Aufsichtsrat ist auch nicht berechtigt, für die persönlich haftende Gesellschafterin eine Geschäftsordnung oder einen Katalog zustimmungspflichtiger Geschäfte zu erlassen. Derartige Rechte und Pflichten obliegen vielmehr den Gremien bei der Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH, namentlich dem dort eingerichteten Beirat und dem von ihm wiederum gebildeten Präsidialausschuss. Grundlage der Überwachung durch den Aufsichtsrat sind Berichte der Geschäftsführung sowie die Nachfrage und Erörterung im Aufsichtsrat. Die Recht- und Ordnungsmäßigkeit der Arbeit der Geschäftsführung der Gesellschaft, die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisi-

onssystemen, die Leistungsfähigkeit der Unternehmensorganisation und deren Wirtschaftlichkeit hat der Aufsichtsrat im Berichtszeitraum als gegeben erachtet. Der Aufsichtsrat hat in der Berichtsperiode vier Mal getagt. Zwischen den Sitzungen wurde er mittels schriftlicher Unterlagen informiert. Der Vorsitzende stand zudem außerhalb von Sitzungen in regelmäßigem Kontakt mit der Geschäftsführung. Die Aktionärsstruktur der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA stellt sich aufgrund der uns derzeit vorliegenden Stimmrechtsmitteilungen wie folgt dar:

205-1

Evonik Industries AG:	9,83%
Bernd Geske:	9,35%
BVB e.V.:	5,53%
SIGNAL IDUNA:	5,43%
Ralph Dommermuth Beteiligungen GmbH:	5,004%
PUMA SE:	5,00%
Streubesitz:	59,86%

102-5
102-10

Abb. Aktionärsstruktur [veröffentlicht auf <https://aktie.bvb.de/BVB-Aktie/> Aktionärsstruktur, abgerufen am 24.06.2020]

Als Dialogforum und kommunikatives Bindeglied mit den Fans besteht der Fanrat, der sich als Interessenvertretung aller Fans des BVB definiert, die sich mit den Werten von Borussia Dortmund identifizieren. Eines der Hauptziele der Arbeit des Fanrats ist, den BVB fannah zu erhalten und dafür eine Kommunikation zwischen allen Partnern auf Augenhöhe aufrechtzuerhalten oder herzustellen. Neben diesem Ziel kann der Fanrat auch als Vermittler in Konfliktsituationen mit der Fanszene einbezogen werden.



■ Austausch mit Parlamentarier*innen zur Fanarbeit im Februar 2020

102-42 | Unser Stakeholder-Dialog

Der BVB berührt die Interessen vieler Menschen. Deshalb ist für uns der Austausch mit unseren Anspruchsgruppen – auch Stakeholder genannt – sehr wichtig. Unser Ziel ist es, die unterschiedlichen Interessen möglichst in Einklang zu bringen, gegenseitiges Vertrauen zu stärken und langfristig zu erhalten. Im Dialog mit unseren verschiedenen Stakeholdern machen wir unsere Entscheidungen und unser Handeln sowie die daraus resultierenden Auswirkungen transparent, um im Austausch Rückmeldungen für unsere Weiterentwicklung zu erhalten.

Unsere Stakeholder

Borussia Dortmund ist umgeben von Teilhabern, Betroffenen und Interessierten, die in Wechselwirkung zueinander stehen und in beträchtlichem Maße von den Auswirkungen der Aktivitäten der Borussia beeinflusst werden. Im Umkehrschluss nehmen diese Stakeholder, je nach Intensität der Beziehung, Einfluss auf Entscheidungen des BVB. Dies betrifft damit im Kern nicht nur Fans, Mitglie-

der und Mitarbeiter*innen, sondern auch Sponsoren, Lieferanten, Behörden, Verbände und die Medien, aber auch die direkten Anlieger, die Stadt Dortmund und die weitere Region, welche Ansprüche oder Erwartungen an den BVB haben oder durch ihn beeinflusst werden. Als börsennotiertes Unternehmen sind zudem die Ziele, Bedürfnisse und Interessen unserer Aktionäre zu berücksichtigen.

102-40 |



102-43 | Strukturierter Dialog

Mit all diesen Gruppen stehen wir fortlaufend in intensiven Gesprächen, um uns mit ihnen auszutauschen, welche Themen sie gegenwärtig und zukünftig für den BVB als relevant erachten, wie sie unsere Leistung bei den einzelnen Themen bewerten und welche Ansprüche sie an uns stellen. Mit der Fandelegierten-Versammlung, die zweimal jährlich tagt, und dem Fanrat, der sich regelmäßig trifft, wurden Plattformen etabliert, die die Kommunikation mit unseren unterschiedlichen Fangruppen strukturell institutionalisieren.

Durch die Pandemie bedingt wurden diese etablierten Formate digital weitergeführt. Die Sitzungen des Fanrates wurden per Web-Konferenz durchgeführt und weitergehende, themenspezifische Dialoge online organisiert. Die Pressekonferenzen fanden in der Zeit von März bis Mitte Juni als Livestream statt, in dem schriftlich gestellte Fragen der Presse beantwortet wurden.

Auch den direkten Austausch mit unseren Mitarbeiter*innen, Fans und Geschäftspartnern haben wir intensiv gepflegt. So haben wir jeden unserer Fanclubs telefonisch kontaktiert oder haben „digitale Fanclub-Besuche“ durchgeführt. Unsere Fanbeauftragten waren für Fans auch am mobilen Arbeitsplatz erreichbar. Der Dialog mit unseren Sponsoren wurde ebenfalls umfangreich fortgeführt und eine Vielzahl von Solidaritätsmaßnahmen organisiert.

Darüber hinaus hat sich der BVB konstruktiv in die Organisation zur Fortführung des Ligabetriebs eingebracht. Das Hygienekonzept der Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL) für den „Sonderspielbetrieb“ wurde von Dr. Markus Braun als Fachexperte und Mannschaftsarzt des BVB mitgestaltet.



■ Fandelegierten-Versammlung Januar 2020

Der kontinuierliche Austausch mit der Stadt Dortmund und der Region sowie den Sicherheitsorganen Deutsches Rotes Kreuz, Polizei, Feuerwehr und den weiteren entsprechenden Organen wurde fortgeführt.

Aufgrund der Pandemie wurde die geplante Einbindung weiterer Stakeholder wie Lieferanten und Anwohner für den nächsten Vertiefungsschritt in die nächste Spielzeit verschoben.



■ Arbeitskreis Nachhaltigkeit Januar 2020

Unsere wesentlichen Themen

102-15

Der BVB hat die Themen identifiziert, die erhebliche ökonomische, ökologische und/oder soziale Auswirkungen haben bzw. die die Beurteilungen und Entscheidungen unserer Stakeholder erheblich beeinflussen und damit als wesentlich anzusehen sind. Diese Themen hat der BVB strukturiert erfasst und bewertet.

Bezugsrahmen

101
102-46

Die Auswahl der Inhalte unseres Nachhaltigkeitsberichts folgt den Prinzipien der Vollständigkeit, der Wesentlichkeit und der Einbeziehung von Stakeholdern. Wir orientieren uns an den aktuellen Standards der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den „GRI Standards 2016: Option Kern“ erstellt und umfasst den Berichtszeitraum der abgelaufenen Saison 2019/2020, aus der auch alle Kennzahlen – wenn nicht anders gekennzeichnet – abgeleitet sind.

Der Profifußball unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von klassischen Wirtschaftsbetrieben. Um dem Rechnung zu tragen, wurde die Systematik von GRI durch ein weiteres Handlungsfeld „Sportliche Entwicklung“ und die sozialen Themen um den Themenkreis „Fans, Mitglieder und Gesellschaft“ ergänzt. Alle Inhalte beziehen sich im Kern auf den Konzern Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA. Ausgenommen sind Angaben über die Mitglieder des Vereins, da diese im BV. Borussia 09 e.V. Dortmund organisiert sind, und über die gemeinnützige Stiftung „leuchte auf“, die eine eigenständige Organisation ist.

Wesentlichkeit

102-46

Um die Themen zu identifizieren, die für uns aus unserer gesellschaftlichen Verantwortung heraus für unseren langfristigen Erfolg von besonderer Bedeutung sind, setzten wir uns seit 2017 strukturiert mit den sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Auswirkungen unserer Aktivitäten und den Erwartungen unserer Stakeholder an den BVB auseinander. Ziel ist es, die Nachhaltigkeitsthemen hinsichtlich ihrer Auswirkungen unter Einbeziehung unserer Stakeholder zu erfassen, zu gewichten und uns bei unseren geschäftlichen Entscheidungen daran zu orientieren.

103-3

Die für den BVB wesentlichen Themen wurden 2018 nach den GRI-Anforderungen erfasst und erstmalig bewertet. Im Rahmen des jährlichen

Reviews wurden die Themen im Mai/Juni 2020 auf Vollständigkeit und hinsichtlich ihrer Auswirkung und der Einschätzung der Stakeholder geprüft und angepasst. Wegen der Covid-19-Pandemie erfolgte der diesjährige Review der Themen durch die Abteilung Corporate Responsibility in Abstimmung mit den jeweiligen Fachverantwortlichen.

102-48
102-49

Auf der Basis der erhaltenen Kommentare und Anregungen wurden im Verhältnis zum letztjährigen Bericht zur Saison 2018/2019 folgende Anpassungen an den Begriffen und Einschätzungen gemacht:

■ Aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie wurde das Thema „Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“ sowohl in der Einschätzung der Erheblichkeit der Auswirkungen als auch in der Einschätzung des Einflusses auf Entscheidungen und Bewertungen der Stakeholder angehoben und als doppelt wesentlich nach § 289c Abs. 3 Satz 1 HGB betrachtet.

103-3

■ Mit Aussetzung des Spielbetriebs bzw. Fortsetzung unter Ausschluss der Fans wurde die Einschätzung des Einflusses auf Entscheidungen und Bewertungen der Stakeholder zum Thema „Besuchersicherheit“ höher bewertet.

103-3

■ Im Sonderspielbetrieb wurden die erheblichen Auswirkungen des BVB auf die lokale Wirtschaft noch deutlicher sichtbar. Daher wurden sowohl die Einschätzung zum Einfluss auf die Entscheidungen der Stakeholder als auch die Auswirkungen des Themas „Wirtschaftsfaktor in der Region“ angehoben.

103-3

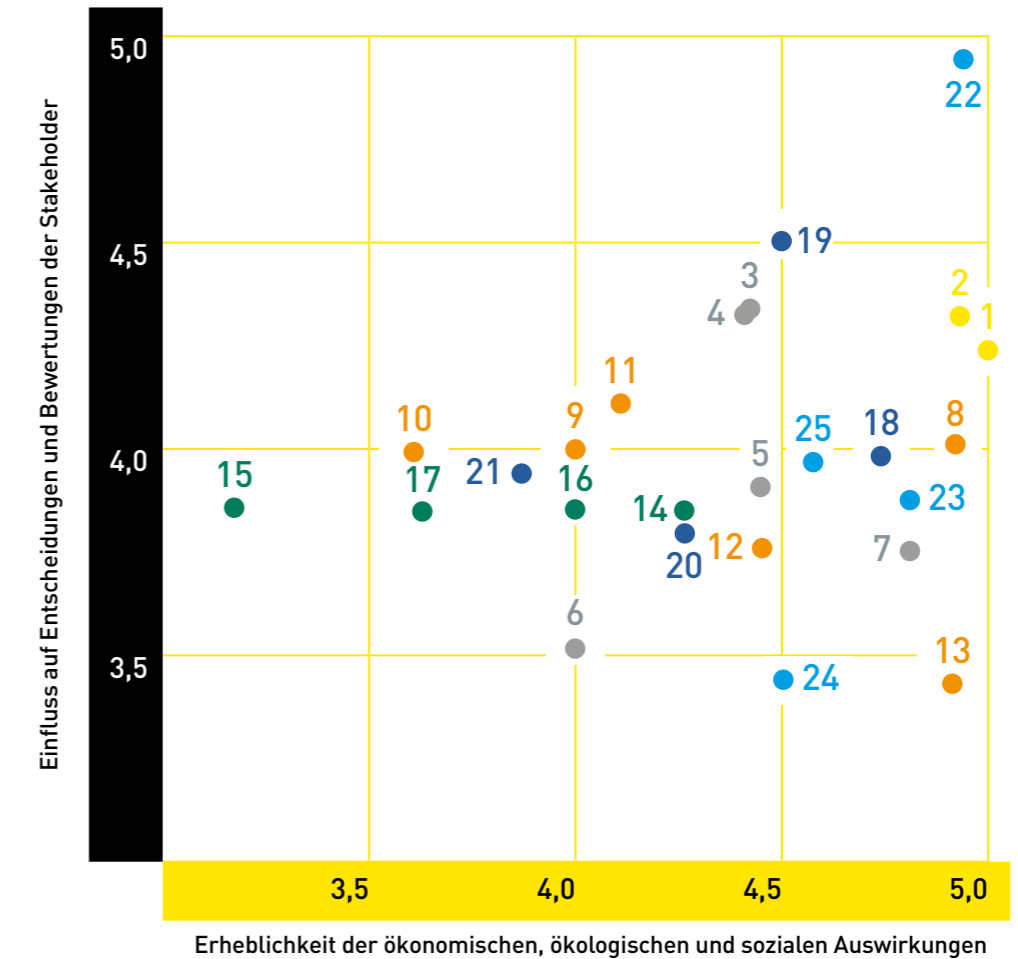
Die weiteren 22 als wesentlich identifizierten Themen wurden in ihrer Einschätzung nicht geändert.

103-3

Wesentlichkeitsmatrix

102-44

Die 25 als wesentlich identifizierten Themen werden in der nachstehenden Grafik dargestellt:



25 wesentliche Themen in 6 Handlungsfeldern

102-47

- | | | |
|---|--|--|
| <p>Sportliche Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 Sportliche Höchstleistung ➤ 2 Nachwuchsförderung <p>Fans, Mitglieder und Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 3 Fangemeinschaft und Fanverhalten ➤ 4 Vielfalt und Antidiskriminierung ➤ 5 Identität und Tradition ➤ 6 Stiftung „leuchte auf“ ➤ 7 Medien und soziale Netzwerke <p>Wirtschaftliches Handeln</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8 Unsere ökonomische Leistung ➤ 9 Wirtschaftsfaktor in der Region ➤ 10 Verantwortlicher Einkauf ➤ 11 Regeltreue und Risikomanagement ➤ 12 Marke BVB ➤ 13 Sponsoren | <p>Ökologische Verantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 14 Energie und Klimaschutz ➤ 15 Wasser und Abwasser ➤ 16 Mobilität ➤ 17 Umgang mit Ressourcen <p>Mitarbeiter*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 18 Beschäftigung ➤ 19 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ➤ 20 Aus- und Weiterbildung ➤ 21 Vielfalt und Chancengleichheit <p>Produktverantwortung</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 22 Besuchersicherheit ➤ 23 Stadionqualität ➤ 24 Produktsicherheit und Produktqualität ➤ 25 Servicequalität | <p>➤ Die sieben gekennzeichneten Themen sind Teil der Nichtfinanziellen Erklärung.</p> |
|---|--|--|

103-3 | Unsere nachhaltige Entwicklung

102-16 | „Eines unserer wichtigsten Themen“

So würdigte Hans-Joachim Watzke, der Vorsitzende der Geschäftsführung, die nachhaltige Entwicklung auf der Bilanzpressekonferenz 2019. Das bedeutet, so zu handeln, dass die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt werden, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen einzuschränken, und dabei die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – wirtschaftlich effizient, sozial gerecht, ökologisch tragfähig – gleichberechtigt zu betrachten. Auf der Basis des sportlichen sowie ökonomischen Erfolges nimmt der BVB seine eng mit Dortmund und dem Ruhrgebiet verbundene Verantwortung wahr und erkennt die nachhaltige Entwicklung als ein globales Leitprinzip an.

Zur Koordination des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses im Umgang mit den für den BVB wesentlichen sozialen, gesellschaftlichen und ökologischen Themen wurde im Sommer 2019 die Abteilung Corporate Responsibility gegründet.

Die organisatorische Verankerung des Themas ist ein Ergebnis der systematischen Weiterentwicklung der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA zu unseren 25 wesentlichen Themen der Nachhaltigkeit, die wir in einem intensiven Stakeholder-Dialog definiert haben und jährlich einem Review unterziehen. Diese Entwicklung stellen wir in diesem nunmehr vierten Bericht in jährlicher Folge dar.

Prozess

Im Frühjahr 2019 haben wir dafür in einem strukturierten Planungsprozess ein auf zunächst drei Jahre angelegtes Programm mit konkreten Meilensteinen entwickelt.

3 Jahre – 4 Aktionsebenen

- 1 Strategie
- 2 Dialog
- 3 Arbeitsschwerpunkte
- 4 Kommunikation

Dieses Programm betrifft vier Aktionsebenen, die wir stets integriert miteinander verfolgen:

1 Die strategische Weiterentwicklung unserer nachhaltigen Entwicklung. | 102-16

Hiermit verbunden ist die Konkretisierung der Managementansätze zu unseren 25 wesentlichen Themen mit qualitativen sowie quantitativen Zielen. Für die nachhaltige Entwicklung des BVB werden unter Beteiligung aller verantwortlichen Fachbereiche übergeordnete Grundsätze formuliert.



Auf der Basis einer SWOT-Analyse, die wir in der zweiten Jahreshälfte 2019 vorgenommen haben, wurde ein spezifisches Chancen-Risiken-Profil entwickelt, das die Aspekte der nichtfinanziellen Themen beinhaltet. Auf dieser Grundlage arbeiten wir interdisziplinär und abteilungsübergreifend daran, quantifizierbare Ziele mit dazugehörigen Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Die deutliche Verknüpfung unserer Arbeitsschwerpunkte mit den international anerkannten „Sustainable Development Goals“ (SDGs) wird ein nächster Schritt zur Verdeutlichung der Verantwortung von Borussia Dortmund sein, diese Ziele zu erreichen.

2 Der kontinuierliche Dialog mit unseren internen sowie externen Anspruchsgruppen. | 102-15

Den begonnenen Dialogprozess mit unseren Anspruchsgruppen werden wir fortsetzen und

ausbauen. Nach vier Jahren ist im Herbst 2020/ Fröhjahr 2021 die Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse geplant. Wichtige Impulse dazu erhoffen wir uns sowohl von unseren Partnern in der Lieferkette als auch von unseren langjährigen Sponsoren.

3 Die konkrete und praxisorientierte Umsetzung von Maßnahmen in sieben Arbeitsschwerpunkten.

Da die spezifischen Umwelthemen BVB-übergreifend stark an Bedeutung zugenommen haben, wurde dafür ein eigener Arbeitsschwerpunkt aufgesetzt. So sind nun sieben klar strukturierte Arbeitsschwerpunkte entstanden, die im Kapitel „Gemeinsam verantwortlich handeln“ mit den ergriffenen Maßnahmen in der Saison 2019/2020 dargestellt werden.

4 Die kommunikative Begleitung unserer Entwicklung im Sinne einer transparenten und echten Kommunikation mit unseren Mitarbeitern, Fans und externen Stakeholdern.

Der interne wie externe Austausch mit unseren Stakeholdern hat trotz Einschränkungen umfangreich stattgefunden. Coronabedingt wurden Zeitressourcen genutzt, die zuvor durch den Profitbetrieb so kaum möglich gewesen wären. Insbesondere mit unseren Fanclubs und mit den Eltern unserer Schützlinge des Jugendinternats wurde ein veränderter, aber intensiver Dialog gepflegt. Die Lieferantenbeziehungen wurden durch die gemeinsame Krisenerfahrung besonders aktiviert. Der jährliche Nachhaltigkeitsbericht und die lebendige Online-Präsenz zu Nachhaltigkeitsthemen mit vielfältigen unterjährigen Beiträgen dokumentieren die zunehmende Alltagsbedeutung der Nachhaltigkeitsaspekte in unserem Handeln.

103-3 | Evaluierung

Im Rahmen unserer jährlichen Berichterstattung evaluieren wir regelmäßig unsere im vierten Berichtsteil beschriebenen Managementansätze zu den wesentlichen Themen und passen diese entsprechend an bzw. schreiben sie fort. Durch die zunehmende Auseinandersetzung mit den jeweiligen Themen und die Erhebung der jeweiligen Leistungsindikatoren entsteht so ein System der kontinuierlichen Verbesserung mit laufender Rückkopplung auch mit unseren Stakeholdern. Das versetzt uns in die Lage, unsere Leistungen im Vergleich zu den gesetzten Zielen transparent

zu kommunizieren, einschließlich der gemachten Fortschritte und möglichen Defizite. Damit haben wir für uns die Rahmenbedingungen gesetzt, um erfolgreich die sich aus der Auseinandersetzung mit den für uns wesentlichen Themen ergebenden Chancen wahrzunehmen und entsprechende Risiken frühzeitig zu erkennen – ein wichtiger Schritt auf unserem Weg.

Chartas und Verbände | 102-12

Hans-Joachim Watzke vertritt seit September 2019 auf europäischer Verbandsebene die Interessen der Bundesligisten. Er wurde als neues Vorstandsmitglied in die European Club Association (ECA) gewählt. Dr. Christian Hockenjos ist Vorsitzender des Vorstandes der Vereinigung deutscher Stadionbetreiber (VdS). Der VdS ist ein Zusammenschluss aller Betreiber von Großveranstaltungsstätten, die für internationale Sportveranstaltungen wie insbesondere Fußballspiele, Konzerte und ähnliche Groß-events zugelassen sind.

Mitgliedschaft in folgenden Verbänden: | 102-13

- DFL Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL)
- Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB)
- Union of European Football Association (UEFA)
- Fédération Internationale de Football Association (FIFA)
- Westdeutscher Fußballverband e.V. (WDFV)
- Fußball- und Leichtathletik-Verband Westfalen e. V. (FLW)
- European Club Association (ECA)
- Vereinigung deutscher Stadionbetreiber (VdS)

Förderung folgender Chartas und Initiativen: | 102-12

- Bundesverband Deutscher Stiftungen (Stiftung „leuchte auf“)
- Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Initiativkreis Ruhr e.V.
- „Bewusst wie e.V.“ – Unternehmensverbund für gesellschaftliche Verantwortung



Borussia verbindet!
Gemeinsam erinnern. Gemeinsam gegen Antisemitismus.

Für Antisemitismus darf es keinen Platz geben –

102-16 | **weder in Deutschland noch an anderen Orten auf der Welt!**

Der Sport und vor allem Fußball gehört zu den wenigen Institutionen, die unabhängig von Generationen, Bildung, Religion oder von sonstigen Auffassungen viele Menschen in einer Klammer zusammenbringen können und für Austausch sorgen. Durch die gestiegene Bedeutung, die der Fußball allgemein in der Gesellschaft und speziell der BVB in Dortmund und der näheren Umgebung hat, kommt ihm eine besondere Rolle zu. Damit auch die Aufgabe, sich gesellschaftlich zu engagieren und deutliche Positionen einzunehmen.

Der BVB verfügt über ein klares Werteverständnis, das sich in der Vereinssatzung wiederfindet. Gebündelt taucht es in dem Slogan „Borussia verbindet“ immer wieder auf. Wenn es um Antisemitismus, Rassismus oder Homophobie geht,

gibt es eine klare Grenze, deren Überschreitung nicht akzeptabel und auch nicht verhandelbar ist. Borussia Dortmund trägt mit seinen Handlungskonzepten zur Lösung dieser drängenden Probleme bei und übernimmt als Akteur mit großer Strahlkraft gesellschaftliche Verantwortung.

Aktuell zeigen der Populismus und der Vormarsch rechter Ideologien, dass gerade wir in Deutschland immer wieder aufs Neue aus unserer Geschichte lernen müssen. Die kontinuierliche Erinnerungsarbeit des BVB, die unsere Geschichte und die daraus erwachsende Verantwortung konkret erlebbar macht, erreicht hohe Anerkennung über die Grenzen von Dortmund hinaus. Diese ist für uns Motivation, daran stets mit großem Engagement weiterzuarbeiten.

“

Wenn wir durch unsere Spende in Höhe von einer Million an die Holocaust-Gedenkstätte Yad Vashem den Kampf gegen Antisemitismus und Rassismus nur etwas erfolgreicher gestalten können, dann ist es das wert. Auch wenn es Ihr Geld ist. Immer, wenn die Gesellschaft Fehl Tendenzen aufweist, werden wir da sein. Das ist ein Versprechen.

“

Hans-Joachim Watzke an die Aktionäre der BVB-Hauptversammlung 2019



BVB-Delegation beim Welt-Holocaust-Forum in Jerusalem

Am 27. Januar 1945 befreite die Rote Armee den Lagerkomplex Auschwitz. Vier Tage vor dem 75. Jahrestag der Befreiung trafen sich Staatsführungen und Vertreter*innen aus aller Welt in Yad Vashem zum 5. Welt-Holocaust-Forum. Zu den geladenen Gästen zählte auch eine Delegation von Borussia Dortmund.

Der BVB hat sich vor zwölf Jahren dem Kampf gegen Antisemitismus und Diskriminierung jeder Art verschrieben. Getreu dem Motto „Borussia verbindet! Gemeinsam erinnern. Gemeinsam gegen Antisemitismus“ engagiert sich der Klub durch Bildungsreisen, Workshops und andere Formate gemeinsam mit seinen Fans, Mitarbeiter*innen, Partnern und Sponsoren. Als Konsequenz seiner langjährigen Aktivitäten auf diesem Gebiet, die wissenschaftlich begleitet werden, unterstützte der BVB im April 2019 mit einer Spende in Höhe von einer Million Euro einen Erweiterungsbau von Yad Vashem, der Holocaust-Gedenkstätte in Jerusalem.

„Es ist eine große Ehre und Anerkennung für uns, dass Borussia Dortmund am Welt-Holocaust-Forum teilnehmen darf. Unsere Spende im vergangenen Jahr war ein Zeichen dafür, dass wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung verstetigt nachkommen. Gleichzeitig ist sie aber auch ein Zeichen dafür, dass wir nach wie vor aus der Vergangenheit lernen müssen und Antisemitismus auch in der heutigen Zeit klar benannt und bekämpft werden muss“, sagt Borussia Dortmunds Vorsitzender der Geschäftsführung, Hans-Joachim Watzke.

Borussia Dortmund übernimmt IHRA-Arbeitsdefinition

Während des Welt-Holocaust-Forums hat der BVB entschieden, seine präventive Bildungsarbeit nicht nur fortzuführen, sondern diese sukzessive zu ergänzen und auszubauen. Unter anderem wurde zu diesem Zweck die Arbeitsdefinition der International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA) unterzeichnet.

„Der Fußball im Allgemeinen und Borussia Dortmund im Speziellen haben die Kraft, Menschen unabhängig von Bildung, Alter oder finanziellen Möglichkeiten anzusprechen und sie zu sensibilisieren. Vor diesem Hintergrund, und vor dem Hintergrund unserer präventiven Bildungsangebote, ist die Übernahme der IHRA-Arbeitsdefinition ein wichtiger Schritt. Sie soll insbesondere als Vorbild beispielsweise für entsprechende Bildungsinhalte in der Erwachsenen- sowie der Kinder- und Jugendbildung dienen. Sie kann damit dazu beitragen, die vielfältigen Facetten des Antisemitismus herauszuarbeiten und zu analysieren“, betont BVB-Geschäftsführer Carsten Cramer.



Die Arbeitsdefinition der International Holocaust Remembrance Alliance im Wortlaut:

„Antisemitismus ist eine bestimmte Wahrnehmung von Juden, die sich als Hass gegenüber Juden ausdrücken kann. Der Antisemitismus richtet sich in Wort oder Tat gegen jüdische oder nichtjüdische Einzelpersonen und/oder deren Eigentum sowie gegen jüdische Gemeindeinstitutionen oder religiöse Einrichtungen. Darüber hinaus kann auch der Staat Israel, der dabei als jüdisches Kollektiv verstanden wird, Ziel solcher Angriffe sein.“

Borussia Dortmund verurteilt den rechtsterroristischen Angriff in Halle

Borussia Dortmund verurteilte den rechtsterroristischen Angriff auf jüdisches Leben in Halle und sprach den Angehörigen der Opfer sein tief empfundenes Mitgefühl aus. Den verletzten Personen wünschte der BVB eine baldige Genesung und erklärte den jüdischen Gemeinden in Deutschland seine uneingeschränkte Solidarität.

Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung von Borussia Dortmund, betonte: „Wir wünschen den Angehörigen und Freunden der beiden Opfer viel Kraft für die schweren Stunden.“ Weiter erklärte er: „Antisemitismus darf in unserer Gesellschaft nicht geduldet werden. Jüdinnen und Juden müssen in Deutschland sicher leben können. Hierzu muss antisemitischen Äußerungen, die den Nährboden für solche Gewaltakte bilden, an jedem Ort klar widersprochen, müssen antisemitische Übergriffe jeder Art verfolgt und bestraft werden.“

Erklärung vom 11. Oktober 2019



BVB-Fans beim Besuch des Jüdischen Museums in Berlin



BVB-Delegation bei Gedenkfeier in Auschwitz

Am 27. Januar 2020 richtete sich die internationale Aufmerksamkeit auf Auschwitz-Birkenau und die Gedenkfeierlichkeiten anlässlich des 75. Jahrestages der Befreiung des deutschen Konzentrationslagers durch die Rote Armee.

Rund 200 Überlebende des deutschen Konzentrations- und Vernichtungslagers Auschwitz-Birkenau und insgesamt 3.000 Teilnehmer*innen aus mehr als 50 Ländern weilten vor Ort. Die deutsche Delegation wurde angeführt von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier. Borussia Dortmund, das sich seit mehr als zwölf Jahren dem Kampf gegen Antisemitismus und Diskriminierung jeder Art verschrieben hat, war ebenfalls eingeladen. Die BVB-Delegation besuchte am Vormittag das Lager Monowitz (Auschwitz III) und nahm am Nachmittag an der mehrstündigen offiziellen Gedenkfeier in einem Zelt vor der Fassade des berühmten Eingangstores zum Todeslager Birkenau teil, durch das einst die Züge mit den deportierten Juden hin zur Selektionsrampe gefahren waren.

Auschwitz gilt als Symbol des industriellen Massenmordes an den europäischen Juden durch die Nationalsozialisten. Am 27. Januar 1945 fand die russische Armee dort noch etwa 7.000 überlebende Häftlinge vor. Bis zu diesem Tag waren allein in Auschwitz mehr als 1,1 Millionen Menschen ermordet worden. Vier hochbetagte Auschwitz-Überlebende ergriffen das Wort, Polens Präsident Andrzej Duda und sein israelischer Amtskol-

lege Reuven Rivlin hielten emotionale Ansprachen. Duda forderte die Gäste dazu auf, vor den letzten Überlebenden und Augenzeugen die gemeinsame Verpflichtung einzugehen, „die Botschaft und die Warnung für die Menschheit, die von diesem Ort ausgehen, in die Zukunft zu tragen.“

„Auschwitz ist das grausame Symbol für den Holocaust. Es ist unser aller niemals endende Aufgabe, die Stimme gegen jede Form von Rassismus und Antisemitismus zu erheben und die Erinnerung an das Unbegreifliche wachzuhalten“, betonte Hans-Joachim Watzke im Anschluss an die Gedenkfeier sichtlich bewegt.

„Wir möchten, dass die nächste Generation weiß, was wir durchgemacht haben, und es sollte nie wieder geschehen“, sagte der 91 Jahre alte Überlebende David Marks während eines Rundgangs durch das Stammlager. Marks hatte 35 Verwandte verloren, nachdem sie alle aus ihrem rumänischen Dorf nach Auschwitz deportiert worden waren: „Ein Diktator kommt nicht von einem Tag zum anderen“, sagte er mahnend und betonte, dass dies in Mikroschritten geschehe. „Wenn wir es nicht sehen, wachst du eines Tages auf, und es ist zu spät.“



Emotionaler Abend: Holocaust-Überlebende Halina Birenbaum berichtet

Am 27. Januar 2020 lud das Borusseum bereits zum zehnten Mal zum Tag gegen das Vergessen in den SIGNAL IDUNA PARK ein. Die 90-jährige Halina Birenbaum war zu Gast und erzählte vor mehr als 500 Personen, wie sie den Holocaust überlebte.

Ein bedächtiger Moment der Stille: Es ist kurz vor acht Uhr abends. Halina Birenbaum betritt den Raum der Nordtribüne im SIGNAL IDUNA PARK. „Es ist wunderschön, hier zu sein“, sagt sie mit freudiger Stimme 75 Jahre nach der Befreiung von Auschwitz. „Es ist ein Wunder, dass ich heute hier stehe mit euch.“

Im polnischen Warschau kam Birenbaum 1929 zur Welt, wuchs nach dem Überfall der Deutschen auf Polen im Warschauer Ghetto auf. Das Grauen begann, als sie zehn Jahre alt war und gerade die zweite Schulklasse beendet hatte.

Die Bilder, die Birenbaum wiedergibt, klingen barbarisch. An den Beginn der Deportation der Juden aus dem Ghetto in das Vernichtungslager erinnert sie sich ganz genau: „Keiner wusste, wohin es geht. Jeder hatte die Hoffnung, dass die besten Sachen auf uns warten. Menschen wurden in den Häusern eingesammelt, rausgeschleppt. 17.000 Juden jeden Tag.“

Auch Birenbaum musste zum Umschlagplatz, wurde deportiert. Zuerst in das Konzentrationslager Majdanek. „Wir hatten Hoffnung auf ein Bad,

Essen, Klamotten. Direkt daneben die Gaskammern, aber das wussten wir nicht.“ Die Wärter gehen brachial mit ihnen um, schlagen sie, schreien immer wieder: „Verfluchte Juden!“ Wer nicht laufen konnte, weil er zu schwach, krank oder verletzt war, wurde umgebracht.

„Du konntest gar nichts machen, alles war so eng“, erzählte Birenbaum. Sie wurden in die Gaskammern gebracht, alle haben geschrien, alle waren nackt. „Doch das Gas hat in dieser Nacht gefehlt.“ Die Erinnerungen daran trägt sie bis heute mit sich. Auf dem Unterarm sind ihre Gefangenenummern tätowiert, sie präsentiert diese dem betroffenen Publikum. Nach weiterem Martyrium, Hungermärschen und Befreiung im Mai 1945 kehrte sie nach Warschau zurück, ehe sie 1947 nach Israel emigrierte.

„Ich danke sehr“, so schließt sie einen tief beeindruckenden Vortrag. Das Publikum dankt es ihr mit minutenlangem Applaus.



Gemeinsam verantwortlich handeln.

Unsere Arbeitsschwerpunkte.

- Immer nah dran:** Der BVB, seine Fans und die Region
- Immer mittendrin:** Das Stadion und sein Umfeld
- Immer an die Umwelt denken:** Ökologische Verantwortung
- Immer Vollgas geben:** Ganzheitliche Personalentwicklung
- Immer besser werden:** Organisation, Qualität und Service
- Immer oben dranbleiben:** Sportliche Höchstleistung
- Immer nachwachsen lassen:** Dortmunder Jungs

Echte Liebe.



Immer nah dran: Der BVB, seine Fans und die Region

103-2 |

Im Mittelpunkt unseres Handelns in diesem Arbeitsschwerpunkt stehen unsere Fans, die Identität und Werte des BVB und unser Engagement in der Region. Wir stärken die besondere Kraft der Fangemeinschaft auf der Basis unserer Werte, fördern die Zusammenarbeit mit den Fans für eine aktive Fankultur und leisten unseren Beitrag zum gesellschaftlichen Gelingen in Dortmund und darüber hinaus. Perspektivisch ergänzen wir die vielfältigen sozialen Aspekte der Fanarbeit um die Themen der ökologischen Verantwortung.

Der BVB ist sowohl lokal in Dortmund als auch in der westfälischen Umgebung fest verwurzelt. Zunehmend fühlen sich – auch durch unsere internationalen Erfolge bedingt – Fans auf der ganzen Welt dem BVB verbunden. Nachfolgend stellen wir beispielhaft Maßnahmen aus den Bereichen „Fanangelegenheiten“, „Vielfalt und Antidiskriminierung“ sowie der Stiftung „leuchte auf“ vor. Zusätzlich werden identitätsstiftende Maßnahmen und Aspekte der Fanarbeit aus den sozialen Netzwerken beispielhaft beschrieben.

pen, eine Kommunikation auf Augenhöhe sowie die Werte von Borussia Dortmund: Intensität, Echtheit, Bindungskraft und Ambition.

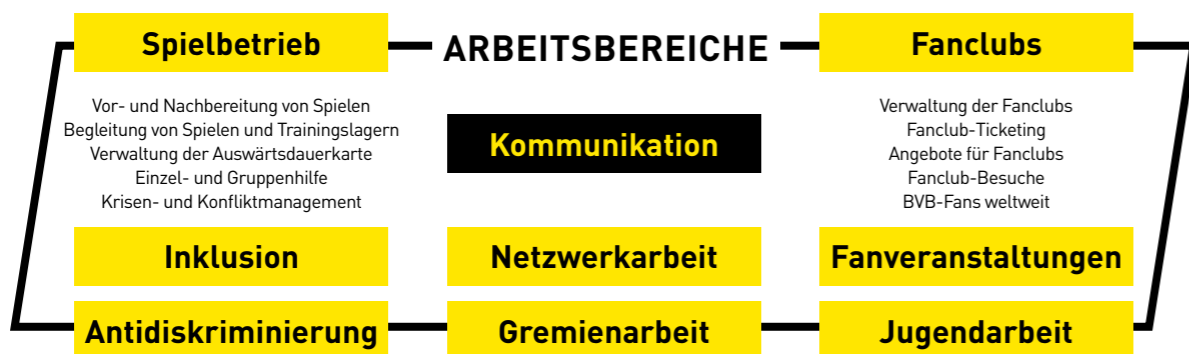
Arbeitsbereiche

Die Abteilung „Fanangelegenheiten“ sieht sich als BVB-interne und -externe Beratungs- und Anlaufstelle für alle fanbezogenen Themen. Sie ist in die zwei großen Bereiche „Spielbetrieb“ und „Fanclubs“ aufgeteilt. So können sowohl interne Abteilungen und Tochtergesellschaften als auch externe Netzwerkpartner und Fangruppen auf ihre Expertise zurückgreifen. Neben den genannten Arbeitsbereichen gibt es weitere, themenübergreifende Aufgabenfelder in der Abteilung, die in der Grafik dargestellt sind. Alle aktuellen Themen der Fanbeauftragten und alle fanrelevanten Informationen werden über verschiedene Medien wie den Fanclub-Newsletter, das Mitgliedermagazin, die BVB-Website und die eigenen Social-Media-Kanäle kommuniziert.

Fanangelegenheiten

103-2 |

Borussia Dortmund investiert seit Jahren massiv in die Fanarbeit. Auf der einen Seite steigen die Erwartungen der Fans bezüglich Service und Information kontinuierlich an, auf der anderen Seite führt der Erfolg des BVB zu einer stark gestiegenen Anzahl von Anhängern, Mitgliedern und Fanclubs. Für die Fanarbeit des BVB bedeutet dies, dass die Herausforderungen größer und die Arbeitsfelder umfassender werden. Grundlegende Basis für diese Arbeit sind Empathie für alle Anspruchsgrup-



Bereich Spielbetrieb

Begleitung der Spieltage

Der Großteil der Aufgaben im Bereich Spielbetrieb umfasst die Begleitung sowie die Vor- und Nachbereitung aller Spiele der Profimannschaft und der U23 des BVB. Dazu zählen unter anderem die Einschätzung von Fanverhalten, der Austausch mit den Fanbeauftragten des jeweils anderen Vereins, das Kommunizieren spieltagsrelevanter Informationen an die Fans, die Teilnahme an Sicherheitsbesprechungen und die Anmeldung und Begleitung verschiedener Aktionen der Fanszene.



Das Büro der Fanbeauftragten unter der Südtribüne

Bei Heimspielen sind mindestens zwei Fanbeauftragte aus dem Bereich Spielbetrieb im Einsatz und werden dabei von Kolleg*innen aus dem Bereich Fanclubs unterstützt. Zu den Aufgaben gehört die ständige Kommunikation mit Fans, Sicherheitsbeauftragten, Veranstaltungsleitern, Einsatzkräften und Ordnungsdiensten, um zu einem problemlosen und positiven Stadionerlebnis für alle Stadionbesucher*innen beizutragen. Als Anlaufpunkt für BVB-Fans gilt das Stadionbüro hinter der Südtribüne.

Neben der Begleitung der Spieltage umfasst das Aufgabenfeld weitere Themengebiete:

Krisen- und Konfliktmanagement

Nicht alle Entscheidungen und Entwicklungen bei Borussia Dortmund werden von der Fangemeinschaft grundlegend positiv gesehen. Wenn es zu Unstimmigkeiten kommt, die in der Folge auch zu öffent-

lichkeitswirksamen Protesten führen können, ist es Aufgabe der Fanbeauftragten, für einen Dialog zu sorgen, der im besten Fall eine Lösung herbeiführt.

Auswärtsdauerkarten

Jede Saison werden etwa 450 Auswärtsdauerkarten (ADK) vergeben, die den sogenannten „Allesfahrer*innen“ eine Ticketreservierung für alle Auswärtsspiele garantiert. Die Aufgabe der Abteilung Fanangelegenheiten ist es, die ADK zu Saisonbeginn zu vergeben und die Einhaltung der damit verbundenen Regularien zu prüfen.

Bereich Fanclubs

Der Bereich Fanclubs bearbeitet alle Anliegen der mehr als 950 Fanclubs, in denen mehr als 64.000 Fans organisiert sind. Alle offiziellen BVB-Fanclubs müssen verschiedene Aufnahmebedingungen erfüllen. Dazu gehört auch, regelmäßig über die eigenen Fanclub-Aktivitäten zu berichten. Im Gegenzug erhalten sie dafür verschiedene Privilegien, wie den Zugriff auf das Fanclub-Kartenkontingent, Rabatte in den Fanshops und auf individuelle Fanclub-Artikel sowie Einladungen zu Fanclub-Veranstaltungen des BVB. Die Bearbeitung der Fanclub-Anliegen umfasst folgende Themen:

Fanclub-Ticketing

Sowohl bei Heim- als auch bei Auswärtsspielen wird ein bestimmter Prozentsatz an Tickets unter allen Fanclubs vergeben. Dazu steht ein speziell für Fanclubs entwickeltes Online-Tool für die Bestellung zur Verfügung. Wegen der hohen Nachfrage hat die Abteilung ein Ranking entwickelt, das die Fanclubs nach verschiedenen Faktoren bewertet. Dazu zählen unter anderem die Aktualität der Fanclub-Unterlagen und die jährlichen Fanclub-Aktivitäten. So soll ein transparenter und möglichst fairer Umgang mit den zur Verfügung stehenden Tickets sichergestellt werden.



Der Austausch mit unseren Fanbeauftragten ist ein ganz elementarer Bestandteil der Vorbereitung von Spielen. So fungieren die Fanbeauftragten unter anderem oftmals als Mittler zwischen Veranstaltungsleitung und Fanszene.

Dr. Christian Hockenjos, Direktor Organisation und Veranstaltungsleiter





Angebote für Fanclubs

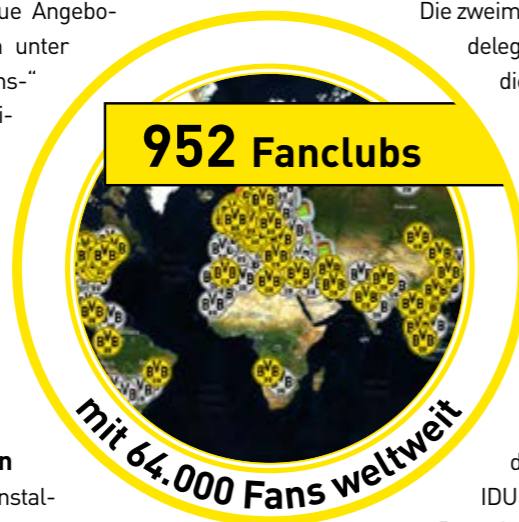
Als Dank für die Unterstützung der Fanclubs, die die schwarzgelben Farben in die ganze Welt tragen, werden ständig neue Angebote entwickelt. Dazu zählen unter anderem die „Willkommens-“ bzw. „Treue-Boxen“ mit individualisierten Artikeln, die jedem Fanclub einmalig zugesendet werden, oder die Teilnahme an der Fahnenparade auf dem Rasen zu „You'll never walk alone“ bei Heimspielen.

Fanclub-Veranstaltungen

Eine der größten Fan-Veranstaltungen des BVB ist die jährliche Fanclub-Weihnachtsfeier, zu der je zwei Mitglieder jedes Fanclubs ins Stadion eingeladen werden. Über mehrere Monate wird die Veranstaltung, an der auch die komplette Lizenzspieler-Mannschaft



teilnimmt, gemeinsam mit anderen Abteilungen und Tochtergesellschaften des BVB organisiert.



Die zweimal jährlich stattfindenden Fandelegiertenversammlungen bieten die Möglichkeit eines direkten Austausches zwischen den Fans und geladenen Vertretern der Geschäftsführung oder der Mannschaft. Am 20. Januar 2020 fand die zweite Fandelegiertagung der Saison für alle offiziellen BVB-Fanclubs statt. Mehr als 500 BVB-Fans aus 260 Fanclubs sind der Einladung in den SIGNAL IDUNA PARK gefolgt. Neben dem Besuch von Hans-Joachim Watzke, Carsten Cramer und Dr. Christian Hockenjos stand die Wahl des neuen Fanrats auf der Agenda.

Fanclub-Besuche

Eine große Herausforderung des Bereichs Fanclubs stellen die zahlreichen Fanclub-Besuche dar. Bei mehr als 950 Fanclubs ist es den Fanbeauftragten leider nicht möglich, allen Einladungen nachzukommen. Mit der Unterstützung durch BVB-Legenden wie Teddy de Beer, Siggie Held und Jörg Heinrich versucht die Abteilung aber trotzdem, zumindest einen Großteil der angemeldeten Veranstaltungen abzudecken und vor allem die Jubiläen der Fanclubs zu besuchen.

Eigener Indikator

BVB-Fans weltweit

Mit über 150 internationalen Fanclubs ist der administrative Betreuungsaufwand für diese gesondert zu betrachtenden Fanclubs enorm. Da die Anzahl auch durch die Internationalisierung des BVB weiterhin stark ansteigt, hat sich die Abteilung Fanangelegenheiten dazu entschieden, eine eigene Stelle für diesen Bereich zu schaffen.

Parlamentariergruppe zu Besuch

Am 17. Februar 2020 gastierte eine Delegation aus Parlamentariern der Benelux-Länder sowie des Landtages NRW im SIGNAL IDUNA PARK, um sich über die Fanarbeit bei Borussia Dortmund zu informieren. Björn Hegemann, Leiter der Abteilung Fanangelegenheiten, gab dabei einen Einblick in die Arbeit der Fanbeauftragten des BVB.

Die überfraktionelle Parlamentariergruppe beschäftigt sich im Rahmen der politischen Arbeit der Benelux-Union zurzeit mit dem Thema „Sicherheit bei Sportevents“ und dessen grenzüberschreitenden Aspekten. Dabei geht es insbesondere um die Einbindung von Fanszenen. Um sich über die Arbeit von Fußballvereinen mit deren Fanszenen zu informieren, hatte die Delegation im Vorfeld bei Borussia Dortmund einen Arbeitsbesuch angefragt.



Fanarbeit in Zeiten von Corona

Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie haben natürlich auch Konsequenzen für die Fanarbeit im Fußball. Neben den finanziellen Schwierigkeiten vieler Vereine, die bereits negative Folgen für viele Fanarbeiter*innen in Deutschland haben, steht die Fanarbeit vor allem auch vor neuen inhaltlichen Herausforderungen.

Die Reaktionen und Meinungsbilder der Fans sind so divers wie nie. Selbst innerhalb der bemerkenswert geschlossen auftretenden, aktiven Fanszenen gibt es unterschiedliche Sichtweisen auf die Situation im Fußball. Viele standen diesem in der Phase des Sonderspielbetriebs recht gleichgültig gegenüber, einige haben Verständnis für die finanziellen Nöte der Klubs, andere sehen die aktuelle Krise als Chance, das Fußballgeschäft mit seinen aus ihrer Sicht negativen Entwicklungen zu verändern.

Diese Diversität macht es für die Fanarbeit deutlich schwieriger, Einschätzungen zu Situationen zu geben, Handlungen zu prognostizieren oder gar Einfluss auf Entscheidungen der Fanszenen zu nehmen. Dazu kam für viele Vereine das Problem, dass der persönliche Kontakt als wichtigster Faktor für viele Fanarbeiter*innen während der Kontaktbeschränkung weitgehend fehlte. Für beide Seiten ist die Situation also neu. Professionelle Fanarbeit muss einerseits Strukturen beibehalten, andererseits an vielen Stellen neue Wege finden. Der Dialog mit den eigenen Fans spielt dabei eine größere Rolle denn je.

Standort Dortmund

Die beschriebene überregionale Situation ist in vielen Bereichen auf die aktive Fanszene von Borussia Dortmund übertragbar. Durch die über die vergangenen Jahre geschaffenen Fanarbeit-Strukturen besteht in Dortmund jedoch der Vorteil, dass die dabei etablierten Dialog-Formate mit Fanclubs und Fanszenen zu Beginn der Krise umgehend aktiviert und somit die aufgebauten Brücken genutzt werden konnten. Dadurch gab es im Berichtszeitraum keinen öffentlichen Dissens. Bei einzelnen Themen wie der Ticket-Rückerstattung – konnten sogar gemeinsame Lösungswege gefunden werden.

Auch im Vergleich mit anderen Standorten scheint die strukturiert aufgebaute Fanarbeit des BVB ihr Ziel erreicht zu haben, auch in Krisenzeiten die Kommunikation mit der eigenen Fanszene aufrechterhalten zu können. Deshalb ist die Abteilung Fanangelegenheiten auch in der Krise nicht von ihrem Modell der eigenen Arbeitsbereiche „Spielbetrieb“ und „Fanclubs“ abgewichen.



Fanarbeit in der Coronakrise – über die Basis-Arbeitsstruktur hinaus wurde der Fokus der Abteilung Fanangelegenheiten auf folgende vier Aufgabenschwerpunkte gelegt:

103-2 |

1 Kommunikation mit der aktiven Fanszene

Ziel war es, die aufgebauten Kontakte und Netzwerke zu halten, aktuelle Meinungsbilder einzuholen, die Fans in Entscheidungsfindungen einzubeziehen und die eigenen Standpunkte zu erläutern.

Dazu wurden eine Vielzahl an Telefonaten bzw. Whatsapp-Dialogen mit allen Multiplikatoren geführt. Digitale Treffen mit Ultragruppen, Fanhilfe und schwatzgelb.de per Live-Streaming wurden zum Alltag. Veranstaltungen mit dem Fan-Projekt wurden unter Einhaltung der jeweils aktuellen Hygienevorgaben realisiert. Digitale Fanrat-Treffen haben stattgefunden und der Klub-Fan-Dialog auch unter Beteiligung der Geschäftsführung wurde weitergeführt.

2 Kommunikation mit der breiten Fangemeinschaft

Hierbei ging es darum, die Fans in der gesamten Breite zu erreichen, auch hier aktuelle Meinungsbilder einzuholen, Transparenz zu schaffen und Verständnis für die eigenen Standpunkte zu erreichen. Das alles, um die Fanbindung zum BVB zu erhalten.

Nach einem strukturierten Plan wurden über Monate mehrere Hundert Fanclubs angerufen und damit ein Großteil persönlich erreicht. Dabei standen die Gespräche bewusst unter keinem Zeitdruck und im Mittel dauerten sie ca. 30-45 Minuten. Pro Woche wurden so 40 bis 50 Gespräche geführt.

3 Aktivierung der überregionalen Netzwerke

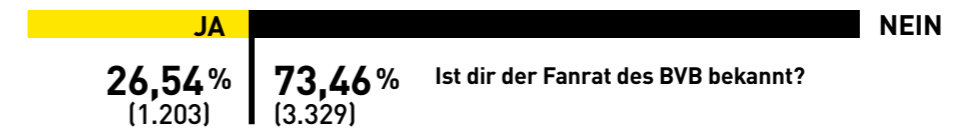
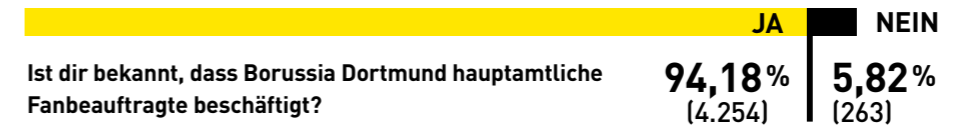
Den notwendigen Informationsaustausch zu erreichen und zusätzliche Meinungsbilder einzuholen, das war der Fokus bezüglich der überregionalen Netzwerke. Dauerhaften Zugang zu Netzwerken mit überregionalen Multiplikatoren zu sichern, ist eine wichtige Basis erfolgreicher Fanarbeit, da so das Standing der Fanbeauftragten in der Fanszene verbessert werden kann.

Beispiele für durchgeführte Maßnahmen sind: das Verstetigen der Verbindungen zu Faninitiativen, das Ermöglichen der „Ad-hoc-Krisengruppe“ mit Fans, die Pflege des engen Austauschs mit aktiven Fanbeauftragten, die Teilnahme an DFL-Versammlungen sowie die Weitergabe von Expertise zur Fanarbeit.

4 Schaffung von Unterhaltungs-Alternativen

Auf spielerische, unkomplizierte Weise wollte Borussia Dortmund in der Zeit der Ausgangseinschränkungen Fan-Nähe ermöglichen, um die Bindung zum BVB und untereinander zu erhalten. Auch das ist Teil der gesellschaftlichen Rolle und Verantwortung.

Konkrete Maßnahmen waren ein hochfrequentiertes Fanclub-FIFA-Football-Turnier, ein Fanclub-Wettbewerb, Fantage-Veranstaltungen mit Fanszene-bezogenen Themen, vielfache Unterstützung sozialer Projekte und die Unterstützung diverser BVB-Veranstaltungen.



103-3 | Umfrage zur BVB-Fanarbeit 2019

Im Sommer 2019 fand eine Umfrage zur Fanarbeit des BVB mit insgesamt 4.532 Teilnehmenden statt. BVB-Fanclub-Mitglieder, Dauerkarteninhaber*innen und Auswärtsdauerkarteninhaber*innen wurden befragt. Themenbereiche waren demografische Daten, Faninformationen, der Bereich Spielbetrieb, der Bereich Fanclubs, Fan-Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit und der Fanrat.

Fast 75% der Teilnehmenden waren zwischen 30 und 60 Jahre alt. Knapp 20% waren über 60 Jahre, 10% zwischen 20 und 30 Jahren alt. Unter 20-Jährige waren mit 20 Personen nur sehr gering vertreten.

Knapp 95% der Befragten ist bekannt, dass es hauptamtliche Fanbeauftragte beim BVB gibt. Die Beauftragten waren 41% bekannt – gut ein Fünftel hatte bereits an einem Spieltag Kontakt. Die wichtigsten Themen sind dabei die An- und Abreise, die Einlasssituation und die Eintrittskartenproblematik für Heimspiele des BVB. Konflikte mit anderen Fans spielen mit rund 6% der Fälle eher eine untergeordnete Rolle.

Knapp 50% der Teilnehmer*innen kannten das Stadionbüro der Fanbeauftragten unter der Süd. Mit den Faninformationen bzgl. An- und Abreise, Infos zu den Stadien und zu den erlaubten Fan-Materialien sind die Befragten zu rund 90% zufrieden oder sehr zufrieden. Ebenfalls 90% waren mit der Bearbeitung eines Anliegens durch die Fanbeauftragten zufrieden oder sehr zufrieden.

Die persönliche Erreichbarkeit der Fanbeauftragten am Spieltag wird mit weitem Abstand vor telefonischer bzw. Whatsapp-/Facebook-Erreichbarkeit als wichtig erachtet. Der Bereich für Eintrittskarten im Online-Fanclub-Tool ist rund 95% der Befragten bekannt. Die Fandelegiertenversammlung kannten 97% der Befragten. Mit Organisation, Themenauswahl und Gästen der Veranstaltungen waren 70% der Befragten zufrieden oder sehr zufrieden. Die Fanclub-Weihnachtsfeier ist bei 98% der Befragten bekannt.

Die Fantage-Veranstaltungen kannten rund 42% der Befragten, teilgenommen hatte bereits ein Viertel der Befragten. Jeweils über 90% waren mit Organisation und Themenauswahl zufrieden oder sehr zufrieden.

Die „Aktionstage der Fanbeauftragten“ waren mit rund einem Drittel der Befragten etwas weniger bekannt.

Als allgemeine Informationskanäle werden überwiegend der Bereich „Fans“ auf der BVB-Website (54%) und die Facebook-Präsenz (32%) genutzt.

Der Fanrat des BVB sagt nur gut einem Viertel der Befragten etwas, denen aber zu 60% die besprochenen Themen im Gremium geläufig sind.

Die hier geschilderten Ergebnisse der Umfrage waren grundlegend für die strukturierte Weiterentwicklung der Abteilung Fanangelegenheiten.

Inklusion

103-2

Trotz anderen Aussehens, anderer Sprache oder Beeinträchtigung – in einer inklusiven Gesellschaft kann jeder an der Gemeinschaft teilhaben. Inklusion ist eine ganzheitliche Thematik, die sich zu verschiedenen Gruppen hin öffnet, um Barrieren abzubauen. Inklusion ist nicht nur auf Menschen mit Behinderung fokussiert, sondern schließt viele weitere Personen ein, die durch Barrieren begrenzt sind. Im Bereich der Inklusion kümmert sich der BVB um Menschen mit Seh- oder Hörbehinderung oder Lernschwierigkeiten, Menschen im Rollstuhl oder mit anderen Mobilitätseinschränkungen, Menschen mit geringen Kenntnissen der deutschen Sprache oder Personen, die erkrankt sind und um ältere Menschen.

Stadionbesuch für alle

Der BVB hat sich im Bereich Inklusion vor allem darauf fokussiert, möglichst allen Menschen den Stadionbesuch zu ermöglichen. Bereits seit 2006 werden deshalb Fans mit Behinderung im Stadion durch „Volunteers“ unterstützt. Zudem wurden in den letzten Jahren unter anderem Bereiche für Menschen mit Sehbehinderung und Hörgeschädigte geschaffen, in denen entweder Kopfhörer mit Audiokommentar oder Dolmetscher*innen für Gehörlose bereitstehen. Auch konnte ein weiteres Kartenkontingent für Menschen mit Behinderung reserviert werden, die nicht auf einen Rollstuhl angewiesen sind und auf der Tribüne Platz nehmen können. Aufgabenbereiche seitens der Fanarbeit sind der Spieltag, der Stadionbesuch, die Website bezüglich Barrierefreiheit und „Leichte Sprache“



Ich schätze die Inklusionsarbeit des BVB sehr. Dank der engen Zusammenarbeit mit dem BVB wurden verschiedene Angebote für gehörlose Fans entwickelt, die die Integration in die Dortmunder Fangemeinschaft ermöglichen.

Antje Mader, DEAF BVB Fanclub e.V.

sowie die Schulung von Ansprechpartnern in Gebärdensprache. Die Umsetzung des Konzeptes „Leichte Sprache“ auf der Website ist besonders herausfordernd, da die Textpassagen durch Prüfler*innen gegengelesen werden sollten.

Darüber hinaus geht es um die aktive Teilnahme der Fans an Angeboten wie Blindenfußball oder Walking Football für die Fangruppe 60 plus.

Fußballvokabeln in deutscher Gebärdensprache

Nach den erfolgreichen Gebärdensprach-Schnupperkursen im Mai haben aufgrund der hohen Nachfrage am 8. und 25. Juni zwei weitere Schnupperkurse für BVB-Fans stattgefunden. Die Resonanz der insgesamt vier Kurse war durchweg positiv. So konnten die Teilnehmer*innen in den 90-minütigen digitalen Kursen erste Einblicke in das Thema Hörbehinderungen sowie in die deutsche Gebärdensprache gewinnen. Gemeinsam mit Pia Horsthemke vom DEAF BVB Fanclub e.V. konnten die Fanbeauftragten im Anschluss an die Kurse ein kurzes Video erstellen, welches die wichtigsten Vokabeln rund um den Fußball beinhaltet.



Blindenreportagen auf Sendung

Der bisherige Service der Blindenreportagen für Heimspiele konnte während des Sonderpielbetriebs ausgebaut werden. Eine Kommentierung durch zwei Reporter wurde in Abstimmung mit dem Rechteinhaber DFL als Livestream „extern“ gesendet, da kein Stadionbesuch möglich war.



Geplant ist weiterhin, die Stadientouren auch für Gehörlose anzubieten. Dazu wurde bereits ein Video mit einer Trainerin für Gebärdensprache aufgenommen, sodass zukünftig keine „besondere“ Tour mehr gebucht werden muss.



Team CR v. L.: Daniel Lörcher, Amelie Gorden, Marieke Köhler, Annika Lange, Thomas Klein

Neue Abteilung Corporate Responsibility

102-10

Im Sommer 2019 wurde der Bereich Corporate Responsibility als eigene Abteilung gegründet, die von Daniel Lörcher geleitet wird. Hier werden die strategische Weiterentwicklung zu ESG-Themen (Environmental Social Governance), der Dialog mit den Anspruchsgruppen, die Fortschritte in den Arbeitsschwerpunkten und die Nachhaltigkeitskommunikation koordiniert. Der Abteilung sind sowohl der Themenbereich „Vielfalt und Antidiskriminierung“ als auch die BVB-Stiftung „leuchte auf“ mit Stiftungs-Managerin Marieke Köhler sowie das langfristige Projekt „Bau des Fan- und Jugendhauses“ zugeordnet. Die organisatorische Weiterentwicklung basiert auf der kontinuierlichen Arbeit an den übergeordneten Nachhaltigkeitszielen des BVB, die aus den sieben Arbeitsschwerpunkten zur nachhaltigen Entwicklung abgeleitet sind.

Nachhaltige Entwicklung des BVB

Der Fokus bezüglich einer nachhaltigen Weiterentwicklung des BVB ist im Detail bereits im Beitrag „Unsere nachhaltige Entwicklung“ auf Seite 36/37 beschrieben. Die Arbeit der Abteilung konzentrierte sich hier im Wesentlichen auf eine konzeptionelle Weiterentwicklung und auf eine übergreifende Beteiligung der Abteilungen des BVB.

Aus den Herausforderungen der Covid-19-Pandemie ergab sich ab März 2020 ein Maßnahmen-schwerpunkt in der sozialen und gesellschaftlichen

Arbeit vor Ort, der im Sonderkapitel „Borussia verbindet“ ab Seite 96 beschrieben wird.

Vielfalt, Antidiskriminierung

Borussia Dortmund erhält

#EqualGame-Auszeichnung der UEFA

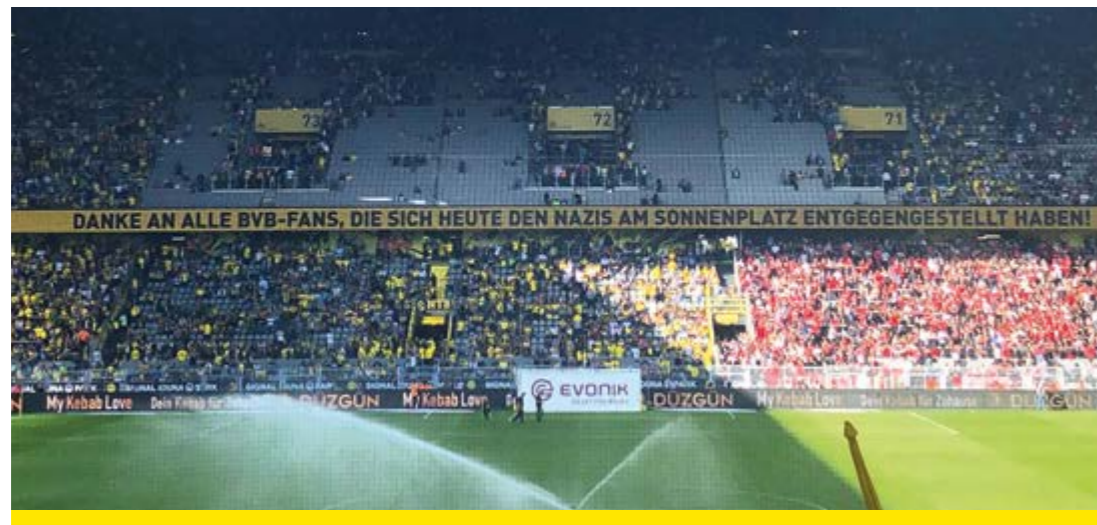
Borussia Dortmund ist einer der beiden Preisträger der #EqualGame-Auszeichnung der UEFA 2019. Der BVB erhält vor allem für seinen unermüdlischen Einsatz bei der Bekämpfung rechtsextremer Strömungen in seiner Fanbasis und von Rassismus im Alltag sowie für seinen humanitären Umgang mit Flüchtlingen und Asylsuchenden Bestätigung.

Mit der jährlichen Auszeichnung werden Personen bzw. Organisationen gewürdigt, die sich als Vorbild für die Förderung von Vielfalt, Inklusion und Zugang zum Fußball für alle in Europa einsetzen und so die Werte der UEFA-Respect-Kampagne #EqualGame fördern.



UEFA-Präsident Aleksander Čeferin würdigte Borussia Dortmund für seine wegweisende Kampagne: „Borussia Dortmund kann mit Recht stolz auf seine hervorragende Arbeit bei der Bekämpfung rechtsextremer Einstellungen und Aktionen

sein. Der Klub vermittelt die klare Botschaft, dass Rassismus, Intoleranz und Diskriminierung keinen Platz im Fußball haben“, so Čeferin. „Der Klub hat ein wichtiges Zeichen für andere Vereine in ganz Europa gesetzt, dem es nun zu folgen gilt.“



BVB ruft zur Gegendemo auf

Der BVB und viele Fanclubs hatten zum Protest gegen eine Kundgebung einer Partei der extremen Rechten aufgerufen. Die Rechtsradikalen demonstrierten direkt an einer der Haupt-Fanrouten zum Stadion beim Heimspiel gegen Bayer Leverkusen am 14. September 2019. Der Gegenprotest mit rund 300 Personen hatte sich ebenfalls friedlich formiert, darunter viele BVB-Fans. Borussia Dortmund hatte über das Bündnis „Ballspiel vereint“ zum Gegenprotest aufgerufen. Anschließend bedankte sich der BVB bei allen Fans, die sich der extremen Rechten entgegengestellt haben, über die LED-Banden im Stadion.

Konzept zum Umgang mit Rassismus-Vorfällen im Stadion

Hierbei orientiert sich der BVB im Grundsatz am „Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz“ der deutschen Bundesregierung, in dem Alter, Religion, ethnische und soziale Herkunft, Behinderung, Geschlecht und sexuelle Orientierung als Dimensionen von Antidiskriminierung und Vielfalt genannt werden.

„Borussia Dortmund steht für Vielfalt, Toleranz und distanziert sich durch sein Engagement deutlich von Rassismus und Diskriminierung jeder

Art. Wir versichern unseren Fans, aber auch den Rechtsextremen, dass wir darin auch in Zukunft nicht nachlassen werden. Wir wissen, dass unsere Fans diese Ziele unterstützen.“

Dieses Zitat aus dem Konzept für den Umgang mit Rassismus-Vorfällen im Stadion verdeutlicht die grundsätzliche Haltung von Borussia Dortmund. Der BVB weiß, dass sich trotz großer Anstrengungen einzelne Rassismus-Vorfälle auch im eigenen Stadion nicht gänzlich ausschließen lassen. Hierzu liegt ein Verhaltenskonzept vor, das bei rassistischen Beleidigungen gegenüber der Mannschaft oder einzelnen Spielern, bei rassistischen Gesängen von der Tribüne oder bei rassistischen Bannern auf den Tribünen greift.

Verhaltensempfehlungen bei Vorfällen vor und nach dem Spiel sowie währenddessen, sind formuliert worden. Kommunikationsketten und vorbereitete Durchsagen sowie Stadioneinblendungen sind definiert. Klare Abfolgen für das Handeln der Stadionregie und des Ordnungsdienstes sowie der Schiedsrichter bis hin zur Spielunterbrechung und dem Verlassen des Platzes durch die Mannschaften sind festgelegt.

Projektbeteiligung „Vielfalt im Stadion“ mit KoFaS

103-2

Der BVB beteiligt sich an dem Projekt „Vielfalt im Stadion“ der KoFaS (Kompetenzgruppe Fankulturen und Sport bezogene Soziale Arbeit) und weiterer Akteure. Als EM-Austragungsort ist der SIGNAL IDUNA PARK ein ausgewählter Modellstandort.

Aus verschiedenen KoFaS-Projekten ergeben sich sowohl Hinweise auf sexualisierte Gewalt gegen Frauen im Kontext von Fußballspielen als auch auf Ausschlusserfahrungen in Fanszenen von Personen, die nicht der „Norm“ entsprechen. Dies umfasst Diskriminierungen und Bedrohungen sowie Gewalt innerhalb von Fangemeinden aufgrund von Hautfarbe, sexueller Orientierung, Geschlecht oder des Engagements gegen Diskriminierung.

Die Projekte zeigten, dass Gewaltphänomene innerhalb von Fangemeinden seitens Klubs, Verbänden, Polizei und Medien bisher weniger wahrgenommen oder thematisiert werden. Daraus ergibt sich im Projekt der Bedarf an mehr Erkenntnisgewinn zu den ausschließenden Gewaltphänomenen innerhalb der Fangemeinden mit Fokus auf LSBTIQ* sowie die Sensibilisierung der lokalen Netzwerke an den Standorten für diese Gewaltphänomene.

Darüber hinaus wurde festgestellt, dass Diskriminierungen, Bedrohungen und Gewalt gegen Personen, die nicht der weißen, männlichen, heterosexuellen Mehrheitsnorm entsprechen (wie z.B. LSBTIQ*), zu Unsicherheit bzw. Angst vor Übergriffen führen. Daraus ergibt sich für uns der Bedarf zur Verbesserung der Sicherheit von LSBTIQ* und anderer marginalisierter Gruppen an Spieltagen. Das vom BVB im Berichtszeitraum auch in diesem Zusammenhang entwickelte Stadionkonzept „Panama“ zur Bereitstellung sofortiger Hilfe in jeder Situation wird auf Seite 64 im Arbeitsschwerpunkt „Immer mittendrin.“ beschrieben.

Projekt-Kooperation mit Anne-Frank-Haus

Im Oktober 2019 fand ein erstes Treffen im Anne-Frank-Haus in Amsterdam zum von der EU finanzierten Projekt „Changing the Chants“ statt. In einer Kooperation zwischen dem Anne-Frank-Haus, Borussia Dortmund, Fare Network und Feyenoord Rotterdam sollen Methoden gefunden werden, um Antisemitismus im europäischen Fußball entgegenzuwirken, indem der bestehende Ansatz von Bußgeldern und Stadionverboten mit einem pädagogischen

Ansatz verbunden wird. Den betreffenden Anhängern soll aufgezeigt werden, dass ihr Verhalten nicht nur inakzeptabel ist, sondern dem eigenen Verein und dessen Fans schadet. Das Projekt läuft 24 Monate bis Oktober 2021.

BVB und „Kick It Out“ schließen sich zusammen

Borussia Dortmund und „Kick It Out“ haben sich in ihren gemeinsamen Bestrebungen, jegliche Form von Rassismus und Diskriminierung zu bekämpfen, zusammengeschlossen. Um dieses gemeinsame Ziel zu verfolgen, werden beide Partner dazu beitragen, das Bewusstsein für Organisationen und Einzelpersonen zu stärken, die sich aktiv im Kampf gegen jedwede Form von Diskriminierung engagieren.



Während dieser Saison wurde die Kampagne #KickItOutGeneration vorgestellt. Jeder, der möchte, dass der Fußball inklusiver wird, ist Teil von #KickItOutGeneration. „Wenn du den Sport liebst, aber den Hass, der manchmal mit ihm einhergeht, nicht magst, dann mach mit!“, so lautet das ausgegebene Motto.

Während der Spielzeit 2019/2020 wurde eine wöchentliche Reihe von Inhalten auf dem englischen Twitter-Kanal des Clubs @BlackYellow erstellt, die Geschichten über die Bekämpfung jeglicher Arten von Diskriminierung sowohl im als auch außerhalb des Sports erzählt.

„Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit Kick It Out. Gemeinsam werden wir unsere Reichweite nutzen, um weltweit auf diese wichtigen Themen aufmerksam zu machen“, erklärte Daniel Lörcher, Leiter Corporate Responsibility von Borussia Dortmund, anlässlich der am 4. November 2019 begonnenen Partnerschaft.

*Lesbisch, Schwul, Bi-, Trans- und Intersexuell, Queer.

15 Jahre BVB-Lernzentrum

Die Initiative des Fan-Projekt Dortmund e.V. stellt ein breitgefächertes Jugendbildungsangebot zur Verfügung und kommt damit der gesellschaftlichen Verantwortung des Fußballs nach. Dabei nutzt sie die besondere Faszination des außerschulischen „Lernorts Stadion“, die sich durch die Identifikation mit Borussia Dortmund als Verein mit großer regionaler Bedeutung ergibt. Verortet in der Herzkammer von Borussia Dortmund, ist das BVB-Lernzentrum unter der Südtribüne ein Anker für junge Menschen. Ein Hort für Haltung und ein Ort, der seit über 15 Jahren Halt gibt. Im Dezember 2019 wurde daher gefeiert, wo sonst gelernt wird.

Junge Menschen, die mit traditionellen Angeboten nicht oder nur unzureichend zu erreichen sind, werden durch die besondere Stadion-Atmosphäre an politische und soziale Bildungsangebote herangeführt. Unterstützt wird das Lernzentrum unter anderem von der BVB-Stiftung „Leuchte auf“, der DFL-Stiftung und SIGNAL IDUNA.



Fachtag Antidiskriminierung von DFL/DFB

„Handlungsansätze gegen Rechtsextremismus“ und „Maßnahmen gegen sexualisierte Gewalt im Verein“ waren die Schwerpunktthemen der zweitägigen Fachtagung, die im Februar 2020 auf Einladung des DFB und der DFL in der Zentrale des Deutschen Fußball-Bundes in Frankfurt/Main stattgefunden hat. Der BVB leistete mit einem Vortrag von Amelie Gordien zur „Arbeit gegen Sexismus und sexualisierte Gewalt“ bei Borussia Dortmund seinen Beitrag.

Erinnerungsarbeit

Aktionsspieltag gegen das Vergessen

Anlässlich des jährlichen „Internationalen Tages des Gedenkens an die Opfer des Holocaust“ am

Es erfüllt mich mit besonderem Stolz, dass es eine Faninitiative mit vielen Aktivitäten gegen Diskriminierung gibt, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus unterschiedlichsten Bereichen geschult wurden und werden und dass unsere Partner und Sponsoren gemeinsam mit uns an diesen Themen arbeiten.

Hans-Joachim Watzke

27. Januar findet in der Bundesliga der von der DFL-Stiftung ausgeschriebene „Erinnerungstag im deutschen Fußball“ statt.

Auch beim BVB fand am 1. Februar 2020 der BVB-Aktionsspieltag zum „Tag gegen das Vergessen“ beim Heimspiel gegen Union Berlin statt. Hierzu wurden im Stadion drei Maßnahmen durchgeführt. Zunächst wurde ein Video mit vier stellvertretenden Personen des Teilnehmerkreises der Gedenkstättenfahrten des BVB gezeigt. Im Video wurden Biografien von Dortmunder Jüdinnen und Juden vorgestellt. Weiterhin entstand ein gemeinsames Foto #WeRemember beider Mannschaften im Zusammenhang mit einer weltweiten Aktion des World Jewish Congress. Zuletzt wurde auf den LED-Banden unter anderem der Slogan „Borussia verbindet! Gemeinsam erinnern. Gemeinsam gegen Antisemitismus.“ eingeblendet.

Bildungsreisen

Im Juli 2019 führte eine Bildungsreise mit 30 Fans nach Oświęcim und in die Gedenkstätte Auschwitz. Es war die erste, mit der Teilnahme von fünf gehörlosen Personen, inklusive Fahrt. Im September 2019 leiteten Dr. Andreas Kahrs, Robert Claus und Daniel Lörcher im Rahmen eines Fortbildungsangebotes der DFL für Fanbeauftragte und Fanprojektmitarbeiter*innen die Reise ins tschechische Terezín zum ehemaligen Ghetto Theresienstadt. Neben der eigenen Auseinandersetzung vor Ort unterstützte und thematisierte die Reise vor allem



die Umsetzung eigener Projekte an den Standorten der Fanclubs. Im November 2019 fand eine weitere Bildungsreise nach Oświęcim und in die Gedenkstätte Auschwitz für Mitarbeiter*innen von Borussia Dortmund und von Evonik statt, bei der auch erstmals Mitarbeiter*innen von Puma und der SIGNAL IDUNA dabei waren.

Führung im Jüdischen Museum für BVB-Fans

Ebenfalls mit Unterstützung von Evonik bot Borussia Dortmund im Rahmen des Auswärtsspiels am 30. November 2019 bei Hertha BSC wieder Führungen durch das Jüdische Museum Berlin für BVB-Fans an. Am Spieltag waren alle BVB-Fans eingeladen, das Jüdische Museum zu besuchen. Dort wurden am Vormittag kostenlose Führungen angeboten.



Gemeinschaftsprojekt Arolsen Archives

Im September 2019 startete ein gemeinsames Projekt mit den „Arolsen Archives“. Entstehen soll eine Handreichung „Verfolgung und Fußball“ für Akteure in den Vereinen. Ziel ist es, für die eigenständige Erinnerungs- und Bildungsarbeit zur nationalsozialistischen Verfolgung in den Vereinen anhand von Geschichten verfolgter Fußballer in Europa Material zur Verfügung zu stellen. Das Projekt umfasst weiterhin Anregungen für die Durchführung eines Projekttag, der als Auftakt für eine vertiefende Beschäftigung mit dem Thema in lokalhistorischen Projekten dienen kann.

Vortrag Oberstaatsanwalt Andreas Brendel

Am 24. Oktober 2019 hörten 50 Personen aus dem Kreis von Fans, Partnern, Sponsoren und Mitarbeiter*innen den Vortrag von Oberstaatsanwalt Andreas Brendel zu. Es ging im Allgemeinen um die Arbeit der „Zentralstelle im Lande Nordrhein-Westfalen für die Bearbeitung von Nationalsozialistischen Massenverbrechen“ in Dortmund und im Speziellen um die Verfahren im Zusammenhang mit den ehemaligen deutschen Konzentrations- bzw. Vernichtungslagern in Polen. Nach dem Vortrag stand den Teilnehmer*innen Zeit für Fragen und zur Diskussion zur Verfügung.

Fan- und Jugendhaus

103-2

Bis zur Euro 2024 soll mit dem Fan- und Jugendhaus des BVB ein integrierter Treffpunkt für Menschen und Themeninhalte geschaffen werden. Der BVB hat sich das Ziel gesetzt, das besondere und einmalige Verhältnis zwischen Borussia Dortmund und seinen Fans durch verschiedene Angebote auch jenseits des Stadionbesuchs am Spieltag auszubauen. Der BVB ist sich dabei seiner gesamtgesellschaftlichen Rolle und der damit verbundenen Verantwortung bewusst und nimmt diese als Chance wahr. Zum Projekt „Fan- und Jugendhaus“ wurde im Berichtszeitraum eine Studie mit dem Ziel beauftragt, das Potenzial des Vorhabens in seiner umfangreichen Tiefe, Ambition und möglichen Wirksamkeit zu betrachten und dabei stets die lokale, regionale und globale Strahlkraft und Bedeutung des BVB und des gesellschaftlichen Phänomens Fußball zu berücksichtigen.

Hierzu wurden umfangreiche Gespräche mit unterschiedlichen Stakeholdern geführt und deren Ansprüche und Wünsche an einen solchen Ort erfragt. Dabei wurden auch gemeinsam konkrete Nutzungsideen erarbeitet. In diesem Zuge wurde das Stadionumfeld mit seinen Potenzialen als Ganzes betrachtet, die logistischen, baulichen und kommerziellen Wünsche wurden berücksichtigt und die Möglichkeiten einer zukünftigen Entwicklung dieses Umfeldes mitbeleuchtet. Auch die zukünftige Planung der Messeerweiterung und der Umbau der Strobelallee wurden dabei berücksichtigt. Auf dieser Grundlage wurden ein Nutzungskonzept und ein erster Kostenplan erstellt, Angebote für die weiteren Planungsschritte liegen vor.

103-2 203-2 | Stiftung „leuchte auf“



v. l.: Daniel Lörcher, Thomas Treß, Marieke Köhler, Carsten Cramer

Personelle Änderungen in der BVB-Stiftung „leuchte auf“

Im Berichtszeitraum ist es zu personellen Änderungen in der Stiftung „leuchte auf“ gekommen. Hans-Joachim Watzke hat sein Amt als Vorsitzender abgegeben. Eine Vielzahl anderer Aufgaben, die zuletzt auf ihn zugekommen sind, hat diesen Schritt notwendig gemacht. Olaf Suplicki

KIND-Award für „leuchte auf“

Die BVB-Stiftung erhielt in diesem Jahr den KIND-Award des gemeinnützigen Dortmunder Vereins „Kinderlachen e.V.“.

„Unsere Preisträger bringen sich seit vielen Jahren aktiv und nachhaltig in die Zivilgesellschaft ein. Sie wenden sich nicht schulterzuckend von ihren Mitmenschen ab, sondern denken über den eigenen Tellerrand hinaus und packen da an, wo es etwas zu tun gibt. Das macht sie zu Vorbildern, und wir möchten ihnen mit unserer Auszeichnung hierfür danken und weitere Menschen motivieren, sich ehrenamtlich für Kinder und Jugendliche zu engagieren“, erklärten Christian Vosseler und Marc Peine, die gemeinsam vor 17 Jahren den Verein „Kinderlachen“ gründeten und den KIND-Award im Jahr 2005 ins Leben riefen.

Themen der Zukunft, Gesundheit, Vielfalt und des ehrenamtlichen Engagements bilden das Funda-

ment der Arbeit von „leuchte auf“. Die BVB-Stiftung ist vor allem in Dortmund und der Region Ruhrgebiet aktiv und bindet die Fanszene regelmäßig mit ein.

Thomas Treß und Carsten Cramer führen die Stiftung nunmehr als gleichberechtigte Vorstände. Neue Stiftungsmanagerin ist Marieke Köhler.

ZUKUNFT

Im Berichtszeitraum unterstützte die BVB-Stiftung im Förderschwerpunkt Zukunft mehrere Projekte und Einrichtungen. Der Förderverein der Kita Erdbeerfeld e.V. erhielt eine Kostenbeteiligung an der Neugestaltung des Kindergarten-Bewegungsraumes. Und der DRK Kreisverband Dortmund e.V. konnte sich über die Finanzierung einer Vorschulkinder-Abschlussfahrt des DRK-Familienzentrums Zwergenland freuen. Die Feggendorf Association Civil ist eine Fußball-Akademie mit sozialen und pädagogischen Schwerpunkten für Kinder in Mexico City und wird seit mehreren Jahren unterstützt.

GESUNDHEIT

„Die Kleinen stark machen“, so heißt das auf Kindergarten-Kinder ausgerichtete Projekt, das die IKK classic insbesondere für Einrichtungen in sozial benachteiligten Stadtteilen entwickelt hat. Das Angebot soll dazu beitragen, dem zunehmenden Bewegungsmangel bei Kindern im Vorschulalter entgegenzuwirken.

Ein weiterer Schwerpunkt des Projektes liegt in der Vermittlung einer gesunden Ernährung. Neben der Weiterleitung wichtiger Informationen an die Eltern wird den Kindern spielerisch der verantwortungsbewusste Umgang mit Lebensmitteln und Küchengeräten nähergebracht. Themen wie die Ernährungspyramide und Esskulturen anderer Länder sind hierbei genauso Bestandteil der Lerneinheiten wie das gemeinsame Zubereiten von gesundem Frühstück und Mittagessen.

Das AWO-Familienzentrum „Am Bruchheck“ ist eine von sechs Kindertagesstätten in Dortmund, die sowohl am Bewegungs- als auch am Ernährungsprogramm teilgenommen hat. Borussia Dortmund und die BVB-Stiftung „leuchte auf“ unterstützen das Projekt.



ENGAGEMENT

Mit der Säule „Engagement“ ist schon immer das Stiftungsprojekt „Schwarzgelbe Familie“ verknüpft. Hierbei geht es darum, den ehrenamtlichen Einsatz von BVB-Fanclubs in den Fokus zu rücken und zu unterstützen.

In diesem Rahmen stellten auch die Mitglieder des BVB-Fanclubs „Eisborussen 1996“ der Stiftung eine Projektidee mit sozialem Hintergrund vor. Der Fanclub setzte sich für die Raphael-Förderschule in Recklinghausen ein und half dabei, den Pausenhof der Schule neu zu gestalten. Insbesondere für die älteren Schüler der Sekundarstufe II

und Berufspraxisstufe fehlten während der Pausenzeiten Sitz- und Rückzugsmöglichkeiten, in denen sie ein wenig von den Unterrichtsstunden entspannen können.



VIELFALT | Zusätzliche Räumlichkeiten für Fanprojekt Dortmund

Bereits seit 1987 engagiert sich der gemeinnützige Verein Fan-Projekt Dortmund e.V. mit sozialpädagogischen Inhalten für Jugendliche und junge Erwachsene in Dortmund. Als „Drehpunkt-einrichtung“ für die jungen Fans des BVB kommt der Verein deren Bedürfnissen in verschiedenen Lebenssituationen entgegen. Zum Engagement gehören beispielsweise Begleitungen der Fans zu den schwarzgelben Heim- und Auswärtsspielen, Besuche an ihren Treffpunkten sowie individuelle Hilfen und Beratungen, unter anderem in problematischen Lebenslagen.

Die beengte Raumsituation des Fan-Projekt-Standortes in der Dortmunder Dudenstraße machte es den Mitarbeiter*innen bisher nur schwer möglich, die BVB-Fans zielgerichtet in verschiedenen Altersgruppen zu betreuen. Aus diesem Grunde gab es den Plan, zusätzliche Räumlichkeiten anzumieten und so minderjährigen BVB-Fans einen angemessenen Rückzugsort zur Verfügung zu stellen. Unter dem Motto „Ohne Nikotin und Alkohol, aber mit viel Programm“ konnten die neuen Aufenthaltsräume perfekt mit dem gewaltpräventiven Angebot „Young Generation“ verbunden werden. Hierbei geht es bereits seit mehreren Jahren darum, jugendlichen BVB-Fans unter 18 Jahren die Möglichkeit zu geben, den BVB bei ausgewählten Auswärtsspielen zum Taschengeldpreis zu unterstützen. Darüber hinausgehende, umfassende pädagogische Angebote und regelmäßige Treffen der „Young Generation“-Gruppe scheiterten bisher aber am nicht ausreichenden Platzangebot des Fan-Projektes.

103-2 | **Identität**

August Höhner: Seit 80 Jahren Borusse!

Gemeinsam mit dem Vorsitzenden des Ältestenrats, Wolfgang Paul, und dessen Stellvertreter, Theo Redder, nahm das Präsidium die Ehrung langjähriger Mitglieder vor. Traditionell beginnt diese mit jenen Borussen, die seit 25 Jahren im Verein sind. Für 40-jährige Mitgliedschaft wurde u. a. Reinhard Rauball geehrt, für 55 Jahre das frühere Vorstandsmitglied Wolfgang Polak. Stehende Ovationen und minutenlangen Applaus gab es für August Höhner, der seit 1939 Vereinsmitglied ist!



BVB weiht „Aki-Schmidt-Platz“ ein

Zum 84. Geburtstag von Aki Schmidt wurde durch Dortmunds Oberbürgermeister Ullrich Sierau und Dr. Reinhard Rauball der „Aki-Schmidt-Platz“ am Trainingsgelände Hohenbuschei eingeweiht.

“Das ist heute ein besonderer Tag und ein besonderer Ort.

Oberbürgermeister Ullrich Sierau

„Aki Schmidt war einer der größten BVB-Spieler, eine Legende. Wir wollen für ihn hier einen Platz haben, der ihm gerecht wird“, gedachte Oberbürgermeister Sierau bei der Platz-Eröffnung des ehemaligen BVB-Akteurs. Dr. Reinhard Rauball ergänzte: „Aki ist eine Legende. Er war jemand, der dem Verein verbunden war – das war immer erkennbar. Ich danke allen, die eine Eröffnung des Aki-Schmidt-Platzes ermöglicht haben.“



Borussia Dortmund startet in der Walking Football League

Walking Football, bei dem Rennen nicht erlaubt ist, richtet sich an Borussen, die 60 Jahre und älter sind und immer noch Spaß am aktiven Fußballspielen haben. Ein 90-minütiges Training unserer Walking-Football-Gruppe findet dienstags um 10 Uhr in der BVB Evonik Fußballakademie statt.



103-2 | **Fans & Social Media**

BVB startet Fan-Podcast „Mein Block“

Im Fan-Podcast, präsentiert von der comdirect, lassen wir Fans zu Wort kommen und bringen sie mit Spielern und Legenden zusammen. Alle zwei Wochen immer samstags erzählt ein Fan seine Geschichte mit dem BVB. Dazu geht es ins Stadion zum Interview auf ihre Stammsitze, in ihren Block.

Der neue 1&1-BVB-Podcast!

Mitte März 2020 sprach BVB-Direktor Kommunikation, Sascha Fligge, in der Premieren-Folge des vom neuen Hauptsponsor 1&1 präsentierten Podcasts mit BVB-Geschäftsführer Carsten Cramer den schwierigen Zeiten entsprechend auch über Unbequemes: Mitarbeiter*innen im Homeoffice, geschlossene Fanshops, Mannschaftssportler ohne Mannschaftstraining etc. Und doch steckte auch viel positiver Inhalt in Podcast Nummer eins, denn der BVB und seine Fans wirken gerade in dieser Zeit mit zahllosen Maßnahmen unter dem Dach „#BorussiaVerbundet“ tief in die Gesellschaft hinein.



Im Livestream: Fotos aus Sobibor

Dr. Andreas Kahrs, seit Langem fachlicher Begleiter einer Vielzahl von Projekten der Erinnerungsarbeit des BVB, präsentierte per Web-Konferenz die geschichtlichen Hintergründe der „Fotosammlung Johann Niemann“. Niemann war stellvertretender Kommandant des Vernichtungslagers Sobibor, das Teil der als „Aktion Reinhard“ bezeichneten Ermordung von etwa 1,8 Millionen Jüdinnen und Juden in den Todeslagern Sobibor, Belzec und Treblinka war. Dr. Andreas Kahrs verstand es, mit großem Hintergrundwissen das zum Teil eher belanglos wirkende Bildmaterial historisch einzuordnen und den Schrecken der Vernichtungsmaschinerie des Nazi-regimes anhand einer Einzelbiografie aufzuzeigen.

Facebook-Seite der BVB-Fanbeauftragten

265.000 Fans von Borussia Dortmund haben die Facebook-Seite der BVB-Fanbeauftragten abonniert. Das ist Ausdruck einer besonders innigen und dialogischen Verbindung. Die Fantage-Veranstaltung „Für Fußball umme Welt – Groundhopper erzählen ihre Geschichten“ konnte coronabedingt nur digital stattfinden und wurde aufgezeichnet. Über die Kommentarfunktion oder die E-Mail-Adresse fantage@bvb.de konnten Fans bereits vor der Veranstaltung Fragen an die Groundhopper richten.



265.000
BVB-Fans

haben die Facebook-Seite der BVB-Fanbeauftragten abonniert.



Immer mittendrin: Das Stadion und sein Umfeld.

Das nachhaltige Stadionerlebnis ist für den BVB der zentrale Dreh- und Angelpunkt. Der sichere und verantwortungsvolle Stadionbetrieb ist Grundvoraussetzung für die zukunftsfähige Weiterentwicklung auch des Umfeldes. Das Stadion ist nicht nur an Spieltagen emotionaler Treffpunkt unserer Fans, es ist ganzjähriger, zentraler Veranstaltungsort. Zwar ist es der größte Einflussfaktor auf Energie- und Wasserverbräuche, Abfallaufkommen und Ressourcenströme des BVB, dennoch haben wir uns wegen der zunehmenden Bedeutung unserer Umweltverantwortung entschlossen, unsere Umweltaspekte in einem separaten siebten Arbeitsschwerpunkt zu entwickeln und zu berichten. Ab diesem Berichtszeitraum stehen hier folglich die Gewährleistung der Betriebssicherheit des Stadions und dessen technisch-bauliche Zukunftsfähigkeit sowie die Weiterentwicklung des Umfeldes im Fokus.

Coronabedingte Modifikationen der Planungen

Für Stadion und Umfeld geplante Instandsetzungen, Modernisierungen oder Ausbaumaßnahmen sind in weiten Teilen von der Covid-19-Pandemie verzögernd beeinflusst worden. So stand die sonst für Baumaßnahmen intensiv genutzte Sommerspielpause nicht wie gewohnt zur Verfügung. Die Verlegung der Spieltage und die damit verbundene Planungsunsicherheit führten dazu, dass



Bauftragungen schon aus logistischen und ablauforganisatorischen Gründen nicht erfolgen konnten. Darüber hinaus sind selbstverständlich auch bei Borussia Dortmund Einsparmaßnahmen zum Tragen gekommen, die für den Zeitraum großer wirtschaftlicher Ungewissheit greifen. Im Folgenden werden die Maßnahmen beschrieben, die „vor Corona“ realisiert wurden. Aufgrund der weiteren Unsicherheit bezüglich des Saisonverlaufs 2020/2021 zum Redaktionsschluss dieses Berichts sind konkrete Angaben zu weiteren Realisierungen nicht möglich.

Stadion in neuem Licht

Der SIGNAL IDUNA PARK strahlt heller als bisher, denn bis zu 2.700 Lux sind jetzt überall

auf dem Spielfeld möglich. Das ist zwar deutlich mehr als aktuell gefordert, doch in Zukunft werden eine brillante Farbwiedergabe und der flackerfreie Betrieb insbesondere für die Super-Slow-Motion-HDTV-Übertragung benötigt.

Etwa sechs Millionen Euro hat Borussia Dortmund im Sommer 2019 allein im SIGNAL IDUNA PARK verbaut. Eine der Maßnahmen war die Errichtung einer neuen Flutlichtanlage. Exakt 252 hochmoderne LED-Flutlichtstrahler haben die alten Leuchten unter dem Stadionsdach ersetzt und übertreffen die neuesten DFL-Medienanforderungen. „Mit unserem bisherigen Flutlicht hätten wir das neue Reglement nicht eingehalten. Mit den 2.100 Lux in Richtung der Kameras übertreffen wir nun



Wir haben mit dem neuen Flutlicht nachhaltig in die technische Grundausstattung des Stadions investiert und nicht in eine Event-Beleuchtung.

Dr. Christian Hockenjos, Direktor Organisation

die Mindestanforderungen klar. Und wir erfüllen damit schon jetzt die UEFA-Anforderungen für die UEFA Euro 2024. Wir mussten ohnehin in neues Licht investieren und haben gesagt: Dann machen wir das auch richtig und stellen auf LED-Technologie um“, so Dr. Christian Hockenjos, Direktor Organisation beim BVB.

Award „Pitch of the Year“ für Borussia Dortmund

Der beste Rasen der Bundesliga liegt im SIGNAL IDUNA PARK. Eine Fachjury aus Mitgliedern der Deutschen Rasengesellschaft (DRG e.V.) hat die Auszeichnung „Pitch of the Year“ für die Saison 2019/2020 in der Bundesliga an Borussia Dortmund vergeben. Beim BVB zuständig für die Rasenpflege ist das Team um den leitenden Platzwart Willi Droste.

Der Preis wird seit 2013/14 vergeben. Der BVB gewann zuletzt in der Saison 2016/17 und befand sich seit Einführung der Auszeichnung stets auf einem der ersten drei Ränge der Bundesligisten. In diesem Jahr ging Platz zwei an Rasenballsport Leipzig, Dritter wurde der FC Bayern München.

Die Bewertung der Spielfelder basierte in diesem Jahr auf dem Bewertungssystem Sport und auf

Die neuen Thorn LED-Strahler mit modernster Lichttechnologie bieten beste Lichtqualität und lange Lebensdauer von mehr als zehn Jahren bei gleichzeitig geringerem Verbrauch.

Gleichwohl freut sich der Direktor Organisation aber über die Möglichkeit, bei einer etwaigen Zusatzinvestition mittelfristig auch entsprechende Lichteffekte erzeugen zu können. Etwa bei Drittformaten wie dem Weihnachtssingen oder einem Abschiedsspiel. Die LED-Technik bietet die Grundvoraussetzung, dies künftig auch selbst zu realisieren.

saisonalen Messdaten aus der Eigenprüfung des Stadion-Greenkeepings. Beim Bewertungssystem Sport geben nach jedem Spiel der 1. und 2. Liga die Kapitäne beider Vereine und der Schiedsrichter ihr Urteil über den Zustand des Spielfelds ab. Der üblicherweise erfolgende Jury-Besuch der Stadien wurde in diesem Jahr ausgesetzt, da coronabedingt keine Vor-Ort-Beurteilung stattfinden konnte.



103-2 | Schutzkonzept PANAMA

Borussia Dortmund begrüßt bei fast jedem Heimspiel mehr als 80.000 Fans und Besucher*innen im Stadion. Ein Spieltag ist somit eine Großveranstaltung, bei der es durch das Zusammentreffen vieler Menschen immer wieder auch zu negativen Vorfällen kommen kann.

Bislang gab es im Stadion und in dessen Umfeld neben den Sicherheitsorganen wie Polizei und Ordnungsdienst noch keinen strukturierten Hilfeprozess, der Hilfesuchenden in bedrohlichen Situationen niederschwellig Schutz bot. Eine bedrohliche Situation kann sowohl durch das eigene Empfinden von Unwohlsein, Platzangst, Autismus etc. als auch durch das Handeln Dritter, wie zum Beispiel durch Diskriminierung, Gewaltandrohung, sexuelle Übergriffe, Homophobie etc., ausgelöst werden. Zudem gibt es bislang keine verlässlichen Zahlen über solche Vorkommnisse. Mit dem Schutzkonzept „PANAMA“ bietet Borussia Dortmund nun einen Hilfeprozess für alle Hilfesuchenden, der sowohl dokumentiert als auch ständig optimiert wird.

Die Ziele, die der BVB mit der Etablierung dieses Konzepts verfolgt, sind die Sensibilisierung für diskriminierende Vorfälle sowie bedrohliche Situationen und deren Enttabuisierung. Weiterhin sollen Zivilcourage und allgemeines Sicherheitsgefühl der Fans gestärkt sowie Vorfälle im Stadion erfasst und ausgewertet werden. Insgesamt soll dies bei Borussia Dortmund intern und extern eine Achtsamkeitskultur etablieren. Entscheidend dabei ist, dass jede hilfesuchende Person ernst genommen wird. Mit der Frage „Wo geht’s nach PANAMA?“ oder dem Codewort „PANAMA“ wird allen Hilfesuchenden die Möglichkeit gegeben, ohne Rückfragen und Bewertung schnelle Hilfe zu erhalten. Welche Situationen als bedrohlich bewertet werden, ist bei der Hilfsmaßnahme nicht relevant. Grundsätzlich wird nicht hinterfragt, wer Hilfe benötigt oder wann und warum Hilfe benötigt wird.

Ein Schutzraum auf der Süd-Ebene 1 in der Nähe des Sanitätsraumes dient als Anlaufstelle im Stadion. Wer diesen Raum aufsucht, wird am Spieltag von Fachkräften – psychosozialen Notfallversorgern des DRK – betreut. Der Raum ist für Hilfesuchende immer zugänglich. Wenn ein Hilfsangebot erwünscht ist, greift eine abgestimmte Meldekette.



Mithilfe eines vorgefertigten Formblattes werden alle gemeldeten Vorfälle von der Awareness-Group erfasst, ins Ordnungsdienstprotokoll aufgenommen und im „Debriefing des Spieltages“ erwähnt.

Bodyflags für Ordnungsdienst

Borussia Dortmund hat beim Heimspiel gegen Eintracht Frankfurt einen Teil der Ordner*innen erstmals mit einer sogenannten Bodyflag ausgestattet. Damit unterstützt der Ordnungsdienst des BVB die eingesetzten Sanitäter bei eventuellen medizinischen Notfällen auf den Stehplatztribünen.

Die ca. 2 Meter lange Teleskopstange ist mit einer roten Fahne ausgestattet, welche bei Bedarf den Sanitätern im voll besetzten Stehplatzbereich eine Orientierung zum Einsatzort gibt. In jedem Mundloch führen Mitarbeiter*innen dieses Hilfsmittel mit. Aber auch auf dem Vorplatz und an den Eingängen wird die Bodyflag zukünftig zur Ausstattung des Ordnungsdienstes gehören. So können wertvolle Minuten bis zur Erstversorgung gewonnen werden.

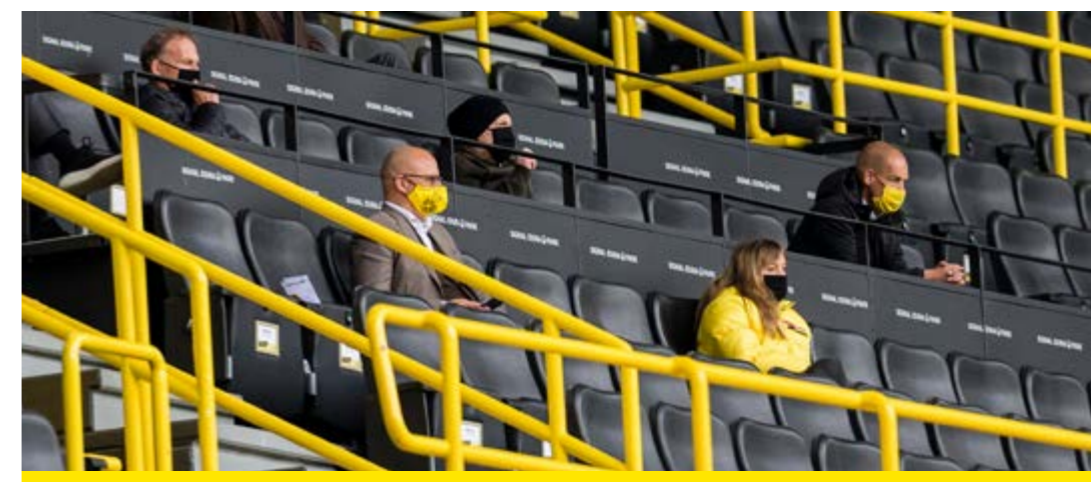


Stadionsicherheit

Die wesentlichen baulichen und ordnungsdienstlichen Maßnahmen zur Besuchersicherheit sind im Kapitel „Wesentliche Themen“ unter „Besuchersicherheit“ beschrieben. Eine Krisenstabsübung wurde im Januar 2020 durchgeführt, da die Vorteile einer abgestimmten Vorgehensweise seit dem Anschlag auf die Mannschaft 2017 sehr präsent sind.

Ein kleines Handbuch für die Mitarbeiter*innen des Ordnungsdienstes ist in der Planung. Hiermit werden die relevanten Informationen für alle Kräfte verschriftlicht. Eine Auffrischung der Ordnungsdienst-Schulung ist nach Möglichkeit für die Saison 2020/2021 geplant.

Die sogenannte Orga-App wurde bereits wie geplant in der Hinrunde eingeführt. Hiermit können die Dienstleister im Stadion sowie deren Zugangsbereiche und -zeiten deutlich komfortabler und smarter gesteuert werden. Die App konnte sich



Hockenjos führt erneut Stadienbetreiber-Vereinigung an

Dr. Christian Hockenjos ist erneut zum Vorsitzenden des Vorstandes der Vereinigung Deutscher Stadienbetreiber (VdS) gewählt worden. Borussia Dortmunds Direktor für Organisation gehört dem Präsidium der VdS bereits seit der Gründung im Jahr 2007 an.

Als Interessenvertretung der wesentlichen Stadien in Deutschland wählt die Vereinigung alle zwei Jahre aus ihrer Mitte einen Vorstand, der als erster Ansprechpartner für Mitglieder, Kontakt für Ver-

auch dadurch bewähren, dass sie bereits die Umsetzung der Anforderungen des Sonderspielbetriebs deutlich erleichterte.

Die Entrauchungsanlage des Hospitality-Bereiches in der Nordtribüne konnte coronabedingt nicht wie geplant realisiert werden. Dies soll nun in der nächsten Spielzeit nachgeholt werden. Die bestehende Anlage wird erneuert und auf den neuesten Stand der Technik gebracht.

Die Sicherheitsaspekte im Sonderspielbetrieb nach dem DFL-Konzept können hier nicht umfassend dargestellt werden. Im Arbeitsschwerpunkt Organisation werden dazu einige Aspekte beschrieben. Völlig neu waren unter anderem die geringe Anzahl von maximal 321 beteiligten Personen in und um das Stadion, die Realisierung der drei Sicherheitszonen – aufgeteilt nach Innenraum, Tribünenbereich sowie Außenbereich – und die Handdesinfektionsthematik.

bände und Dienstleister der Branche dient. Auch Hockenjos` Stellvertreter Jürgen Muth (Bayern München) und Stephan Lemke (Eintracht Braunschweig) wurden wiedergewählt.



Immer an die Umwelt denken: Ökologische Verantwortung übernehmen

Diesen Arbeitsschwerpunkt haben wir im Januar 2020 neu für uns definiert, um die BVB-Maßnahmen im Bereich der ökologischen Verantwortung zusammengefasst effektiver greifen zu können, denn diese gehen deutlich über die direkten Auswirkungen des Spielbetriebs hinaus. Zwar geht vom Stadion als zentraler ganzjähriger Veranstaltungsort der größte Einfluss auf Energie- und Wasserverbräuche, Abfallaufkommen und Ressourcenströme des BVB aus, aber auch in unseren anderen Betriebsstätten haben wir relevante Ressourcenverbräuche. Auch ist das Thema Mobilität mit Besucherströmen, Dienstreisen und Mannschaftsreisen in seiner Wirkung vielschichtig. Darüber hinaus übernimmt der BVB Verantwortung bei der Sensibilisierung seiner Fanbasis für die Themen des Umwelt- und Klimaschutzes und unterstützt mit seinen Partnern entsprechende Projekte und Initiativen.

Ökostrom

103-2
302-2
305-5

In Zusammenarbeit mit dem BVB-Partner LichtBlick startete 2014 das ehrgeizige Projekt „Strom09“. Projektidee war es, den CO₂-Ausstoß und Ressourcenverbrauch zusammen mit unseren Fans zu reduzieren und 1 Tonne CO₂ für jeden Sitzplatz im schönsten Stadion der Welt einzusparen. Mit der Kampagne wurden die BVB-Fans für Umweltbelange sensibilisiert und zum Umstieg auf Ökostrom animiert. Das erste Etappenziel mit einer Einsparung von 5.000 t CO₂ wurde im September 2014 erreicht, das zweite Ziel von 25.000 t im Februar 2015, das dritte mit 68.600 t im Juli 2018 und das projektabschließende Ziel, die Einsparung von 81.365 Tonnen CO₂ – entsprechend 1 Tonne je Sitzplatz – wurde Ende 2019 erreicht. Mit Erreichen jedes einzelnen dieser vier Etappenziele wurden durch die BVB-Stiftung „leuchte auf“ und LichtBlick verschiedene soziale Einrichtungen gefördert (siehe S. 68 unter „Biodiversität“).

Ab der neuen Spielzeit 2020/2021 sind nun die DEW21 und der BVB eine starke, energiereiche Verbindung eingegangen, um die Botschaft noch stärker in die Region zu tragen. Heike Heim, Vor-

sitzende der DEW21-Geschäftsführung, erklärt: „Als lokal verwurzelt Unternehmen wollen wir das Beste für unsere Stadt. Die Premium-Partnerschaft mit dem BVB macht unser Engagement in ganz besonderer Weise deutlich. Dass wir genau die richtige Energie dafür mitbringen, steht außer Frage. Dafür sorgen wir nicht nur mit unserem schwarzgelben klimaneutralen Produkt „BVB-Vollstrom“. BVB-Geschäftsführer Carsten Cramer ergänzt: „Als heimatverbundener Verein schätzen wir regionale, aus Dortmund kommende



Partner umso mehr. Und wie es sich für Westfalen gehört, sind die Mitarbeiter beider Unternehmen echte Anpacker, die das Beste für Dortmund wollen und so für die unverwechselbare Mentalität

und Identität unserer Stadt eintreten – sogar weit über ihre eigentlichen Aufgaben, den Fußball und die Energieversorgung, hinaus. Denn sowohl der BVB als auch DEW21 engagieren sich für ihre

Heimat, fördern auch die Dortmunder Kultur und prägen so das Stadtbild entscheidend mit. Hier künftig noch stärker als bislang gemeinsam zu wirken, ergibt für beide Seiten hochgradig Sinn.“



Erweiterung Trainingszentrum Brackel

Im Zuge der im Sommer 2020 fertiggestellten sechsten Erweiterung des Profi- und Nachwuchsleistungszentrums in Brackel wurden die beiden neuen Gebäude (Geschäftsstelle Sport sowie Pfortner- und Medienhaus) sowie die Bestandsgebäude des Jugendinternats, des NLZ-Gebäudes und des Footbonauten an ein neues, integriertes Versorgungssystem angeschlossen. Dies besteht aus mehreren Versorgungsnetzen für Strom, Wärme, Gas und Wasser sowie einem neuen Telekommunikationsnetz. Das Profigebäude wird netzanschlussbedingt sowohl stromseitig als auch wärmeseitig separat versorgt, u. a. auch mit Solarthermie. Eine neue Energiezentrale mit 375 m² Bruttogrundfläche speist diese Netze und ermöglicht ein integriertes Energieversorgungskonzept.

Die im Norden des Areals entstandene Energiezentrale vereint die Strom- und Wärmeversorgung unter einem Dach. Wie die bestehenden Sportbauten ist sie mit der charakteristischen Holzfassade verkleidet, sodass alle Gebäude ein harmonisches

Ensemble bilden. Die Lamellenfassade aus Lärchenholz lässt die Energiezentrale optisch leicht und ruhig wirken. Gleichzeitig bildet der nachwachsende Rohstoff Holz einen Beitrag zur Nachhaltigkeit und reagiert architektonisch auf den naturnahen Außenraum des Trainingsgeländes.

Auf der Wärmeseite werden zwei separate Netze gespeist. Zum einen das Gebäudenetz mit einem zusätzlichen Jahreswärmebedarf von 162.000 kWh durch die beiden neuen Gebäude, zum anderen das Netz zur Versorgung der Rasenheizungen mit einem zusätzlichen Jahreswärmebedarf von ca. 2.126.000 kWh durch die neu an die Rasenheizung angeschlossenen Trainingsflächen. Die beiden Netze sind getrennt, da an die Versorgung der neuen Gebäude erhöhte Anforderungen gestellt werden. Auf diese Weise versorgen beide Netze das Areal maßgeschneidert mit Wärme unterschiedlicher Qualität. Die Qualität von Wärme liegt in der Art ihrer Erzeugung. Sie wird anhand des Einsatzes von Primärenergie (z. B. Erdgas oder Erneuerbare wie z. B. Sonnenstrahlung) und den damit verbundenen CO₂-Emissionen gemessen. Größtenteils werden die Gebäude durch eine hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlage (KWK-

Anlage) versorgt. Durch die gleichzeitige Erzeugung von Wärme und Strom wird ein Primärenergiefaktor von unter 0,7 realisiert (zum Vergleich Gas in Deutschland: 1,1 oder Biogas in KWK: 0,2) bei einer erwarteten Wärmebedarfsdeckung durch die KWK-Anlage von über 70 %.

Die Stromseite ermöglicht die direkte Nutzung des vor Ort in Brackel erzeugten Stroms auf dem Trainingsgelände. Zum einen wird Strom in der Energiezentrale über die KWK-Anlage und zum anderen gebäudeseitig über eine in das Dach der Geschäftsstelle Sport integrierte Photovoltaik-Anlage erzeugt. Die PV-Anlage auf der Geschäftsstelle Sport hat eine Nennleistung von 17 KilowattPeak (kWp) entsprechend einer jährlichen Stromproduktion von ca. 17.000 kWh und einem Deckungsanteil von ca. 50 % des Energiebedarfs an Strom des neuen Gebäudes.



Die Besonderheit an dieser PV-Anlage ist ihre Kombination mit den drei neuen E-Ladesäulen vor der Geschäftsstelle Sport. Dort können nun bis zu sechs Elektrofahrzeuge direkt mit grünem Strom vom eigenen Dach geladen werden. Allerdings sind genaue Daten und Verbrauchswerte erst mit Verzögerung anhand von Jahresverbrauchs-/erzeugungswerten möglich.

Im Rahmen der Infrastrukturmaßnahme wurden insgesamt ca. 7.300 Meter Leitungen und Rohre verlegt, deren Kapazität durch die ganzheitliche Betrachtung bereits für künftige Baumaßnahmen zur möglichen siebten Erweiterung ausgelegt wurde. Die Infrastruktur wurde auch so ausgelegt, dass z.B. durch den Einsatz von erneuerbarem Biomethan die Qualität der Wärme weiter verbessert werden kann und zusätzliche Gebäude in das Energieversorgungssystem integriert werden können.

Biodiversität

Mit Erreichen der Zielmarke des Projektes „Strom09“ (der Einsparung von 81.365 t CO₂/entsprechend 1 Tonne je Sitzplatz) wurde zum Abschluss der Kampagne das Schulbiologische Zentrum Dortmund mit einer Spende von 5.000 Euro unterstützt. Dort bieten die „Zooschule“ (Zoo Dortmund) und die „Grüne Schule“ (Botanischer Garten Rombergpark) an einem außerschulischen Lernort direkt erlebbaren Biologieunterricht für Kinder und Jugendliche aller Schulformen an. Gefördert wurde die Einrichtung von Wildbienen-Nisthilfen im Schulgarten des Zentrums, damit zukünftig die Schüler*innen in dem unter ökologischen Gesichtspunkten angelegten Garten den Zusammenhang zwischen den Lebensbedingungen der verschiedenen Wildbienenarten und den Nisthilfematerialien erleben können. So erhoffen sich die Projektbeteiligten einen „Schneeballeffekt“ im Kampf um die Erhaltung der biologischen Vielfalt.

Im direkten Umfeld des SIGNAL IDUNA PARK bringt sich der BVB bei der geplanten naturnahen Umgestaltung aller Grünflächen zwischen der B1 und den Kleingartenanlagen von Wittekindstraße bis Westfalenpark durch das Grünflächenamt der Stadt Dortmund ein. Dabei geht es unter anderem auch um alle Grünflächen im Randbereich der Großparkplätze. Die grundsätzliche Planung des Grünflächenamtes umfasst den Umbau dieser Grünflächen in Wildblumenwiesen, um damit den zahlreichen Insekten- und Tierarten Nahrungsquellen zu bieten und deren Vermehrung zu begünstigen. Mit der Schaffung von naturnahem und ökologisch wertvollem Lebensraum verfolgt man so die Förderung der heimischen Artenvielfalt.

Borussia Dortmund beteiligt sich weiterhin an Gesprächen bzw. an der Konzeptentwicklung für weitere Projekte zur Artenvielfalt, die insbesondere Kinder an die Thematik heranführen. Dazu hat sich die Dortmunder Kreisimkerei und hier der Imkerverein Dortmund-Kurl ergänzend zu den anderen Projektpartnern mit besonderen Ideen eingebracht. Zur stärkeren Verankerung des Themas „Bienen bzw. Wildbienen“ in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit besteht der Wunsch, in der Grünanlage Maurice-Vast-Straße ein Bienen-Informationszentrum einzurichten. Zur Vermittlung von Wissen in Wort und Bild rund um Imke-

rei, Bienenlehrpfad und ein Klassenzimmer unter freiem Himmel ist eine Zusammenarbeit mit dem BVB KidsClub angedacht, bei der die Wissensvermittlung durch das Maskottchen EMMA gestärkt werden kann. Weiterhin wollen sich zukünftig WWF Junior und BVB KidsClub gegenseitig bei der kindgerechten Aufklärung zum Thema Naturschutz und Umwelt durch den Austausch von Artikeln auf unseren jeweiligen Websites unterstützen.

Radleasing

Der BVB will seinen Mitarbeiter*innen die Möglichkeit bieten, über den Arbeitgeber ein Fahrrad oder ein Pedelec zu leasen. Dieses Angebot fördert zum einen die Bewegung und dient damit der Gesundheit durchaus auch im Sinne des betrieblichen Gesundheitsschutzes und sensibilisiert andererseits auch für eine umweltfreundliche Fortbewegung – und das mit einem steuerlichen Vorteil. Für den BVB hat das Angebot die Nebeneffekte, dass ein Fahrradstellplatz im Vergleich zu einem

Pkw-Stellplatz weniger Platz benötigt und dass der Weg zwischen der Geschäftsstelle und dem SIGNAL IDUNA PARK bzw. dem Trainingsgelände in Brackel flexibler gestaltet werden kann. Das Angebot soll auch die Versicherung und einen Wartungsvertrag beinhalten. Ein wesentlicher Grund für das große Interesse an dem Angebot liegt sicherlich auch darin begründet, dass viele der Mitarbeiter*innen im näheren Umkreis leben.

Elektromobilität

Ein weiterer Schritt im Ausbau der Ladeinfrastruktur für die Elektromobilität wurde mit Inbetriebnahme weiterer drei Ladesäulen am Trainingsgelände in Brackel getan, sodass nun mit den bestehenden sechs Ladesäulen insgesamt neun Ladesäulen am Stadion bzw. an der FanWelt und in Brackel zur Verfügung stehen. An der Geschäftsstelle sind weitere Ladesäulen geplant. Ebenso wurde der Fuhrpark mit drei Opel E-Corsas aufgestockt.

Kompensation der Flüge der Mannschaft

103-2
305-5

Zur Organisation möglichst sicherer und stressfreier Reisen unserer Mannschaft greift der BVB neben den Fahrten mit dem Mannschaftsbus auf ein gechartertes Flugzeug zurück. Mit Beginn der Saison 2019/2020 haben wir uns dafür entschieden, die durch die Flüge der Mannschaft verursachten CO₂-Emissionen über „atmosfair“ zu kompensieren.

„atmosfair“ ist eine gemeinnützige Klimaschutzorganisation, die seit 2004 Klimaschutzprojekte entwickelt und betreibt. Insbesondere bei Reisen unvermeidbare CO₂-Emissionen werden durch den Einsatz von erneuerbaren Energien im globalen Süden kompensiert. In

der ersten Hälfte der Saison wurden bei Flügen der Mannschaft und des Betreuerteams 463,65 t CO₂-Emissionen für den Betrag von 10.664 Euro, entsprechend einem Preis von 23 Euro/t CO₂, kompensiert. Dies entspricht im Vergleich der CO₂-Emission durch die Jahresfahrleistung von etwa 230 Mittelklassefahrzeugen.





Wasserverbrauch

Durch ein intensiveres Monitoring wurde festgestellt, dass sich der Wasserverbrauch im Vergleich zum vorherigen Jahr nahezu verdoppelt hat. Zwar hatten wir 2018 einen relativ geringen Verbrauch, doch spielen für den Mehrverbrauch mehrere Faktoren eine Rolle. Durch die im Vergleich zum Vorjahr höheren Temperaturen und geringeren Niederschläge musste der Rasen intensiver bewässert werden. Dafür wurden neue Schneekanonen angeschafft, die insbesondere in den heißen Sommermonaten zwischen 10 bis 12 Stunden täglich im Betrieb waren. Hinzu kam eine intensivere vollflächige Nassreinigung der Tribünen angesichts zunehmender Verschmutzung durch Taubenkot. Insbesondere die Südtribüne wurde regelmäßig in einem 14-täglichen Rhythmus gespült.

Als außerordentlicher Beitrag zu sehen war der zusätzliche Wasserverbrauch im Rahmen der Pylonensanierung in der Sommerpause 2019, bei der die alte Beschichtung mittels Hochdruckstrahlern abgetragen wurde. Aufgrund der coronabedingten Spielaussetzung und der Spiele ohne Besucher*innen werden die Verbrauchszahlen 2020 nicht mit denen der Vorjahre vergleichbar sein.

Umstellung des Bechersystems

Die Umstellung des Bechersystems für Getränke auf Mehrwegbecher im

größten deutschen Fußballstadion erfolgte mit Beginn der Saison 2019/2020. Seitdem wurden bis zur Aussetzung des Spielbetriebs im Februar 2020 alle 0,5-Liter-Kaltgetränke in einem Polypropylen (PP)-Mehrwegbecher ausgedient, mit Ausnahme des Gästefanbereichs im Norden und der Südtribüne, die auf Wunsch der Sicherheitsbehörden davon ausgenommen sind. In diesen Bereichen wird neuerdings ein Einwegbecher aus 100 % recycelten PET-Flaschen (rPET-Becher) eingesetzt.

Grundsätzliches Ziel ist es, ein aus ganzheitlicher Sicht möglichst umwelt- und ressourcenschonendes Bechersystem zu betreiben. Die Umstellung wird hinsichtlich der ökologischen Auswirkungen durch das Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg (IFEU) fachlich begleitet. Es ist offensichtlich, dass die Ökobilanz eines Mehrwegbechersystems im Wesentlichen davon abhängt, wie oft sich ein Becher im Umlauf befindet. Aufgrund der coronabedingten Aussetzung des Spielbetriebs und der Wiederaufnahme unter geänderten Bedingungen fehlen allerdings valide Zahlen für eine Beurteilung der ökologischen Auswirkungen durch die Umstellung. Mit dem Start der neuen

103-2
306-2



103-2

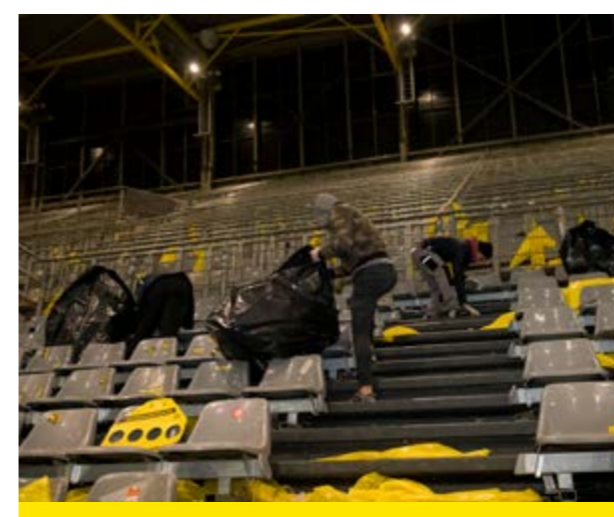
Saison und der Wiederezulassung einer eingeschränkten Besucheranzahl wurde aus gesundheitshygienischen Gründen im eingeschränkten Publikumsbetrieb auf den Einsatz des Mehrwegbechers verzichtet, um das Ansteckungsrisiko der Besucher*innen bei einem zweiten Anstellen zur Becherrückgabe zu vermeiden.

Im Zuge der Umstellung des Bechersystems im Stadion wurde mit dem Ziel der Minimierung des Restmülls ein Versuch gestartet, den im Gästefanbereich und auf der Südtribüne verwendeten rPET-Becher wieder sortenrein zu trennen. Dafür wurde der beim Spieltag angefallene Abfall händisch sortiert. Erste Auswertungen aus fünf Bundesligaheimspielen der Hinrunde zeigen, dass eine Recyclingquote von über 80 % grundsätzlich erreichbar ist, jedoch mit einem sehr hohen händischen Arbeitsaufwand. Erschwerend kommt hinzu, dass die notwendige Handhabungsfläche zur Mülltrennung im Normalbetrieb auf dem Gelände des SIGNAL IDUNA PARK derzeit nicht vorhanden ist. Das weitere Vorgehen ist aufgrund der coronabedingten Situation noch nicht entschieden.

103-2
306-2
306-4

Ressourceneffizienz und Abfallvermeidung

Ein kleines, aber feines Projekt zur Dematerialisierung ist die Umstellung aller Visitenkarten der BVB-Mitarbeiter*innen auf eine digitale mobile App.



Aus der Begeisterung für Borussia Dortmund erwächst eine große Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, aber auch den ökologischen Themen in Zeiten steigender Umweltbelastungen müssen wir uns zwingend stellen.

Die 17 Nachhaltigkeitsziele bieten Orientierung und einen Rahmen für nachhaltiges Handeln weltweit.

Carsten Cramer (Geschäftsführer Borussia Dortmund)



So werden nicht nur das Papier und der Druck für die Visitenkarten eingespart, sondern die Übergabe erfolgt auch berührungslos per Bluetooth, eine Weiterentwicklung in Zeiten der Pandemie.

BVB unterstützt Kampagne „Ziele brauchen Taten“

Die Regionale Netzstelle Nachhaltigkeitsstrategien West (RENN.west) ist ein Netzwerk aus Nachhaltigkeitsakteuren in Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland. RENN.west wurde Ende 2016 mit der Neuauflage der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie zusammen mit drei weiteren Netzwerken (RENN.nord, RENN.süd, RENN.mitte) gegründet. Ziel von RENN.west ist die Weiterentwicklung der politischen Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung Deutschlands.



Mit der Kampagne „Ziele brauchen Taten“ stärkt RENN.west die Aufmerksamkeit für die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDGs). Verschiedene Kommunikationsmittel informieren über die SDGs und zeigen Beispiele aus der Praxis. Die Kampagne wird mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert. Julian Brandt war einer der prominenten Botschafter des BVB für die Stärkung der Bekanntheit der 17 SDGs.

Immer Vollgas geben: Ganzheitliche Personalentwicklung

103-1

Qualifizierte Mitarbeiter*innen, die sich mit unseren Werten identifizieren, für uns zu gewinnen und langfristig an uns zu binden – das ist unser Anspruch. Ihnen eine Entwicklung zu ermöglichen, die sowohl beruflich als auch persönlich bereichernd ist, ist unsere Aufgabe. Der BVB ist ein Lebensgefühl: In unserer Unternehmens- und Vereinskultur spiegelt sich die besondere emotionale Verbundenheit der hier arbeitenden Menschen mit der BVB-Familie wider. Wir gehören zusammen – und stehen füreinander in guten wie in schlechten Zeiten ein! Dies haben wir gerade in dieser schwierigen Zeit der Corona-Pandemie durch den Einsatz und das Engagement aller unserer Mitarbeiter*innen bewiesen, indem sie den Betrieb und die Fan- und Sponsorenbetreuung aufrechterhalten oder noch intensiviert haben. Diese Kultur zu pflegen und weiterzuentwickeln ist und bleibt unsere Aufgabe.

102-8
401-1

Bis zum Ausbruch der Pandemie und dem Aussetzen des Spielbetriebs wurden 190 Mitarbeiter*innen neu eingestellt. Mit 879 Beschäftigten (zum Stichtag 30. Juni 2020) sind dies damit 3,5% mehr als im vorherigen Berichtszeitraum.

401-2

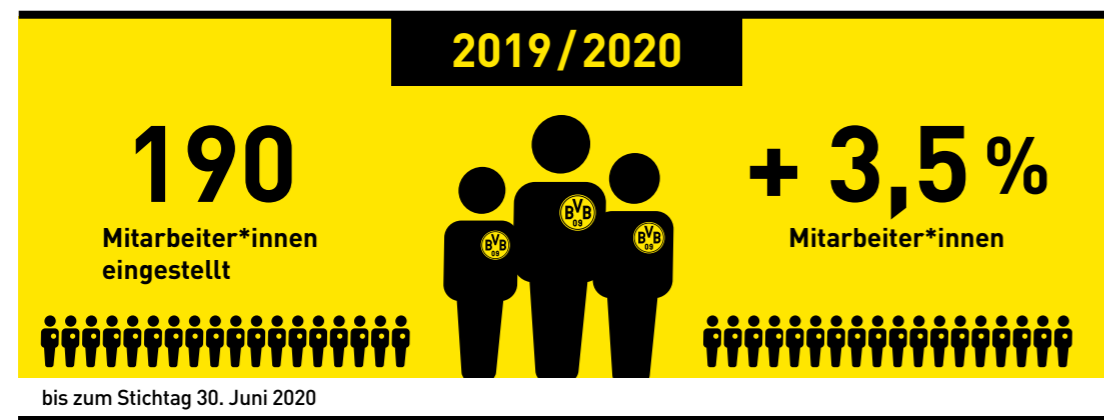
In einem hoch emotionalen, abwechslungsreichen und spannenden Arbeitsumfeld bieten wir persönliche Mehrwerte wie z.B. Mitarbeitertickets, eine Mitarbeiterkantine, ein betriebliches Gesundheitsmanagement und eine Altersvorsorge sowie wöchentlich frische Obstkörbe, Getränke, flexible Arbeitszeiten und Mitarbeiterstammtische.

Beim BVB sind wir ein dynamisches Team, das eine hohe Identifikation mit seinen Aufgaben mitbringt und geprägt ist durch eine Kultur des Miteinanders – mit hohem Austausch untereinander, kur-

zen Entscheidungswegen und großem, eigenverantwortlichem Gestaltungsspielraum. Aufgrund unserer flachen Hierarchiestruktur besteht für unsere Mitarbeiter*innen schon früh die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen und sich weiterzuentwickeln. Wir sind keine Einzelkämpfer, sondern agieren als Mannschaft – dies gilt besonders in diesen Zeiten!

Personalmanagement in Corona-Zeiten

In der Krise mussten wir keine betriebsbedingten Kündigungen aussprechen und haben auf eine Kurzarbeitsregelung verzichtet. Unter anderem lag dies auch an der großen Bereitschaft in der Belegschaft, Aufgaben in den Bereichen zu übernehmen, in denen gerade hohes zusätzliches Arbeitsaufkommen stattfand. Hier wurden proaktiv Belastungsspitzen in den Berei-



401-1

chen E-Commerce, Social Media und Digitalisierung z.B. durch Mitarbeiter*innen aus der BVB Event & Catering GmbH abgedeckt. Unserem BVB-Partner REWE wurden Aushilfen vermittelt.

So waren mehr als 30 Aushilfen, vor allem aus den Fanshops der BVB Merchandising GmbH und aus dem Stadionbetrieb der BVB Event & Catering GmbH, freiwillig und unbürokratisch im Rahmen der Personal-Kooperation in REWE-Filialen tätig und wurden dort vorübergehend zu den üblichen Konditionen eingestellt. „Die Situation hatte für viele Aushilfen eine finanzielle Unsicherheit mit sich gebracht. In ihrem Sinne haben wir an einer Lösung gearbeitet und diese mit unserem Partner REWE gefunden“, betont Carsten Cramer. Martina Reisch, Vorstand der REWE Dortmund, erklärt: „Unsere langjährige Partnerschaft mit dem BVB ist eine Erfolgsgeschichte, auf die wir stolz sind. Über das Kooperationsangebot freuen wir uns sehr und sind dankbar für diese unkomplizierte, flexible Lösung. In Zeiten wie diesen ist es uns ein echtes Anliegen, für die Menschen in unserer Region da zu sein. Hier zeigt sich: Beim BVB und bei REWE reicht der Teamgeist auch über den Spielfeldrand hinaus!“

Infolge der Covid-19-Pandemie wurde auch der Personalbereich vor neue Herausforderungen gestellt. So mussten für unsere 879 Mitarbeiter*innen entsprechende betriebsorganisatorische Maßnahmen getroffen werden, um deren Gesundheit zu schützen. Zur Umsetzung der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards wurde ein Maßnahmenplan entwickelt, der allen Führungskräften als Basis für die Unterweisung der Mitarbeiter*innen galt und via Intranet regelmäßig angepasst und kommuniziert wurde. Die geltenden Maßnahmen und Empfehlungen des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales hinsichtlich der Arbeit am Arbeitsplatz konnten so in den einzelnen Bereichen umgesetzt werden. Zusätzlich haben die Führungskräfte in Zusammenarbeit mit der Personalabteilung und Betriebsräten individuelle Regelungen zur Flexibilisierung der Arbeit geschaffen.

Mit Beginn der ersten Lockdown-Phase wurden die Mitarbeiter*innen der Geschäftsstelle in kürzester Zeit in die Lage versetzt, auch über mobiles Arbeiten den Betrieb aufrechtzuerhalten. Dafür wurde in kürzester Zeit die notwendige IT-Infrastruktur mit einer entsprechenden mobilen Aus-

stattung aufgebaut. Von Vorteil war die bereits implementierte Online-Meeting-Software „Teams“, die in einigen Abteilungen bereits intensiv genutzt wurde, sodass kurzfristig interne Tutorials für nahezu alle Kolleg*innen ermöglicht wurden.

Während der ersten Lockdown-Phase, in der unsere Mitarbeiter zum Großteil mobil von zu Hause aus gearbeitet haben, um u.a. auch die Kinderbetreuung zu gewährleisten, haben wir Konzepte entwickelt, die Mitarbeiter*innen die Möglichkeit boten, unter Einhaltung der Abstand- und Hygienemaßnahmen auch wieder zu ihrem regulären Arbeitsplatz zurückzukehren. Um den Mindestabstand in den Büroräumlichkeiten der Geschäftsstelle sicher einzuhalten, wurden zwischenzeitlich zusätzlich 70 Arbeitsplätze im SIGNAL IDUNA PARK bereitgestellt.

Weiterentwicklungen im Employee-Life-Cycle

103-2

Konzeptionell konnte die Krisenzeit genutzt werden, um unsere Strategie in den Bereichen Employer Branding, Personalauswahl und Personalentwicklung voranzutreiben. Hierzu haben wir ein ganzheitliches Konzept mit Ansatzpunkten im gesamten Employee-Life-Cycle erarbeitet. Dieser reicht vom ersten Touchpoint für potenzielle Bewerber über den Onboarding-Prozess und Personalentwicklungsmaßnahmen bis hin zum Offboarding (s. Abbildung auf der Folgeseite). Für jede der sechs Phasen im Lebenszyklus der Mitarbeiter*innen haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt, konkrete Aufgaben definiert und bearbeiten diese zusammen mit Kollegen*innen aus der gesamten BVB-Familie in interdisziplinären Projektteams.

1 Aufmerksamkeit und Informationen

Obwohl die Strahlkraft von Borussia Dortmund groß ist, werden wir in der Arbeitswelt häufig nicht als potenzieller Arbeitgeber wahrgenommen. Deswegen möchten wir uns als Unternehmen mit vielseitigen Jobs sichtbar machen und uns als starke Arbeitgebermarke positionieren. Hierzu haben wir zunächst im Rahmen einer wirtschaftspsychologischen Masterarbeit analysiert, welche Aspekte uns als Arbeitgeber einzigartig machen und durch welche Einstellungen und Werte sich unsere Mitarbeiter*innen besonders charakterisieren. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse über unsere Unterneh-



103-2 |

menskultur bilden die Grundlage für die Informationen, die wir den potenziellen Bewerber*innen bereitstellen möchten. Das wichtigste Medium ist hierfür die eigene Karriereseite auf unserer BVB-Website und die Online-Verlinkung zu unserem Xing- und LinkedIn-Unternehmensprofil sowie zur Kununu-Bewerber-Plattform. Neben der Einbindung von Texten, Grafiken und Fotos werden wir für diesen Zweck ein Image-Video drehen, durch das die Bewerber*innen einen Einblick in den Arbeitsalltag von BVB-Mitarbeiter*innen erhalten. Das Image-Video zeigt nicht nur die vielfältigen Berufsfelder und die damit verbundenen unterschiedlichen Arbeitsweisen, sondern vermittelt außerdem unsere Werte. Dabei steht vor allem die BVB-Familie im Vordergrund. Um Borussia Dortmund ein Gesicht zu geben, ist es uns deswegen besonders wichtig, dass im Video realistische Arbeitsplätze als Kulissen und echte BVB-Mitarbeiter*innen als Protagonisten fungieren.

2 Bewerbung und Auswahl

Die Implementierung einer BVB-Karriereseite hat nicht nur eine Steigerung unserer Arbeitgeberattraktivität zum Ziel, sondern führt ebenso zu einem Effizienzgewinn in der Personalauswahl. Durch den realistischen Einblick in unsere Berufsfelder und Unternehmenskultur bieten wir interessierten Bewerber*innen die Möglichkeit, besser abzuschätzen, ob die ausgeschriebene Stelle zu ihren Fähigkeiten und unsere Kultur zu ihren Wertevorstellungen passt. Dadurch wird die Selbstselektion der Bewerber*innen angeregt. Darüber hinaus arbeiten wir stetig daran, unseren Auswahlprozess weiterzuentwickeln. Wie bereits im vorangegangenen Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019 dargestellt, legen wir sehr viel Wert auf professionelle, transparente und faire Verfahren, in denen sowohl die fachlichen Fähigkeiten als

auch die persönlichen Kompetenzen im Vordergrund stehen. In diesem Zusammenhang nutzen wir verstärkt digitale Wege wie Online-Tests oder strukturierte Video-Interviews per Microsoft Teams. Um die Candidate Experience unserer Bewerber*innen zu optimieren, haben wir unsere internen Prozesse im Bereich Recruiting außerdem weiter strukturiert und erarbeiten mit den Fachabteilungen beispielsweise detaillierte Zeitpläne für die Besetzung einer offenen Stelle. Des Weiteren haben wir konkrete KPIs definiert, die unsere Effizienz messbar machen. So werten wir zum Beispiel die „Time to Hire“ (durchschnittliche Zeitspanne von der Ausschreibung bis zur Einstellung) aus.

3 Einstellung und Onboarding

Um eine bestmögliche Integration beim BVB zu erreichen, haben wir ein vielschichtiges Onboarding-Programm für unsere neuen Mitarbeiter*innen entwickelt. Ein reibungsloser Einstieg beginnt bereits vor dem ersten Arbeitstag. Deshalb legen wir viel Wert auf einen anhaltenden Kontakt mit den neuen Kollegen*innen, sowohl vonseiten der Personalabteilung als auch durch die zukünftige Führungskraft. So kann schon in dieser Phase über anstehende Projekte und aktuelle Themen informiert werden. Um die neuen Mitarbeiter*innen von Beginn an mit unserer Geschichte, unseren Werten und unserer Unternehmensphilosophie vertraut zu machen, arbeiten wir darüber hinaus an einem digitalen Handbuch, das schon vor dem ersten Arbeitstag online abgerufen werden kann. Am ersten Arbeitstag soll besonders das Kennenlernen des Teams und der Abteilung im Vordergrund stehen. Die Einarbeitung in die fachlichen Themengebiete und die organisatorischen und administrativen Abläufe bei Borussia Dortmund sowie die Vorstellung im Unternehmen erfolgen im Laufe der ersten Woche. Um die Ver-

| 404-2

403-4 | mittlung unserer Werte und Kultur spürbar und erlebbar zu machen, wird im ersten Monat sowohl ein Marken-Workshop als auch eine schwarzgelbe Stadttour angeboten – wir zeigen mit Stolz, wo wir herkommen und wer wir sind.

4 Motivation und Bindung

Nicht nur in der Phase des Onboardings spielt die Identifikation der Mitarbeiter*innen mit Borussia Dortmund als ihr Arbeitgeber eine große Rolle, sondern über die gesamte Dauer der Betriebszugehörigkeit ist es unser Ziel, das Zusammengehörigkeitsgefühl zu fördern. Es gehört zu unserem Selbstverständnis, unsere Mitarbeiter*innen stetig zu motivieren und immer wieder für die Arbeit bei Borussia Dortmund zu begeistern. Denn eines ist klar: Unsere Mitarbeiter*innen sind die wichtigsten BVB-Botschafter*innen. Im eigenen Team fördern Teamevents, Workshops und Feedbackrunden das Miteinander. Daneben bieten die seit der Saison 2018/19 implementierten Mitarbeiter*innen-Gespräche wichtige Gelegenheiten für unsere Führungskräfte, die Arbeitsleistung ihrer Mitarbeiter*innen zu beurteilen, eigene Erwartungen aufzuzeigen und auch selbst wertvolles Feedback zu erhalten. So können wir unsere Personalressourcen optimal einsetzen und motivierende Ziele vereinbaren.

404-3 |

In der Saison 2019/20 konnten wir noch wie gewohnt das Mitarbeiter*innen-Sommerfest und das BVB-Weihnachtssingen gemeinsam feiern. Aufgrund der diesjährigen Corona-Situation konnten allerdings keine weiteren Mitarbeiter*innen-Veranstaltungen durchgeführt werden, jedoch planen wir derzeit einen digitalen Mitarbeiter*innen-Stammtisch.

5 Perspektive und Entwicklung

Das Potenzial unserer Mitarbeiter*innen auszuschöpfen und sie zu fördern ist nicht nur Teil der ganzheitlichen Personalstrategie, sondern eine Unternehmensentscheidung – das Know-how unserer Mitarbeiter*innen ist ein wichtiges Kapital. Nicht nur durch die Covid-19-Pandemie wird beim BVB die Digitalisierung auch im Bereich Fort- und Weiterbildung vorangetrieben. Im Zeitraum von März bis September 2020 haben wir für unsere Mitarbeiter*innen einen Digital Learnplace eingerichtet. Dort standen allen BVB-Mitarbeiter*innen

zahlreiche E-Learnings zu den unterschiedlichsten Themen zur Verfügung. Diese thematisierten sowohl berufliche (z. B. „Basiswissen Controlling“) als auch persönliche Kompetenzen (z. B. „Selbstverantwortung“). Zur Identifikation und Förderung von Potenzialträgern und um Mitarbeiter*innen langfristige Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten zu geben, streben wir zukünftig die Erstellung von objektiven Bedarfsanalysen und die Systematisierung unserer Personalentwicklungsmaßnahmen an. Ein weiteres Großprojekt im Bereich der Personalentwicklung widmen wir der Führungsarbeit bei Borussia Dortmund. In enger Abstimmung mit der Geschäftsführung, den Betriebsräten und den Führungskräften der unterschiedlichen Hierarchiestufen werden Führungsleitlinien erarbeitet, die die Grundlage für ein modulares Führungskräfte-Entwicklungsprogramm bilden. Mithilfe von Workshops und Trainings werden unseren Führungskräften somit Impulse und Handlungsempfehlungen für ihre Führung bei Borussia Dortmund vermittelt.

| 404-2

6 Trennung und Offboarding

Auch der Trennungsprozess gehört zum Employee-Life-Cycle und bedarf eines strukturierten Offboardings. In dieser Phase möchten wir den Mitarbeiter*innen insbesondere Wertschätzung für ihre geleistete Arbeit entgegenbringen. Um darüber hinaus wertvolles Feedback für das Team, die Führungskraft und das Unternehmen zu erhalten, wurde das Führen von Exit-Interviews durch die Personalabteilung eingeführt. Für das Unternehmen sind Exit-Interviews eines der besten Werkzeuge, um ehrliche, offene Kritik von Arbeitnehmer*innen zu erhalten und tiefe Einblicke in unsere Unternehmens- und Führungskultur zu gewinnen.

Zudem erhalten wir möglicherweise Hinweise darauf, was wir bei der künftigen Nachbesetzung der vakanten Position beachten sollten. Unsere Exit-Interviews werden in der Regel einige Wochen nach dem Austritt der Mitarbeiter*innen terminiert. Wichtig ist hierbei, dass es sich um ein freiwilliges Angebot handelt; ehemalige Arbeitnehmer*innen können ebenso auf das Gespräch verzichten. Der wichtigste Aspekt ist die absolute Vertraulichkeit – Gesprächsergebnisse werden nur anonymisiert, zusammengefasst und aggregiert genutzt.

Immer besser werden: Organisation, Qualität und Service.

Für den BVB steht der Fan im Zentrum. Unsere Produktverantwortung nehmen wir sehr ernst und sehen einen erstklassigen Service als wichtige Säule, um den Bedürfnissen unserer Fans zu entsprechen. Wir stellen durch unsere Organisation sicher, dass die regulativen Anforderungen eingehalten und Risiken proaktiv gemanagt werden und wir außerdem die bestehenden Chancen für ein nachhaltiges Wachstum nutzen. Durch die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in unseren Lieferketten verbessern wir die ökologische und soziale Bilanz unserer gesamten Wertschöpfungskette. Im Berichtszeitraum stehen die coronabedingten Herausforderungen besonders im Fokus. Im Folgenden werden einige der organisatorischen Aspekte kurz beschrieben.

Coronabedingte Herausforderungen der Organisation

103-2

Spielbetrieb

Die Covid-19-Pandemie hat sämtliche Unternehmensbereiche von Borussia Dortmund vor bislang nie dagewesene Herausforderungen gestellt. Der prominenteste Bereich – medial in allen Einzelheiten diskutiert und bewertet – war sicherlich der Sonderspielbetrieb zur Vollendung der zunächst unterbrochenen Rückrunde der Fußball-Bundesliga bis zum 30. Juni 2020. Die vertragsgemäße Beendigung der Saison mit neun sogenannten Geisterspielen war die Grundlage für den Fortbestand einiger Traditionsvereine in Deutschland und konnte die immensen finanziellen Belastungen aus der Krise auch für den BVB schmälern.

An der Entwicklung dieses Sonderspielkonzeptes für den gesamten Spielbetrieb der Liga, verbunden mit einem umfassenden Hygienekonzept, war der BVB in Person von Mannschaftsarzt Dr. Markus Braun maßgeblich beteiligt. Das Konzept und seine teilweise Durchführung dürfen als ein großer Erfolg bezeichnet werden. International hat es für Aufsehen gesorgt.

Besondere Erwähnung verdient die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Catering-Dienstleistern und Lieferanten. Die Entscheidung, das Derby ohne Zuschauer auszutragen, erfolgte zum Beispiel wenige Tage vor dem Spieltag, die Absage der Partie einen Tag vor dem geplanten Anpfiff,

sodass das Stadion-Catering für einen unserer Saisonhöhepunkte bereits „bis unter das Dach“ mit Lebensmitteln bevorratet war. In intensiver Abstimmung mit unseren Partnern, die ihrerseits selbst gravierend unter dem „Corona-Lockdown“ litten, haben wir es geschafft, dass keine Lebensmittel verderben. Zum Teil wurden Getränke und Zutaten unter Einhaltung der Kühlketten umgelenkt oder im Rahmen wohltätiger Aktionen weiterverarbeitet. Großer Dank gilt an dieser Stelle allen Partnern und engagierten Mitarbeiter*innen!

Veranstaltungen im SIGNAL IDUNA PARK

Aber auch der Ausfall einer Vielzahl an Kongressen, Firmenveranstaltungen, Seminaren und Stadionführungen, die den SIGNAL IDUNA PARK ansonsten neben dem Fußball zu einem der beliebtesten Veranstaltungsorte Deutschlands machen, sorgte für massive coronabedingte Belastungen. Einerseits waren die erheblichen Umsatzausfälle bei zugesicherter Beschäftigung ohne Kurzarbeit zu verkraften. Andererseits hat die schrittweise Rückkehr zu einer „neuen Realität“ unsere Organisation mit zahlreichen Hygienevorkehrungen



und Regelungen zum Gesundheitsschutz massiv gefordert. Um weiterhin Veranstaltungen durchführen zu können, wurde unter Einhaltung der „Verordnungen des Landes Nordrhein-Westfalen zum Schutz vor Neuinfizierungen mit dem Coronavirus“ ein eigenes Konzept entwickelt, geschult und in der Umsetzung mit der notwendigen Hardware ausgestattet. Hierzu gehören zum Beispiel Abstandsmarkierungen oder Plexiglasabtrennungen an Essensausgaben und Empfängen.

Entscheidend ist zudem die Information vor Ort. Die Schutzmaßnahmen und Verhaltensregeln werden dem Veranstalter vor Veranstaltungsbeginn schriftlich mitgeteilt. Die Mitarbeiter*innen im SIGNAL IDUNA PARK werden unterwiesen und die Gäste müssen vom Veranstalter über die Schutzmaßnahmen und Verhaltensregeln informiert werden.

Allen Grundsätzen zur Selbstauskunft und Rückverfolgbarkeit wird Folge geleistet. Durch eine vorgeschriebene Flächenverfügbarkeit von 7m² pro Person bei Sonderveranstaltungen wurde die Kapazität unserer Hospitality-Bereiche drastisch gesenkt. So finden in einem Logenbereich von 275m² abzüglich eines Abschlags von 15% für Mobiliar gerade noch 34 Personen Platz.

Geschäftsbetrieb

Schließlich hatte auch der BVB als Arbeitgeber für rund 880 Mitarbeiter*innen betriebsorganisatorische Maßnahmen zu treffen, um deren Gesundheit nicht zu gefährden und den geregelten Betrieb im Falle einer Infektion nicht zum Erliegen zu bringen, was existenzielle Folgen gehabt hätte. In diesem Zusammenhang wurde in der ersten „Lockdown-Phase“ massiv auf mobiles Arbeiten zurückgegriffen, das durch eine moderne IT-Ausstattung relativ spontan umzusetzen war. Einen limitierenden Faktor stellte eine teilweise nicht sichere Datenleitung dar. In der Zwischenzeit konnte von den ausgedehnten Homeoffice-Zeiten wieder zur Anwesenheit am regulären Arbeitsplatz zurückgekehrt werden.

Als Zwischenlösung wurde darüber hinaus in der Westtribüne des Stadions ein Bereich mit 70 ausgegliederten Arbeitsplätzen und weitläufigen Flächen bereitgestellt. Die Verpflegung mit Frühstück und Snacks wurde über die BVB Event & Catering GmbH realisiert.



Gehaltsverzicht von Geschäftsführung, Trainerstab und Mannschaft

Der BVB sparte einen hohen Millionenbetrag durch den teilweisen Gehaltsverzicht von Profis, Trainerstab und Verantwortlichen ein. Die Beteiligten haben sich so solidarisch mit den rund 880 Mitarbeiter*innen des Klubs sowie deren Familien gezeigt. Zu dieser Vereinbarung war es im März 2020 bei einem Treffen zwischen Kader, Geschäftsführung und sportlicher Leitung unter dem Eindruck der Coronakrise gekommen.

Hans-Joachim Watzke, der sich wie alle anderen am Gehaltsverzicht beteiligte: „Das Ergebnis ist ein wertvolles Zeichen der Solidarität sowohl nach außen als auch an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“ Insgesamt spart Borussia Dortmund einen zweistelligen Millionenbetrag ein.

Ticketrückerstattung

Borussia Dortmund hat gemeinsam mit Fanvertreter*innen sowie der Abteilung Fanangelegenheiten verschiedene Alternativen bezüglich der Rückerstattung von Geld für Dauerkarten und bereits erworbene Tageskarten erarbeitet. Es hat offene, manchmal unbequeme, aber immer konstruktive Gespräche gegeben, für die sich der BVB bei den daran beteiligten Fans bedankt.

Mit der gegenwärtigen Situation hat der BVB wirtschaftlich noch immer schwer zu kämpfen. Die meisten Fans waren ebenfalls von der Covid-19-Krise betroffen, viele spürten Kurzarbeit, Umsatzrückgänge oder gar Arbeitslosigkeit. Der BVB bot deshalb allen Fans eine unkomplizierte Ticket-Rückerstattung an. Von Gesetzesregelungen, die vorsehen, Rückerstattungen durch das Ausgeben von Gutscheinen leisten zu dürfen, hat der BVB keinen Gebrauch gemacht. Die Unterstützung des BVB sollte keine Frage von „Verzicht oder Erstattung“ sein. Deshalb wurden unterschiedliche Optionen angeboten. Bemerkenswert viele Fans haben auf ihren Rückerstattungsanspruch verzichtet.

Eigener Indikator

Fan-Zentrierung in Qualität und Service

103-2 103-3 Erarbeitung und Einführung von Service-richtlinien

Wie kann der BVB seinen Fans einen authentischen und an verschiedenen Kontaktpunkten einheitlichen und gleichzeitig verbesserten Service anbieten? So lautete die Ausgangsfrage bei der Konzeptentwicklung zur BVB-Servicequalität. Konkret wurde eine Leitlinie erarbeitet, an der sich BVB-Mitarbeiter*innen in verschiedenen Situationen ganz praktisch orientieren können. Alle Mitarbeiter*innen im unmittelbaren Fankontakt sind bereits hierzu geschult worden. Im Grundsatz soll erreicht werden, sich immer aktiv in die verschiedenen Situationen hineinzudenken und jede Anfrage ernst zu nehmen. Der BVB geht auf den Fan ein und kümmert sich zügig um eine Lösung. Eine erkennbare BVB-Tonalität in Wort und Schrift ist ein wichtiger Aspekt, den unsere Fans erwarten können. Dabei wird der Fan durch eine klar strukturierte Fragestellung im Gespräch und durch verbindliche Antworten optimal unterstützt. Im Fokus dieser Maßnahmen stehen die Erkennbarkeit einer echten Liebe zum BVB, die gelebte schwarzgelbe Gemeinschaft und die Bestätigung, ein Teil der BVB-Familie zu sein. Die Fanzufriedenheit ist die Basis einer langfristigen Bindung in Form einer vertrauensvollen und wertschätzenden Fangemeinschaft.



Zur technischen Realisierung einer möglichst augenblicklichen Bereitstellung der notwendigen Informationen zu den verschiedensten Anfragen wurde eine neue Unternehmenssoftware eingeführt. Seit Ende 2019 wird hierzu passend ein Software-Tool zur optimierten und passgenauen Fanorientierung in Service und Sales eingesetzt. Der mit jeder Anfrage verbundene Prozessbeginn wird seitdem von einem Prozessverantwortlichen pro

Fall verfolgt und damit die Servicequalität über verschiedene Abteilungen hinweg hochgehalten. Das eigentliche Anliegen des Fans bleibt im Fokus und wird nicht durch die spezifischen Abteilungssichten überlagert – ein wichtiger Schritt in Richtung Kundenprozessorientierung. Zusätzlich wird immer häufiger die direkte Fanmeinung durch das Fanumfrage-Tool „Easy-Feedback“ als Entscheidungsgrundlage berücksichtigt. In der neu entwickelten BVB-App wird hierzu eine unmittelbare Feedback-Funktion eingerichtet.

BVB-App und Media-House

Das sogenannte „BVB Media House“ ist das neue, fanzentrierte Kommunikationskonzept zur individualisierten Steuerung verschiedenster Voice-, Video- und Text-/Bild-Formate. Zentrales Herz der Kommunikation mit unseren Fans ist die komplett neu entwickelte BVB-App. Durch Login werden die ausgewählten Inhalte individuell bereitgestellt und eine personalisierte Ansprache ermöglicht. So stellen wir ein persönliches, digitales Fanerlebnis bereit, das eine bevorzugte, chronologisch als Erste erscheinende Informationsquelle per Push-Nachricht darstellt. Parallel wird eine Kids-App aufgebaut, die eine kindgerechte Kommunikation sowie eine schwarzgelbe Wertevermittlung für die Fans von morgen erlaubt. Hier liegt der Fokus auf Bewegtbild-Formaten und spielerischen Inhalten.

Video

Eine spezifische Auswahl an Video-Channels für Entertainment und BVB-Insights wurde definiert, um unterschiedlichste Beitragslängen und Inhaltstiefen zu positionieren. Youtube, Tiktok, Facebook Watch/Story, Instagram TV, BVB-TV und weitere ermöglichen eine punktgenaue Distribution von Inhalten, die sich an den Erwartungen des individuellen Fans orientiert.

Mix

Unter der Kategorie „Mix“ subsumieren sich Formate vom BVB-Webshop über internationale Fanansprachen bis hin zu themenspezifischen Tools. Erlebnisorientiert und emotional werden BVB-nahe Themen für Fans auf der ganzen Welt aufbereitet. Von Legenden-Stories bis zum Fanengagement, vom demokratischen Online-Stammtisch bis zum asiatischen „Extrem-Fan“, vom Reisemagazin bis zum „Young-Hero-Special“ sind der Bandbreite auch zur Mitgestaltung von Themen keine Grenzen gesetzt.

Bild- und Textformate

Vom Corporate Publishing mit tiefergehenden, spezifisch recherchierten Informationen für hochwertige Publikationen bis zu bewusst langfristig gesetzten Themenbereichen in unserem Mitglieder-magazin Borussia oder über bvb.de – hier geht es um weiterführende Inhalte. Die Bandbreite reicht hier vom Newsletter bis zur LinkedIn-Plattform für Partner. Und natürlich darf Twitter als schnelles und informatives Medium für eine meinungs- und bildungsstarke Zielgruppe nicht fehlen.

Voice

Voice-Formaten wie Podcasts, Audibles und Netradio gehört eine große Zukunft. Beim BVB bieten wir schon heute eine Vielzahl an Angeboten, die wir gerade mit unserem Partner 1&1 noch deutlich ausbauen wollen, um die fanspezifisch gewünschte Nähe so feinjustiert wie möglich gewähren zu können. Podcasts stellen hierzu entschleunigten Audio Content in einer Mischung aus längeren Interview- und informativen Kurzformaten. Der BVB gewährt bereits seit Frühjahr 2020 interessante Blicke hinter die Kulissen mit mittlerweile mehr als 30 Themen. Das Netradio liefert im Kontrast dazu hochemotionalen Live Content zur Unterhaltung. Zukünftig werden auch Bereiche der Voice-Assistenten wie Alexa oder Google Assistant zur Anpassung an die Entwicklung des Nutzerverhaltens bedient.

Rote Karte für den Schwarzmarkt

Borussia Dortmund erreicht den höchsten Zuschauerschnitt in Europa und intensiviert den konsequenten Kampf gegen den Schwarzmarkt. Damit soll der Missbrauch von Eintrittskarten eingedämmt werden. Es gilt zu verhindern, dass sich Dritte an der Leidenschaft von BVB-Fans bereichern. Seit mehreren Jahren geht Borussia Dortmund zivilrechtlich gegen illegale Ticketverkäufer vor und hat auf diesem Weg schon zahlreiche juristische Erfolge verbuchen können. Viele Sanktionen wurden verhängt. Mit Unterstützung der Fans soll der Kampf gegen den Schwarzmarkt nachhaltig verstärkt werden. Eine Gemeinschaftskampagne mit weiteren Bundesligisten steht unter dem Motto „Rote Karte für den Schwarzmarkt“.

Bargeldloses Zahlen im Stadion

Verstärkt durch die Covid-19-Pandemie wird der bargeldlose und damit auch kontaktlose Zahlungsverkehr in Zukunft weiter zunehmen. So lautet die

Einschätzung im Bereich der BVB Event & Catering GmbH, die in der Regel Hunderte Veranstaltungen pro Jahr im Stadion, aber auch im Umfeld realisiert. Natürlich ist mit dem BVB-Stadiondeckel bereits seit Langem ein Schritt zu einer schnelleren, kontaktlosen Zahlungsabwicklung gemacht und damit unmittelbar der Service für die Fans im Stadion gesteigert worden. Investitionen in das völlig kontaktlose Bezahlen per Handy, zum Beispiel über Google- bzw. ApplePay, werden weiter ausgebaut. So verfügen schon seit Beginn der Saison 2019/2020 alle 160 Kioskkassen im SIGNAL IDUNA PARK über kontaktlose Kartenterminals für bankgebundene Zahlungen via Handy sowie Giro- oder Kreditkarte. In der jetzigen Spielzeit sollen zudem noch die mobilen Stände und Läufer mit dieser Technologie ausgestattet werden.

Vollgasgeber im Hospitality-Bereich

Die unmittelbare Möglichkeit für unsere Gäste, in den Hospitality-Bereichen direkt koordinierende und weisungsbefugte Servicekräfte – die sogenannten „Vollgasgeber“ – ansprechen zu können, hat zu einer weiteren Verbesserung der Servicequalität und der Reaktionsschnelligkeit an Spieldagen geführt. Die Maßnahme führte zu einer gesteigerten Kontinuität und Routine der Kräfte vor Ort, die über direkte Steuerungsmöglichkeiten des Serviceteams zu mehr Zufriedenheit der Gäste und damit auch zu einer gesteigerten Motivation der Mitarbeiter*innen beitragen. Alle – Gäste und Serviceteam – profitieren davon.



Produktsicherheit im Merchandising

Die Nachfolge unseres bisherigen Partners Hermes Control treten DAKKS-zertifizierte Prüfpartner bezüglich der Sicherstellung der Produktsicherheit jedes einzelnen Produktes aus dem Merchandising Shop an. Damit ist auch weiterhin eine lückenlose Kette für die Produktsicherheit bei Borussia Dortmund gewährleistet.

102-10

103-2 | **Starke ökonomische Basis**

Dem erfolgreichsten Jahrzehnt soll weiteres Wachstum folgen

Die Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA blickt sportlich wie wirtschaftlich auf das erfolgreichste Jahrzehnt der Geschichte zurück. Das betonte der Vorsitzende der Geschäftsführung, Hans-Joachim Watzke, auf der Hauptversammlung der Gesellschaft.



„An der wirtschaftlichen Strahlkraft müssen keine Abstriche gemacht werden“, sagte Watzke. „Den größten Vertrauensbeweis, was die mittelfristige Zukunft angeht, hat uns Puma gegeben.“ Der neue, medial stark beachtete Ausrüstervertrag, der nach harten Verhandlungen in einer Atmosphäre gegenseitigen Vertrauens ausgehandelt worden ist, „gibt uns die Gelegenheit, in den nächsten Jahren weiter anzugreifen.“

Schon ohne diesen neuen Kontrakt werde im laufenden Geschäftsjahr im Sponsoring die Schallmauer von 100 Millionen Euro durchbrochen. „Die virtuelle Bandenwerbung wird sich massiv auszahlen, und wir haben weitere Pfeile im Köcher.“

Management, Mannschaft, Fans und Stadion machen den BVB so stark

Im „Bundesliga Performance-Check“ von HORIZONT, einer wöchentlich erscheinenden Fachzeitung für Marketing, Werbung und Medien, ist Borussia Dortmund erstmals seit Beginn dieser Erhebung im Jahr 2001 die Nummer eins im deutschen Fußball. „Mit insgesamt 963 Punkten und damit 25 mehr als der Zweitplatzierte setzen sich die Dortmunder mit deutlichem Abstand auf die Siegerposition.“

Eine Expertenrunde aus 15 Entscheidern aus Unternehmen, Medien, Agenturen und Beratungsfirmen mit Know-how im Sportbusiness bewertete die 18 Erstligisten in den sieben Kategorien



Management, Marke, Stadion, Sponsoren, Fans, Serviceorientierung und Team-Perspektive. Die Fachleute attestieren dem „eher still agierenden Management in Dortmund“ Mannschaftsgeist und loben die „sehr positive Außendarstellung“. „Hinzu kommt ein kompetent besetzter Aufsichtsrat, der abseits der medialen Berichterstattung seiner Kontrollfunktion nachkommt und die Geschäftsführung nachhaltig stützt.“

Borussia Dortmund wird von den Juroren nicht nur in der Kategorie „Management“ als führend angesehen, sondern auch in den Bereichen Stadion, Team-Perspektive und ganz besonders bei den Fans. Die Anhänger von Schwarzgelb erhalten 146 von 150 möglichen Punkten.

Borussia Dortmund ist erneut Deutscher Markenmeister!

Aus der jährlichen Studie der renommierten Technischen Universität Braunschweig über die Markenlandschaft im deutschen Profifußball ist der BVB mit 61,24 Punkten im Markenindex erneut als Sieger hervorgegangen. Basis der Studie war eine deutschlandweite Umfrage unter 4.169 Personen zwischen 18 und 69 Jahren.



In der Kategorie „Attraktivster Verein“ wird der BVB in der wissenschaftlichen Studie auf dem ersten Platz unter allen 36 Klubs der beiden Bundesligen geführt. In der Sympathiewertung belegt Borussia Dortmund Rang drei, in der Kategorie „Qualitativ bester Verein“ wiederum den zweiten Platz.

„Die Ergebnisse der diesjährigen Fußballstudie bestätigen, dass die Schwarzgelben sich durch ein professionelles und konsequentes Markenmanagement bereits ein solides Markenfundament aufgebaut haben. Im Vergleich zum Vorjahr ist Borussia Dortmund wieder in allen drei Teildimensionen der Markeneinstellung in den Top 3 vertreten“, betont die TU Braunschweig.

Für Borussia Dortmunds Geschäftsführer Carsten Cramer ist der Gewinn der Deutschen Markenmeisterschaft „nicht nur eine große Freude und eine Bestätigung für die leidenschaftliche Arbeit unserer Mitarbeiter, sondern auch eine Verpflichtung, die wir sehr ernst nehmen. Wir werden uns in den kommenden Wochen intensiv und im Detail mit den Ergebnissen der Studie auseinandersetzen. Immer vor dem Hintergrund, dass wir in allen Teilbereichen noch besser werden möchten.“

Top 15 unter den besten 300

Borussia Dortmund wird in der vom Wirtschaftsmagazin BILANZ zum zweiten Mal herausgegebenen Rangliste „Germany’s most admired companies“ erneut auf einem Spitzenplatz gelistet: Unter mehr als 300 renommierten Unternehmen – von Amazon und Apple über BASF, Daimler, Miele, Ikea und Siemens bis hin zu Zeiss Optik – belegt der einzige börsennotierte Bundesligist mit einer im Vergleich zum Vorjahr sogar leicht verbesserten Durchschnittsnote von 2,20 den 15. Platz.

Topnoten erhielt der BVB in den Einzelkategorien Gesamteindruck (2,02), Qualität der Unternehmensführung (2,06), Finanzielle Solidität (2,06), Qualität der Produkte und Dienstleistungen (2,25), gesellschaftliche Verantwortung (2,44), Qualität des Aufsichtsrats/Beirats (2,53), Innovationskraft (2,17) und Fähigkeit, Nachwuchstalente zu gewinnen und zu binden (2,11). Mit dem Mittelwert von 2,20 (Vorjahr 2,33) wird Borussia Dortmund auf Rang 15 (Vorjahr 17) eingestuft – hinter Miele, dem deutschen Traditionsunternehmen schlechthin, das in der Gesamtwertung Platz eins innehat, hinter Marken wie Trumpf (2. Platz), Zeiss (4), knapp hinter Porsche (11), aber vor Weltkonzernen wie Bosch (16), Apple (28) oder Amazon (44).

Positive Reaktionen auf virtuelle Bande

Die virtuelle Bande ermöglicht es, bei TV-Übertragungen in den USA andere Werbung zu schalten als in Europa – und in Asien andere als in den USA.

Das Feedback der Partner fällt außerordentlich positiv aus.



Möglich macht das die virtuelle Bandenwerbung. Der BVB und sein Vermarktungspartner Sportfive (bisher Lagardère Sports) haben das Hightech-Verfahren durch die Deutsche Fußball-Liga (DFL) zertifizieren lassen. Als erster und einziger Bundesligist setzt Borussia Dortmund das Tool seit Beginn der Spielzeit 2018/2019 ein. Heimspiel für Heimspiel. „Die Resonanz ist ausgesprochen positiv. Wir haben nicht nur keinerlei Beschwerden, sondern ausnahmslos positive Rückmeldungen“, sagt Carsten Cramer, der in der BVB-Geschäftsführung das Marketing verantwortet.

Wir können neue, internationale Partner gewinnen.
Carsten Cramer

Der Clou: Die virtuelle Bande ermöglicht eine Vielfältigung der Werbefläche im Stadion, ohne auch nur einen Quadratzentimeter zusätzliche Werbefläche schaffen zu müssen. Sie ermöglicht dem BVB zusätzliche Einnahmen in Millionenhöhe, denn „der Trend geht ganz klar zur passgenauen Werbung, die sich an den Märkten in den jeweiligen Ländern, also an den Zielgruppen und ihrem Konsumverhalten orientiert“, sagt Christian Kothe, Vertriebschef bei Sportfive. „Unsere langjährigen Partner wie Evonik und Wilo, die ihre Produkte weltweit vertreiben, haben jetzt die Möglichkeit, ihre Kunden in deren Landessprachen anzusprechen“, erklärt Carsten Cramer. „Wir können neue, internationale Partner gewinnen, die ihre Produkte in Deutschland gar nicht anbieten, die aber eine sportaffine Zielgruppe haben und die Reichweite der BVB-Übertragungen in ihren Zielländern nutzen.“



Sponsoring

Neuer Hauptsponsor 1&1

Der führende Anbieter von Breitband- und Mobilfunkprodukten 1&1 und der BVB starten eine zukunftsweisende Partnerschaft. 1&1 wird künftig nicht nur auf der Trikotbrust präsent sein, sondern auch umfangreiche On- und Offline-Werbemaßnahmen durchführen.

Ab dem Sommer 2020 und erstmals in seiner Geschichte wird der BVB über zwei Trikotsponsoren verfügen: den Spezialchemiekonzern Evonik und das Telekommunikationsunternehmen 1&1. Evonik öffnet den Weg für das innovative Modell, indem der Konzern seine langjährige Partnerschaft mit dem BVB stärker auf internationale Zielgruppen ausrichtet. In der Folge übernimmt 1&1 als Trikotsponsor im attraktiven Umfeld der Fußball-Bundesliga.

„Wir freuen uns sehr, in 1&1 ein weiteres Top-Unternehmen als Trikotsponsor gewonnen zu haben, das unseren erfolgreichen Weg gemeinsam mit uns gehen möchte“, sagt Borussia Dortmunds Vor-

BVB und Puma verlängern bis 2028

Auch mit Puma wurde eine Langzeit-Partnerschaft bis zum 30. Juni 2028 besiegelt. Die Ausweitung der bestehenden Kooperation zwischen beiden Unternehmen ist für den BVB ein Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigen Positionierung unter den Spitzenklubs der Bundesliga und den Top15 in Europa.

„Puma ist seit langer Zeit nicht bloß Ausrüster und Sponsor des BVB, sondern auch ein bedeutender Aktionär unseres Klubs. Dies zeigt die enorme Identifikation von Puma und seiner Mitarbeiter*innen auf der ganzen Welt. Unsere Part-

sitzender der Geschäftsführung, Hans-Joachim Watzke: „Für uns ist der heutige Tag ein Meilenstein auf dem Weg der wirtschaftlichen und damit auch sportlichen Weiterentwicklung des BVB.“ Robin Harries, 1&1-Vorstand für Online-Marketing und Vertrieb, ergänzt: „Der BVB ist ein sympathischer, ambitionierter Verein, der für einen begeisternden Fußball steht und leidenschaftliche Fans im Rücken hat. Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft, von der auch der BVB-Fan im Rahmen vieler Aktionen profitieren wird.“

Für Evonik-Chef Christian Kullmann geht die Zusammenarbeit mit Borussia Dortmund weit über das reine Sponsoring hinaus. „Wir haben bisher 14 unglaublich erfolgreiche und schöne Jahre mit dem BVB erlebt, in denen unsere Partnerschaft immer weiter gewachsen ist“, sagt Kullmann. „In Deutschland ist der BVB fest in der Liga-Spitze etabliert und unsere Marke auch deshalb sehr bekannt. Nun wollen wir unsere Partnerschaft gemeinsam auf den internationalen Erfolg ausrichten.“ Dazu werden auch weiterhin das Trikotsponsoring in der UEFA Champions League und bei Testspielreisen des Profiteams auf andere Kontinente sowie viele weitere Maßnahmen zählen.



nerschaft ist gewachsen und geht weit über eine normale Geschäftsbeziehung hinaus. Unserer gemeinsamen Erfolgsgeschichte möchten wir in den kommenden Jahren ein weiteres Kapitel hinzufügen“, sagt Hans-Joachim Watzke.

BVB und Wilo verlängern um weitere vier Jahre

„Als Partner, die nun schon eine ganze Weile zusammenarbeiten und nun auch noch einiges miteinander vorhaben, verbindet uns die Liebe zum Standort Dortmund. Und als ambitionierte Unternehmen verbinden uns die Leidenschaft und der Wille, in allen Bereichen immer noch ein Stückchen besser zu werden“, beschreiben Oliver Hermes, Vorstandsvorsitzender und CEO der Wilo Gruppe, und Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der BVB-Geschäftsführung, unisono die Gründe für die Zusammenarbeit des Herstellers von Pumpen und Pumpensystemlösungen und des achtmaligen Deutschen Fußballmeisters.

Diese Zusammenarbeit findet nicht zuletzt im wahrsten Sinne des Wortes auf dem Rasen im größten Stadion Deutschlands statt: „Wilo unterstützt den BVB im SIGNAL IDUNA PARK und sorgt mit seinen Produkten und technischen Lösungen unter anderem dafür, dass der Platz stets in sattem Grün erstrahlt“, erklärt Hermes. BVB-Geschäfts-

führer Carsten Cramer betont diesbezüglich: „Es ist für uns eine richtig gute Nachricht, einen großen Partner aus unserer Heimatstadt für mindestens weitere vier Jahre an unserer Seite zu wissen, mit dem wir richtig gut und vertrauensvoll zusammenarbeiten können – und das obendrein auf dem immer wichtiger werdenden Feld des Klimaschutzes.“ Beide Unternehmen legen Wert darauf, im Rahmen ihrer Kooperation zukunftsweisende Technologien im SIGNAL IDUNA PARK einzusetzen, mit deren Hilfe der CO₂-Ausstoß reduziert wird.



Schwarzgelbe Taktiktafel Lizenzprodukt des Jahres

Erfolg für Borussia Dortmunds kreative Köpfe: Das „Lizenzprodukt des Jahres“ ist buchstäblich schwarzgelb. Der Award „Sports Brand des Jahres“ geht ebenfalls an den BVB.

Das Lizenzprodukt des Jahres ist die „BVB Taktiktafel“ von Ritter Sport. Seit Firmengründung hat dieses Unternehmen noch nie ein anderes Logo als das eigene auf seine quadratisch-praktische Schokoladentafel gedruckt. Mit der „schwarzgelben Taktiktafel“ wurde für Borussia Dortmund erstmals eine Ausnahme gemacht. Und die kam an: im Einzelhandel und in den Fanshops. Beide Seiten profitierten von dieser Partnerschaft. Bei den „Licensing International Awards Deutschland“ wurde der BVB auch noch in der Kategorie „Sports Brand des Jahres“ ausgezeichnet. Er habe es auch 2019 geschafft, neben dem eigenen Sortiment mehrere Co-Branding-Produkte erfolgreich im Markt zu platzieren. So wurde beispielsweise gemeinsam mit mymuesli ein von Mannschaftskoch Dennis Rother für die Fans kreiertes BVB-Müsli erfolgreich auf den Markt gebracht.



Immer oben dranbleiben: Sportliche Höchstleistung

103-2 |

„Geisterspiele“, eine „Saison wie keine zuvor“, ein „wilder Ritt“, „Fußball im Schleudergang“ – das alles liegt hinter uns, blickt man auf die „Corona-Saison“ 2019/2020 zurück. Und die massive sportliche, gesellschaftliche und finanzielle Unsicherheit aus coronabedingten Unwägbarkeiten hält an. Für Borussia Dortmund Grund genug, bei aller identitätsbestimmenden Ambition, mit den Saisonvorgaben 2020/2021 vorsichtig umzugehen. Hat sich die Geschäftsführung aus den genannten Gründen darauf fokussiert, die UEFA Champions League zu erreichen, so wurde in der Mannschaft selbst der Anspruch deutlich, bei der Qualität des Kaders die gesetzten Ziele der letzten Saison beizubehalten.

Saisonfazit: Es war mehr drin.

103-3 |

Zunächst einmal muss man sich in Dortmund für die Vizemeisterschaft nicht entschuldigen. Dennoch war sportlich mehr drin. Hat Kapitän Marco Reus schon vor der letzten Saison die noch fehlende Konstanz der Mannschaft als Grund für die knapp verpasste Meisterschaft 2018/2019 benannt, so darf man auch diesmal rückblickend feststellen: Eine sehr gute Rückrunde reicht nicht aus, um den Meister Bayern München in Gefahr zu bringen. Dabei muss man als bemerkenswert festhalten, dass in der Hinrunde beide Teams nicht überzeugten und es lange nicht nach einem am Ende doch sehr deutlichen Titelgewinn aussah.

Dazu kommt eine gewisse Launenhaftigkeit des BVB-Teams insbesondere gegenüber vermeintlich schwächeren Gegnern. Die geäußerte intrinsische Motivation für die kommende Saison aus dem Team heraus muss als gutes Zeichen für ein Abstellen dieser Schwäche gewertet werden.

Der BVB lebt die im Spitzenfußball zunehmend dominierenden Eigenschaften Tempo, Dynamik und Beschleunigung. Die zur Winterpause erfolgten Neuverpflichtungen von Emre Can und Erling Haaland waren ein voller Erfolg, der sich auch über einen neuen Torrekord von 84 Tref-

fern in einer Saison ablesen lässt. Das Team zeigt die Handschrift von Trainer Lucien Favre: Die fairste Mannschaft der Liga führt zwar relativ wenige Zweikämpfe, hat aber dennoch die zweitbeste Zweikampfquote der Liga vorzuweisen und konnte mit der Verpflichtung von Mats Hummels zum Saisonbeginn deutlich an Sicherheit gewinnen. In den Kopfballduellen hat sie sich stark verbessert und kassierte aus Standards sieben Treffer weniger als zuletzt.

Der Ruf des begnadeten Fußballexperten Favre konnte mit bemerkenswerten Transfererfolgen belegt werden, die auch mit der Weiterentwicklung junger Talente in Zusammenhang stehen. So wurde Erling Haaland trotz großer Konkurrenz für den BVB gewonnen. Giovanni Reyna wurde behutsam an den Profikader herangeführt und kam bereits im Alter von 17 Jahren zu bemerkenswerten Einsätzen. Nicht zu vergessen der international umworbene Jadon Sancho, der allein 40 Scorerpunkte aus 20 eigenen Treffern und 20 Assists erspielte.

So darf man als Resümee und Ausblick für die kommende Saison festhalten: Zwei überzeugende Halbserien in einer Saison sind notwendig, um den amtierenden Meister zu gefährden. Mannschaft und Trainer haben dafür einen klaren Weg aufgezeichnet.



Die Corona-Saison

Als Erkenntnis aus den Spielen im Sonderspielbetrieb ohne Zuschauer im Stadion wird deutlich, dass die spielstärkeren Teams davon eher profitiert haben, da sie nicht so sehr unter der fehlenden Emotionalität des leeren Stadions gelitten haben. Das konnte deutlich auch im 156. Derby nachvollzogen werden, das als höchster schwarzelber Sieg seit 1966 in die Geschichte einging. „Das Erlebnis des Geisterspiels war surreal. Aber damit muss man sich auseinandersetzen, solange es keine Alternativen gibt“, sagte BVB-Chef Hans-Joachim Watzke.

„Viele Menschen staunen über die Bundesliga und die deutsche Politik, die den Mut hatte, die Rückkehr in den Spielbetrieb auf Basis eines detaillierten Konzeptes zu ermöglichen. Der UEFA-Präsident hat zum reibungslosen Ablauf gratuliert, die Engländer haben unsere Partien übertragen und große Zeitfenster dafür genutzt, die Liga war am Sonntag auf den Titelseiten der vier spanischen Sportzeitungen“, bilanzierte Watzke.

Die Erleichterung über den geglückten Neustart war auch international messbar und wurde als Türöffner bewertet. „Psychologisch und symbolisch war das ein großer Moment. Es gibt nun ein Modell, dem der Rest Europas folgen kann“, schrieb das US-Magazin Sports Illustrated: „Als Spektakel

mag es nicht perfekt sein, aber es ist das, was wir haben. Mit oder ohne Fans, Fußball ist Fußball.“ In den Niederlanden konstatierte De Volkskrant: „Es mag ein Ersatz ohne Zuschauer sein, aber Ersatz ist besser als nichts.“



Hans-Joachim Watzke:

„Froh bin ich erst dann wieder, wenn wir wieder vor unseren Fans spielen können. Ohne sie – das schmerzt.“

Auch Michael Zorc betonte: „Ein Derby ohne Zuschauer, da blutet einem das Herz.“ Das spürte auch die Mannschaft, die spontan nach dem Schlusspfiff auf die menschenleere Südtribüne zugelaufen war. „Es war eine spontane Idee, nicht geplant, nicht zuvor besprochen“, sagte Julian Brandt. „Damit hat die Mannschaft all unseren Fans, die am Fernseher geschaut haben, noch einmal applaudiert“, erklärte Sebastian Kehl.



Michael Zorc verlängert bis 2022

In einer Zeit voller Unwägbarkeiten kann Borussia Dortmund ein weiteres Jahr lang auf die große Erfahrung von Sportdirektor Michael Zorc setzen. Der 57-Jährige, seit 1978 beim BVB und seit 1998 für die sportlichen Geschicke des Vereins verantwortlich, verlängerte seinen bis 2021 gültigen Vertrag vorzeitig bis zum 30. Juni 2022.

„Ich habe Michael Zorc vor einigen Wochen persönlich darum gebeten, ein weiteres Jahr dranzuhängen. Wir alle beim BVB sind glücklich und dankbar, dass er unserem Wunsch entsprochen hat.“

Michael ist ein echter Borusse und als solcher bereit, in einer für uns alle herausfordernden Phase, in der Planungen schwierig und Entwicklungen schwer vorhersehbar sind, weiter in der sportlichen Verantwortung zu stehen. Diese Kontinuität tut uns gut“, sagt Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Auch der Vertrag mit Sebastian Kehl als Leiter der Lizenzspielerabteilung wurde im Oktober 2020 vorzeitig bis zum 30. Juni 2022 verlängert.



Uns steht eine Zeit bevor, die geprägt sein wird von großen Herausforderungen. Es ist für mich selbstverständlich, dass ich in einer solchen Phase an Bord meines Vereins bleibe und meinen Beitrag leiste, um Borussia Dortmund gemeinsam bestmöglich aufzustellen.

Michael Zorc, Sportdirektor des BVB



Die Saison 2020/2021

Ambition für die neue Saison

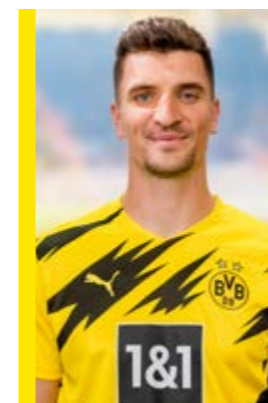
103-2 |

Mats Hummels gab nach der gewonnenen Vizemeisterschaft in Leipzig den Kurs für die nächste Saison vor: „Wir haben in der Hinserie viele Punkte liegen gelassen, dafür war die Rückrunde schon beeindruckend von uns. Wir haben nur drei Spiele verloren. Bayern hat aber einfach eine noch bessere Runde gespielt. Sie sind deswegen auch verdient Meister geworden. Wir wollen nächste Saison einen nach oben rutschen, das nehmen wir uns vor. Der Titel muss immer das Ziel sein.“

Dazu kommentierte Michael Zorc: „Ich finde es sehr gut, dass dieses ehrgeizige Ziel aus der Mannschaft kommt. Das zeigt, dass unsere Spieler selbst noch einiges erreichen wollen und sich mit der Vizemeisterschaft nicht einfach so zufriedengeben.“

Kader 2020/2021

„Klar ist, dass der zweijährige Umbruch der Mannschaft abgeschlossen ist. Aber sollen wir uns deshalb nicht punktuell weiter verstärken, wenn sich dazu trotz Corona die Gelegenheit bietet?“ Ein bemerkenswerter Kader wurde für die neue Saison von Zorc zusammengestellt.



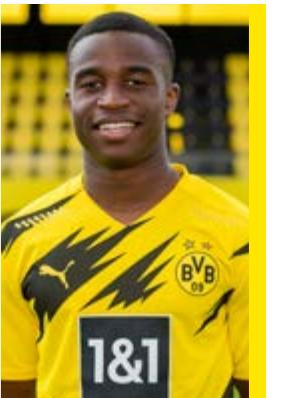
Der belgische Nationalspieler Thomas Meunier konnte frühzeitig verpflichtet werden. Der 28-Jährige spielte bis zuletzt für den französischen Meister Paris Saint-Germain und unterschrieb einen bis zum 30. Juni 2024 datierten Vertrag beim BVB. Meunier spielt bei Borussia Dortmund mit seinen Nationalmannschaftskollegen Axel Witsel und Thorgan Hazard zusammen.

Ein weiteres begehrtes Talent hat sich für Borussia Dortmund entschieden: Vom englischen Zweitligisten Birmingham City FC wechselte Jude Bellingham (17) zum BVB. Der junge Engländer hat beim Vizemeister einen langfristigen Vertrag unterschrieben und ist trotz seines Alters fester Teil des Profi-Kaders.

„Jude Bellingham hat sich voller Überzeugung für den BVB entschieden und dabei selbstverständlich in erster Linie die sportliche Perspektive, die wir ihm aufgezeigt haben, im Blick gehabt“, sagt Sportdirektor Michael Zorc und fügt an: „Er hat ein enormes Potenzial, das wir gemeinsam mit ihm in den kommenden Jahren weiterentwickeln wollen. Schon jetzt verfügt er über erstaunlich viel Qualität im eigenen Ballbesitz genauso wie gegen den Ball, obendrein zeichnet den Spieler auch eine starke Mentalität aus. Wir sehen in Jude auf Anhieb eine Verstärkung für unseren Profikader, werden ihm zunächst natürlich aber auch die Zeit zur Gewöhnung an das höhere Niveau geben, die er benötigt.“



Youssef Moukoko gilt als ein Ausnahmetalent aus dem eigenen Nachwuchs des BVB. Der 15-jährige Stürmer soll noch in der Saison 2020/2021 den Sprung zu den Profis von Borussia Dortmund schaffen. Denn dank einer neuen Regel darf ein Spieler bereits nach Vollendung seines 16. Lebensjahres in der Bundesliga eingesetzt werden – Moukoko erreicht dieses Alter am 20. November. Er verzückte in der vergangenen Saison nach seinem Sprung von der U17 in die U19 die Fußballwelt, indem er in 20 Spielen 34 Treffer erzielte.



„Youssef hat fraglos das Potenzial, sich in der Bundesliga durchzusetzen“, erklärt Otto Addo (45), Top-Talente-Trainer beim BVB. Aber er warnt auch: „Keiner weiß aktuell, wie er sich gegen erwachsene, gestandene Spieler durchsetzen kann oder wie er bei den Profis trainiert. Deswegen tut es dem Jungen nicht gut, wenn wir jetzt sagen: ‚Er schafft das jetzt oder er schafft es nicht.‘“ Der BVB hat bereits seit längerer Zeit ein besonderes Programm für die körperliche Robustheit einerseits und die mentale Weiterentwicklung mit entsprechender schulischer Qualifikation entwickelt.



TOR	ABWEHR	MITTELFELD	STURM
1 Roman Bürki	2 Mateu Morey Bauza	6 Thomas Delaney	9 Erling Haaland
25 Luca Unbehaun	5 Dan-Axel Zagadou	7 Jadon Sancho	11 Marco Reus
35 Marwin Hitz	13 Raphael Guerreiro	8 Mahmoud Dahoud	18 Youssoufa Moukoko
	14 Nico Schulz	10 Thorgan Hazard	
	15 Mats Hummels	19 Julian Brandt	
	16 Manuel Akanji	20 Reinier Jesus	
	26 Łukasz Piszczek	22 Jude Bellingham	
	29 Marcel Schmelzer	23 Emre Can	
		24 Thomas Meunier	
		28 Axel Witsel	
		30 Felix Passlack	
		32 Giovanni Reyna	
		37 Tobias Raschl	

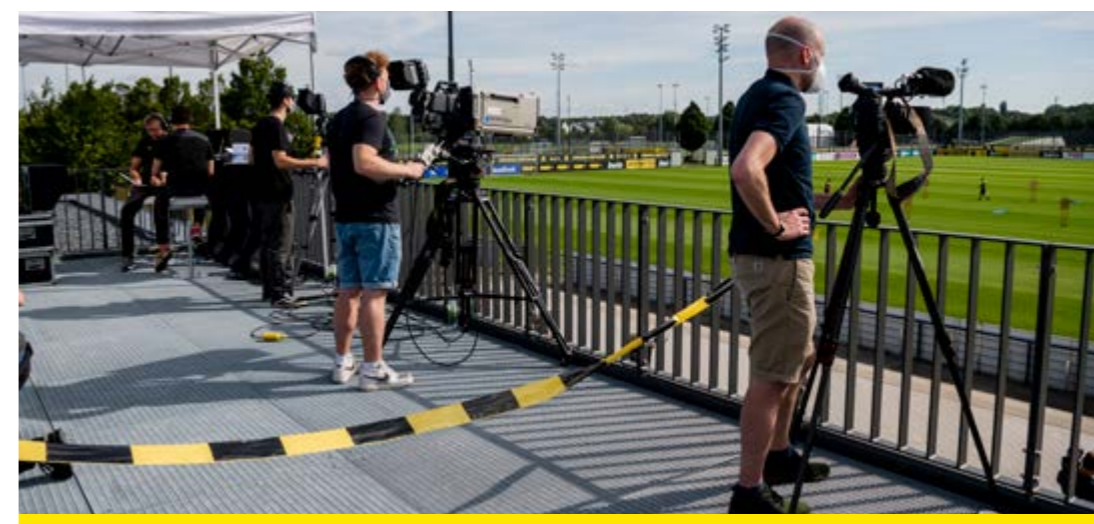
Philipp Laux kehrt als Sportpsychologe zurück

Borussia Dortmunds früherer Torwart Dr. Philipp Laux (47) ist seit Mai 2020 als Sportpsychologe für den BVB tätig. Der Diplom-Psychologe unterstützt in seiner Funktion Lizenzspieler, Trainerstab und Staff.

„Es ist unser Anspruch, den BVB in allen relevanten Teilbereichen des Profisports bestmöglich aufzustellen und ein Netzwerk von Spezialisten zu bilden, das gemeinsam einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt. Vor diesem Hintergrund war es unser Wunsch, zur Saison 2020/2021 das Thema Sportpsychologie im Profibereich zu integrieren, um gezielt an der Potenzialentwicklung jedes Einzelnen arbeiten zu können“, sagt Sebastian Kehl. Der Leiter der Lizenzspielerabteilung ergänzt: „Im Zuge der Coronakrise, die uns plötzlich



vor völlig neue Herausforderungen stellt, ziehen wir diese Maßnahme nun vor. In Dr. Philipp Laux haben wir einen Psychologen gewinnen können, der neben seiner akademischen Ausbildung eine langjährige Erfahrung als Fußballprofi einbringt. Er wird uns unter anderem im Persönlichkeitsmanagement, im mentalen Coaching und in der interdisziplinären Zusammenarbeit mit anderen Experten unterstützen.“



Erweiterung des BVB-Trainingszentrums

102-10

Trotz der coronabedingten Beeinträchtigungen konnten die Geschäftsstelle Sport, das Pförtner- und Medienhaus sowie die neue Parkplatzanlage planmäßig fertiggestellt und bereits in Betrieb genommen werden.

In das Obergeschoss der neu erstellten Geschäftsstelle Sport sind Ende Juli der Vorsitzende der Geschäftsführung Hans-Joachim Watzke, Sportdirektor Michael Zorc sowie Sebastian Kehl, Leiter der Lizenzspielerabteilung, eingezogen, um möglichst nah am sportlichen Geschehen zu sein. In ihren Büros haben sie einen direkten Blick auf die Trainingsplätze. Auch das gesamte Team um den BVB-Nachwuchs unter Leitung von Lars Ricken hat in der ersten Etage des Gebäudes ein neues Zuhause gefunden. Darüber hinaus ist auch die Scoutingabteilung des BVB von der Geschäftsstelle in die modernen Großraumbüros mit flexiblen Arbeitsplätzen umgezogen. Ein weiterer Arbeitsplatz wurde durch einen Mitarbeiter des Ausrüsters Puma bezogen, der nun unmittelbar und konkret auf die Bedürfnisse der sportlichen Abteilung eingehen kann. In den neuen Konferenzräumen im Obergeschoss wurde bereits eine Aufsichtsratsitzung abgehalten. Im Untergeschoss steht den Medien ein voll ausgestatteter Pressekonferenzraum zur Verfügung, der Platz für bis zu 50 Teilnehmer*innen bietet.

Nur wenige Meter entfernt ist das neue Pförtner- und Medienhaus entstanden. Im eigens geschaf-

tenen „BVB-TV-Studio“ können in unmittelbarer Nähe zum sportlichen Bereich TV-Produktionen und Fototermine realisiert sowie Interviews geführt werden. Weitere Arbeitsplätze für BVB-Mitarbeiter*innen sind hierfür vorgesehen. Journalisten steht ein eigener Aufenthalts- und Arbeitsraum zur Verfügung, ausgestattet mit High-Speed-Internet. Das Gebäude verfügt über eine große Terrasse, die den direkten Blick auf das Trainingsgeschehen ermöglicht.

Aufgrund der Covid-19-Problematik sind weitere Gebäudeteile zunächst ausgesetzt worden. Hierzu zählen die Erweiterung des NLZ-Gebäudes inklusive Schwimm-, Diagnostik- und Reha-Bereich, die Tonnendachhalle und die Erweiterung des Jugendinternats. Die Budgetierung für diese Maßnahmen wird laufend aktualisiert und den finanziellen Möglichkeiten aus der Wiederaufnahme des Spielbetriebes mit Zuschauern angepasst.

Übergangsbereich U23

Enrico Maaßen (36) wurde zur Saison 2020/2021 neuer Cheftrainer bei Borussia Dortmunds U23. Damit trat der gebürtige Wismarer und Erfolgstrainer beim Regionalligisten SV Rödinghausen die Nachfolge von Mike Tullberg an, der zum Saisonwechsel die U19 von Michael Skibbe übernahm. Mit Michael Skibbe wurde die Zusammenarbeit beendet. Maaßen unterschrieb einen Vertrag bis zum Sommer 2022.



Immer nachwachsen lassen: Dortmunder Jungs

„Wir wollen keine kleinen Prinzen in bunten Schuhen.“ Lars Ricken, Jugendkoordinator beim BVB, stellte in einem Zeitungsinterview klar, dass Nachwuchsleistungszentren (NLZ) keine Wohlfühlzonen für Kinder und Jugendliche sind. Im Gegenteil, die Doppelbelastung aus Leistungssport und Schule erfordert eine besondere körperliche wie mentale Robustheit, die Borussia Dortmund mit einem spezifisch auf die individuellen Bedürfnisse der Talente abgestimmten Konzept fördert. Den besten Fußballer zu entwickeln, der in jedem Talent steckt, und gleichzeitig den bestmöglichen Schulabschluss mit einem stabilen Gerüst an Sozialkompetenzen zu ermöglichen – nicht weniger ambitioniert ist das Ziel unserer Nachwuchsförderung.



Erfolge der Saison 2019/2020

103-3

Die Saisons der A- und B-Junioren wurden wie schon in den vorangegangenen Spielzeiten in den Staffeln Nord/Nordost, Süd/Südwest und West ausgetragen. Am Saisonende hätten die drei Staffelsieger sowie der Vizemeister der Staffel West um die deutsche Fußballmeisterschaft spielen sollen. Parallel zu den Spielklassen der Männer und Frauen wurde aber auch der Spielbetrieb der A- und B-Junioren-Bundesliga, nachdem die letzten Partien am 11. März 2020 ausgetragen

worden waren, aufgrund der Covid-19-Pandemie zunächst auf unbestimmte Zeit ausgesetzt. Auf einem außerordentlichen DFB-Bundestag am 25. Mai 2020 wurde die Saison 2019/2020 schließlich für beendet erklärt. Aufgrund dessen konnte kein Meister ausgespielt werden. Stattdessen gab es nur Staffelergebnisse, wobei die Teams des BVB jeweils auf Platz zwei der Tabelle standen. Damit wären beide für die Endrunde um die deutsche Fußballmeisterschaft qualifiziert gewesen.



103-2

Ganzheitlicher Ansatz der Nachwuchsförderung

Borussia Dortmund folgt in der Nachwuchsförderung einem ganzheitlichen Konzept, das über integrierte Bausteine sowohl altersspezifisch als auch lokal wie international ineinandergreift. Das Zusammenspiel der wesentlichen Komponenten wird in der Grafik unten veranschaulicht.

103-2

Fußballerische Entwicklung:

- **Motorische Fähigkeiten identifizieren:** Früherkennung guter motorischer Fähigkeiten durch Ballspiele in der Vorschule (als Voraussetzung für Lerntechniken).
- **Bestmögliche und individuelle Unterstützung:** Auf individuelle Bedürfnisse und Entwicklungsmerkmale eingehen.
- **Weiterentwicklung hochveranlagter Spieler:** Erstklassiges Training, das gemeinsames Lernen fördert.
- **Kontakt zu den Profis:** Teilnahme von U19-Spielern an Trainingseinheiten/Camps der Lizenzmannschaft.
- **Hohe Durchlässigkeit:** Der Weg von der Jugend zur Profimannschaft ist nicht nur möglich, sondern erwünscht.

Gesellschaftliche Verantwortung:

- **Persönlichkeitsentwicklung:** Förderung der Persönlichkeitsentwicklung jedes Einzelnen.
- **Gesundheit und Ernährung:** Gesunder und leistungsorientierter Lebensstil als Teil einer ganzheitlichen Betreuung.
- **Teambuilding-Touren und Aktivitäten:** Stärkung der individuellen Teambuilding-Fähigkeiten.
- **Weiterbildung:** Erlernen sozialer Kompetenzen auch außerhalb des Fußballs.
- **Elternschule:** Unterstützung der Eltern als begleitende Partner für den Erfolg.
- **Schulische Qualifikationen:** Förderung von qualifizierten Bildungsabschlüssen als Lebensperspektive.

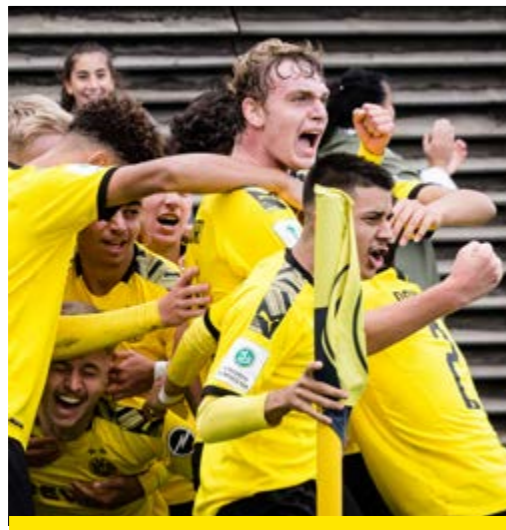
Nachwuchsleistungszentrum:

Maßnahmen zur fußballerischen Entwicklung

103-2

Neben der Ausbildung unserer Spieler auf einem Top-Niveau legen wir großen Wert auf die Qualitätserhöhung in unserem Trainerbereich. Es darf aber nicht übersehen werden, dass in den Leistungszentren zum Teil auch an den eigenen Trainerkarrieren gearbeitet wird.

Wichtig war auch die Optimierung des Scoutings im Grundlagen- und Aufbaubereich. Hier haben wir feste Kräfte eingestellt, die lokal und regional strukturiert sowohl an unseren dezentralen Standorten als auch an Talenttagen Spieler sichten.



Die Einführung der Videoanalyse im Jugendbereich sowie professioneller Software-Tools zur Analyse, Belastungssteuerung, Dokumentation und Kontrolle führten dazu, Trainingsumfänge sinnvoll erweitern zu können, Belastungen wo möglich kontrolliert zu erhöhen und dabei Ausfallzeiten zu vermeiden. Begleitend dazu war eine weitere Professionalisierung des Athletik- und Reha-Bereichs notwendig. Das NLZ baut dabei die Zusammenarbeit mit der Ruhr-Universität Bochum als wissenschaftliche Begleitung für die Bereiche Videoanalyse, Leistungsdiagnostik und Persönlichkeitsentwicklung aus. Insgesamt ist damit eine individuellere Zielstellung in der sportlichen Entwicklung jedes Spielers ermöglicht worden.

Maßnahmen zur Persönlichkeitsentwicklung: Dortmunder Jungs

103-2

Als Merkmale wurden „Intrinsische Motivation“, „Bodenständigkeit“, „Resilienz/Widerstandskraft/Siegeswille“ und „Identifikation mit dem BVB und der Region“ definiert. Die nächsten Schritte zur Konkretisierung des Anforderungsprofils und zu Umsetzungsmöglichkeiten sind auf den Weg gebracht worden. Hierzu zählen Workshops und das Dialogformat „Visite“, mit dem wir regelmäßigen Austausch pflegen und umfassende Bewertungen der Spieler ermöglichen. Auch hier gab es coronabedingt einige Einschnitte.



Schule.Neu.Denken.

Das Konzept beschreibt und plant die Zusammenarbeit der drei sozialisationsbestimmenden Instanzen Schule – Eltern – NLZ als Alternativkonzept zur Privatschule. Das BVB-Konzept der Bodenständigkeit beinhaltet bewusst die Kooperation mit öffentlichen Regelschulen und den niederschweligen sozialen Präsenzkontakten außerhalb des Systems NLZ. Wir wollen, dass sich unsere Spieler nicht vom normalen Leben isolieren und sich so in ihrer Persönlichkeitsentwicklung unter den sozialen Aspekten der Handlungskompetenz im Alltag und der gesellschaftlichen Teilhabe einschränken.

Auch in dieser Konzeptsäule wurde die Maßnahmenumsetzung fortgeführt. Mit Beginn des Schuljahres 2020/2021 konnte zum ersten Mal der Bildungsgang der höheren Handelsschule mit dem Profil „Sport“ und dem Ziel „Fachabitur“ auf den Weg gebracht werden. Hier können wir als BVB den Lehrplan mit personeller Präsenz und Fachlichkeit bereichern. Der Bildungsgang zeichnet sich neben den Präsenzplichtfächern zur allgemeinen Hochschulreife durch einen deutlichen Sportfokus aus,

wobei die Breite des Bildungsangebotes in den naturwissenschaftlichen Bereichen zum Beispiel über Trainingslehre und Ernährungsinhalte gewährleistet wird. Im gesellschaftswissenschaftlichen Bereich werden über lokale Projekte soziale Kompetenzen gezielt gefördert. Externe Lernorte sowie der eigens auf den Sport zugeschnittene Stoffkanon sorgen für die nötige Motivation, das Ziel „Fachabitur“ zu erreichen.

Bei unseren drei öffentlichen Partnerschulen – zum Teil Eliteschulen des Sports – wurden schulinterne Steuerungsgruppen mit dem Ziel initiiert, die Förderung der Entwicklung oben beschriebener Charaktereigenschaften in den Lehrplan und Schulalltag aufzunehmen. Wöchentlich wurden Treffen mit den Koordinatoren durchgeführt, um einerseits die persönliche Nähe zu den Schulen auszuweiten und andererseits konkret das Gelingen der sehr individuell angepassten Stundenpläne für unsere Toptalente zu kontrollieren. Das beste Konzept wird scheitern, wenn der notwendige Wille oder die Ressourcen zur Durchsetzung fehlen. So sind zu einer erheblichen Anzahl an Topspielern der Einsatz von ergänzenden Lehrkräften für den Nachführunterricht, die Hausaufgabenhilfe, individueller Sprachunterricht und etliches mehr zu koordinieren.

Unterbringung im Jugendhaus und in Gastfamilien

Bedingt durch den zum Teil sehr frühen Wechsel in das NLZ, gibt es die Herausforderung der örtlich nahen Unterbringung von Jugendlichen, um lange, belastende Fahrtwege zu vermeiden. Zum Teil ist der Weg ins weit entfernte Elternhaus schlicht unmöglich. Borussia Dortmund stellt hierzu 21 Plätze im Jugendhaus zur Verfügung, das direkt ins Trainingszentrum integriert ist und über eine qualifizierte Leitung mit eigener Erfahrung aus dem Jugendfußball verfügt. Zusätzlich gibt es für



die Jüngeren die Möglichkeit, in speziell ausgesuchten und qualifizierten Gastfamilien untergebracht zu werden, in denen eine noch familiäre Atmosphäre möglich ist. Der BVB stimmt mit dem Jugendamt Dortmund und dem Landesjugendamt die Bedingungen für die Erteilung einer Betriebslaubnis ab und überprüft bzw. koordiniert die vereinbarten Standards.



BVB Evonik Fußballakademie

103-2

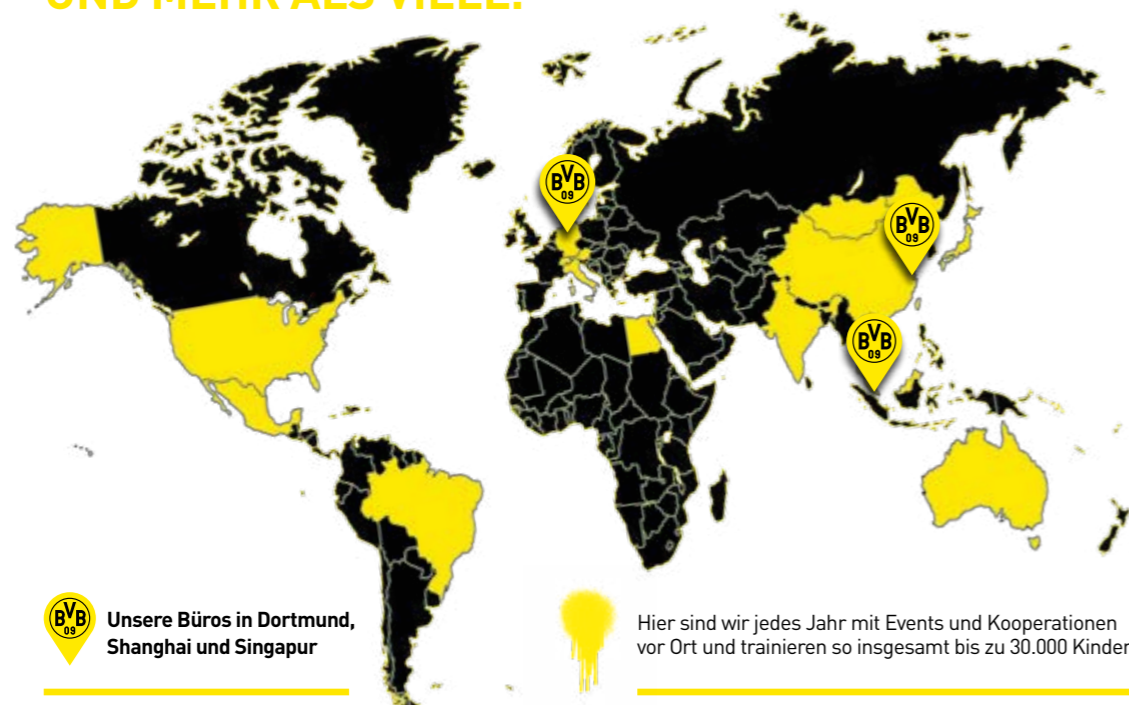
Die BVB Evonik Fußballakademie (FBA) bietet allen Mädchen und Jungen im Alter von 4 bis 13 Jahren ein umfangreiches Kursangebot zur sportlichen wie persönlichkeitsbezogenen Weiterentwicklung. Die Trainingseinheiten richten sich an Anfänger*innen bis hin zu besonders talentierten Spieler*innen. Ein lizenziertes Trainer-team leitet auf Basis des sportlichen Konzeptes unserer Partner Heidelberger Ballschule und Life-Kinetik sowie der Trainingsmethoden der BVB-Nachwuchsabteilung in spiel- und lernorientierten Kursen zur stetigen Verbesserung an.

Der ursprüngliche Gedanke, der das Konzept der Fußballakademie trägt, bleibt seit der ersten Stunde der einstigen Fußballschule unverändert: Die Arbeit der FBA stellt nicht nur den sportlichen Erfolg der jungen Fußballspieler*innen in den Fokus, die gesamte persönliche Entwicklung auf und neben dem Platz wird gleichermaßen gefördert.

Dezentrale Standorte

Borussia Dortmund hat sich zur Aufgabe gemacht, Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit zu bieten, in Standortnähe an qualifizierten, kindgerechten Trainingsangeboten der BVB Evonik Fußballakademie teilzunehmen. Das dezentrale, leistungsbezogene Training in den Aufbau- und

UNSERE FANS SIND ÜBERALL UND MEHR ALS VIELE.



Hier sind wir jedes Jahr mit Events und Kooperationen vor Ort und trainieren so insgesamt bis zu 30.000 Kinder.

Leistungskursen wird durch die Trainer der FBA aktuell bei den Partnervereinen GSV Moers, 1. FC Bocholt, SC Münster 08 sowie am Trainingszentrum Strobelallee angeboten. Beim 1. FC Wülfrath und beim SV 20 Brilon beginnt das Training im November 2020, sofern Corona es zulässt. Dieses standortbezogene Training findet über ein Jahr neben dem normalen Vereinstraining ein- bis zweimal wöchentlich getrennt nach Jahrgängen statt.

Die aktuellen Partnervereine befinden sich in einem Umkreis von rund 100 Kilometern zum BVB. Wir haben eine gewisse Lücke in den näheren Distanzen ausgemacht, da gerade in den jüngeren Jahrgängen die Anfahrt über 50 Kilometer schon als zu lang empfunden werden kann. Deshalb wollen wir in absehbarer Zeit auch auf Kooperationsvereine im näheren Umfeld von Dortmund zugehen.

Die Leistungskurse bilden den Unterbau zum Nachwuchsleistungszentrum. Ergänzend zum Training finden auch in regelmäßigen Abständen Spiele gegen unsere Nachwuchsmannschaften statt. Durch eine optimale Förderung in leistungsgerechten Gruppen gibt es immer wieder Teilnehmer aus den Leistungskursen, die den Sprung ins Nachwuchsleistungszentrum des BVB schaffen.

FBA international

Der Betrieb unserer internationalen Aktivitäten vor Ort musste 2020 fast komplett ausgesetzt werden, da umfassende Reisebeschränkungen eine Begutachtung von Einrichtungen und Mitarbeiter*innen vor Ort fast unmöglich machten. Doch durch einen sehr regelmäßigen, digitalen Austausch in Form von Trainer-Workshops oder Online-Trainingseinheiten profitierten auch unsere internationalen Akademien. 2019 konnten wir im Berichtszeitraum Ägypten und mehrere Standorte in China hinzugewinnen, an denen ganzjährig feste BVB-Mitarbeiter*innen vor Ort arbeiten. Bestehende Standorte sind die USA, Mexiko, Polen, Singapur und Japan.

Kooperationspartner, die mehrmals im Jahr besucht werden, befinden sich in Australien, Thailand, Vietnam, der Mongolei, Indien, Österreich, Luxemburg, Liechtenstein und Brasilien. Durch die Covid-19-Pandemie war der Betrieb aller Einrichtungen nur sehr eingeschränkt möglich. Die Abstimmung der Hygieneregeln zum Schutz unserer Kinder und Jugendlichen war eine organisatorische Herausforderung vor Ort.

Tag der Talente

Coronabedingt konnten die „Tage der Talente“ in diesem Jahr nicht wie geplant stattfinden. Das war

insbesondere für unsere neu gewonnenen Partner sehr bedauerlich, da hiermit viel ehrenamtliches Engagement verbunden ist. Die Juniorenabteilung des BVB richtete immerhin noch am Freitag, 3. Januar 2020, ein Sichtungstraining aus und wandte sich ausschließlich an Feldspieler und Torhüter der Jahrgänge 2011, 2012 und 2013. Nachfolgende Termine mussten ausfallen.

Trainer als wichtigste Ressource

In der FBA legen wir besonderen Wert auf hochqualifizierte Trainer mit DFB-/UEFA-Lizenzen und sportwissenschaftlichem Hintergrund. Intensiv vermitteln wir die BVB-Philosophie und die altersgemäßen Trainingsmethoden. Dabei nutzen wir die umfangreiche Erfahrung mit verschiedenen Alters- und Leistungsgruppen aus Jahrzehnten.



Schutzkonzept „Sexueller Missbrauch“

103-2

Nachdem die Geschäftsführung die Entscheidung getroffen hatte, sich aktiv für den Schutz von Kindern, Jugendlichen, jungen Erwachsenen und Erwachsenen einzusetzen, wurde abteilungsübergreifend ein entsprechendes Schutzkonzept entwickelt. Der BVB wird damit der Verantwortung für die ihm anvertrauten Personengruppen gerecht. Wir verstehen diese Präventionsarbeit – ohne durch einen konkreten Anlass getrieben zu sein – als ein Qualitätsmerkmal unserer Arbeit. Die nächsten Schritte zu einer Mitgliedschaft im „Qualitätsbündnis zum Schutz vor sexualisierter Gewalt im Sport“ sind aktuell in der Vorbereitung.

Im Mittelpunkt steht die Entwicklung einer Kultur des Hinsehens und der thematischen Offenheit. Wichtige Aspekte sind, Machtmissbrauch zu thematisieren und zu verhindern, Elternarbeit zu optimieren und die Kinder und Jugendlichen zu stärken. Es ist vorgesehen, dass alle Mitarbeiter*innen des BVB, die im direkten Kontakt mit Kindern und Jugendlichen in der Fußballakademie oder im NLZ stehen, im Rahmen des erarbeiteten Konzeptes geschult werden und einen spezifischen Ehrenkodex unterschreiben. Dies betrifft auch die Trainer im Ausland, die über Kooperationspartner angestellt sind. Coronabedingt ist dies noch nicht in vollem Umfang geschehen.

Die Vertrauenspersonen und Ansprechpartner in Sachen Gewalt in jeglicher Form haben an einer Ansprechpersonenschulung teilgenommen. Alle Mitarbeitenden im NLZ und der FBA müssen in einem 2-jährlichen Rhythmus ein erweitertes Führungszeugnis gemäß §30a BZRG vorlegen. Bei Eintragungen im erweiterten Führungszeugnis ist eine Einstellung bzw. Fortführung der Tätigkeit nicht möglich.

Verhaltensleitlinien

Für die Bereiche NLZ und FBA wurden entsprechende Verhaltensrichtlinien entwickelt, die sich an Trainer*innen, Angestellte und Besucher*innen richten. Ihre Einhaltung hat höchste Priorität. Dabei geht es um ganz praktische Hinweise zu den Aspekten Dusch- und Umkleesituationen, Toilettennutzung für Trainer*innen, Mitarbeiter*innen und Erwachsene, Vermeidung von 1:1-Situationen, Umgang mit Foto- und Videomaterial, Handyutzung, Körperkontakt, Dienstfahrten, Sprachwahl und Gewalt aller Art. Die Vorgehensweise bei einem Fall von Verdacht auf Kindeswohlgefährdung ist konkret festgelegt worden. Durch Unterschrift verpflichteten sich die entsprechenden Personen zur Einhaltung der Verhaltensregeln.



Borussia verbindet!
Solidarität, Information und Unterhaltung in Zeiten von Corona.

102-16
203-2

Borussia verbindet – immer!

„Die Qualität eines Fußballvereins zeigt sich darin, wie er seiner sozialen Verantwortung gerecht wird“. In Zeiten von Corona hat sich Borussia Dortmund dieses Zitat des Gründungsvaters Franz Jacobi ganz besonders zu Herzen genommen. Kein Fußball und später nur Geisterspiele bedeuten nicht, dass neben dem Rasen nichts passiert. Der BVB ist sich seiner gesellschaftlichen Bedeutung und Strahlkraft für Fans, die Region, die eigenen Mitarbeiter*innen und sich selbst bewusst. In einer Ausnahmesituation, die nur gemeinsam durchgestanden werden kann, hat Borussia Dort-

mund unter dem Motto „Informieren, unterhalten und solidarisch sein“ eine Vielzahl an Aktionen intern sowie mit Fans und Partnern ins Leben gerufen, begleitet und unterstützt, um dem Zitat von Franz Jacobi gerecht zu werden. Kurzum: Das gesamte BVB-Netzwerk hat zusammengearbeitet.

Überstanden ist diese schwierige Zeit noch nicht, dennoch möchte der BVB sich an dieser Stelle für das Engagement, die vielen Ideen, die Spenden an unsere BVB-Stiftung „leuchte auf“, für Geduld und Verständnis ganz herzlich bedanken.



Maßnahmen des BVB

203-1

20 Millionen Euro: Solidaritätsaktion der UEFA-Champions-League-Teilnehmer

Im Rahmen einer Solidaritätsaktion stellten die deutschen Champions-League-Teilnehmer aus Dortmund, München, Leipzig und Leverkusen insgesamt 20 Millionen Euro zur finanziellen Unterstützung von Klubs der Bundesliga und 2. Bundesliga zur Verfügung. Damit sollen von der Corona-Krise ausgelöste Härtefälle gemindert werden.

„Wir haben immer gesagt, dass wir uns solidarisch zeigen werden, wenn Klubs unverschuldet durch diese absolute Ausnahmesituation in eine Schieflage geraten, die sie alleine nicht mehr be-

herrschen können. Der BVB wirkt aktuell durch vielfältige Aktionen tief in die Gesellschaft hinein. Und natürlich sind wir auch bereit, im Profifußball zu helfen, wenn es am Ende darum geht, wirtschaftliche Konsequenzen der Pandemie ein Stück weit aufzufangen“, betont Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Die vier Klubs verzichten zunächst auf ihren Anteil an noch nicht verteilten nationalen Medienerlösen der Deutschen Fußball Liga in der kommenden Saison. Dieser Betrag, der bei Anwendung des derzeitigen Verteiler-Schlüssels rund 12,5 Millionen Euro umfassen würde, wird seitens des Quartetts noch einmal um 7,5 Millionen Euro aus eigenen Mitteln aufgestockt.



Digitale Spieltage zum Wohle der Dortmunder Gastrobetriebe

Dortmund ohne den BVB ist genauso unvorstellbar wie der BVB ohne seine Heimatstadt. Und das spüren wir alle: Wenn in Dortmund der BVB spielt, ist die Stadt schwarzgelb. Egal, ob beim Bäcker, beim Friseur, im Restaurant, in der Kneipe oder an der Bude. Auf der Seite www.borussia-verbundet.de hat Borussia Dortmund in Zusammenarbeit mit der Crowdfunding-Plattform GoFundMe eine Initiative ins Leben gerufen, um diejenigen zu unterstützen, die unsere Spieltage so richtig abrunden: Dortmunder Kneipen, Restaurants und Buden. Sie alle müssen durch

das „Social Distancing“ und nicht zuletzt auch durch den Ausfall der Bundesligaspiele auf wichtige Einnahmen verzichten. Für die einzelnen Betriebe mit allen ihren Mitarbeiter*innen stellt die aktuelle Situation eine große Herausforderung dar.

Borussia Dortmund rief mit seinen digitalen Spieltagen alle Fans dazu auf, digital ihre Lieblingsorte in der Stadt zu besuchen und mit einer Spende zu unterstützen. Am vierten digitalen Spieltag hat Borussia Dortmund ein umfassendes Unterhaltungsprogramm auf die Beine gestellt. Im Mittelpunkt: Eine zweistündige Live-Show aus dem SIGNAL IDUNA PARK, moderiert von Nobby Dickel.

Insgesamt 143 registrierte Betriebe erhielten einen Gesamtbetrag von mehr als 201.613 Euro. | 203-2



Borussia Dortmund sagt „Danke!“

Borussia Dortmund bedankt sich bei insgesamt 1.388 Mitgliedern, die die Spende an die BVB-Stiftung als Begrüßungsgeschenk gewählt haben. Dies entspricht einer Spendensumme von 13.880 Euro, die „leuchte auf“ zugutekommt. Gerade in dieser schwierigen Zeit kann die BVB-Stiftung mit den Spenden eine Menge bewegen. Unter dem Motto „Borussia verbindet“ hat „leuchte auf“ zum Beispiel eigens eine Spendenkampagne ins Leben gerufen, mit der unbürokratisch und intensiv punktgenau dort angesetzt wurde, wo Hilfe zwingend notwendig war.

Blutspende-Aufrufe für das DRK

„Bitte helft und spendet Blut“, so lautete der Aufruf von Borussia Dortmund an seine Fans und alle Bürger*innen. Viele Menschen gingen aus Sorge um die Ausbreitung des Coronavirus nicht mehr zum Blutspenden. Mats Hummels richtete sich daher mit einer Botschaft an die Fans: „Im Zuge der Covid-19-Pandemie wird weniger Blut gespendet. Es besteht allerdings kein erhöhtes Risiko. Es ist sehr wichtig, dass weiterhin Blut gespendet wird. Also wenn ihr gesund seid und ihr euch fit fühlt, geht zur Blutspende. Es ist weiterhin sehr wichtig.“



viele spüren Kurzarbeit, Umsatzrückgänge oder gar Arbeitslosigkeit. Wir haben deshalb allen Fans eine unkomplizierte Ticket-Rückerstattung angeboten. Von Gesetzesregelungen, die vorsehen, Rückerstattungen durch das Ausgeben von Gutscheinen leisten zu dürfen, wollten wir keinen Gebrauch machen.

Die Unterstützung des BVB sollte keine Frage von „Verzicht oder Erstattung“ sein. Deshalb wurden unterschiedliche Optionen entwickelt, mit dem Thema „Tickets“ umzugehen. Ein dickes Dankeschön an die vielen Fans, die auf ihren Rückerstattungsanspruch verzichteten.

BVB KidsClub: Bleib am Ball!

Der KidsClub hat es sich mit Beginn der Corona-Krise zur Aufgabe gemacht, den KidsClub-Mitgliedern jede Woche mindestens drei Aktionen zum Mitmachen anzubieten. Darunter Basteln, Sport, Malen, Schulaufgabenbetreuung usw.



Auf der KidsClub-Website <https://kidsclub.bvb.de> findet man alle Aktionen.



Klar, der Gedanke ist erst einmal ungewöhnlich – mit Fieber und Atemwegsbeschwerden ins Stadion zur Untersuchung. Aber tatsächlich haben wir hier die optimalen Bedingungen: Wir haben uns deshalb sehr über das Angebot und die Hilfe des BVB gefreut.

Dr. Dirk Spelmeyer, 1. Vorsitzender der KWVL



Im Bild: Mitarbeiterin im Behandlungszentrum

SIGNAL IDUNA PARK wird Corona-Behandlungszentrum

Fußball-Bundesligist Borussia Dortmund stellte den SIGNAL IDUNA PARK für den Kampf gegen das Coronavirus zur Verfügung. Im Bereich der Nordtribüne stand die Versorgung von Coronavirus-Verdachtsfällen sowie Patienten mit entsprechenden Beschwerden im Mittelpunkt. Der BVB hat das Areal gemeinsam mit der Kassennärztlichen Vereinigung Westfalen-Lippe (KWVL) eigens umgebaut.

„Unser Stadion ist das Aushängeschild der Stadt, für fast jeden in Dortmund und Umgebung ein Fixpunkt und durch seine technischen, infrastrukturellen und räumlichen Bedingungen der ideale Ort, um gerade jetzt Menschen aktiv zu helfen, die potenziell vom Coronavirus infiziert sind bzw. über entsprechende Beschwerden wie Atemwegserkrankungen und Fieber klagen. Es ist unsere Pflicht und unser Wunsch, alles in unserer Macht Stehende dafür zu tun, dass diesen Menschen geholfen wird“, betonen Hans-Joachim Watzke und Carsten Cramer.

Möglichkeiten der Ticketrückerstattung

Borussia Dortmund hat gemeinsam mit Fanvertreter*innen sowie der Abteilung Fanangelegenheiten unterschiedliche Optionen zur Rückerstattung, bezogen auf Dauerkarten für BVB-Partien und bereits erworbene Tageskarten, erarbeitet. Für die offenen, manchmal unbequemen, aber immer konstruktiven Gespräche bedanken wir uns bei allen Fans, die mitgewirkt haben. Der BVB hat mit der gegenwärtigen Situation wirtschaftlich schwer zu kämpfen. Die meisten BVB-Fans sind ebenfalls von der Covid-19-Krise betroffen,

Maßnahmen der BVB-Tochtergesellschaften

BVB Merchandising GmbH: Verkauf von „Soli-Shirts“ zugunsten von „leuchte auf“

In Anlehnung an die Anfänge des BVB zeigt das Design das schon damals typische „B“ auf der Brust, ergänzt durch den charakteristischen Hut als Erkennungszeichen unserer Gründerväter. Das schwarze BVB-T-Shirt ist weiterhin für 18,61 Euro im Onlineshop erhältlich. Der Verkaufserlös von über 45.000 Euro ging an die BVB-Stiftung „leuchte auf“ und kommt dadurch gemeinnützigen und sozialen Projekten in Dortmund zugute, die gegen die aktuelle und durch das Coronavirus bedingte Situation mit aller Kraft ankämpfen.

BVB Merchandising GmbH: „Matchworn“-Aufwärmshirts

Versteigerung von „Matchworn“-Aufwärmshirts zur Unterstützung der Spendenkampagne der BVB-Stiftung. Über 6.000 Euro konnten für den guten Zweck erzielt werden.

BVB Event & Catering GmbH

Aufgrund der kurzfristigen Absage des Derbys konnten manche Zutaten für die geplanten Speisen nicht mehr abbestellt werden oder waren schon eingelagert. Essens- und Lebensmittelspenden aus dem Stadion gingen in Folge umfangreich auch an die Dortmunder Tafel. Darüber hinaus wurden an einem Wochenende 200 warme Mahlzeiten für Obdachlose im Stadion gekocht und diese wurden in der Nordstadt durch bodo e.V. verteilt.

BVB Fußballakademie GmbH: Gemeinsam weiter am Ball!

„Habt ihr euer Kinderzimmer schon zu eurem persönlichen Trainingslager umfunktioniert? Gut so! Denn das Team der BVB Evonik Fußballakademie hält euch mit weiteren Übungen fit!“

So locker und unterhaltsam war die Ansprache zu den insgesamt 16 Tutorial-Videos, die sich unsere Coaches für die Kids zu Hause ausgedacht haben. Eine Vielzahl praktischer Übungen stand auf dem Akademie-Stundenplan, die den Youngstern zu Hause die Zeit nicht zu lang werden ließ.

tischer Übungen stand auf dem Akademie-Stundenplan, die den Youngstern zu Hause die Zeit nicht zu lang werden ließ.



<https://www.bvb.de/Der-BVB/Fussballakademie/News/Gemeinsam-weiter-am-Ball>

Maßnahmen BVB intern

Gehaltsverzicht

Die Profis und Verantwortlichen des BVB verzichteten aufgrund der Coronakrise auf einen Teil ihres Gehaltes. Der BVB übernimmt als Arbeitgeber mit dem vorhandenen ökonomischen Hintergrund die Verantwortung für seine Beschäftigten und verzichtet auf Kurzarbeit.

Spenden für bodo e.V.

Seit 1994 hilft bodo e.V. Menschen in sozialen Notlagen. „Durch die Schließung vieler Einrichtungen waren Wohnungslose von einem Tag auf den anderen auch von kostenlosen Duschen, Waschmaschinen und Kleiderkammern abgeschnitten,“ so bodo-Geschäftsführerin Tanja Walter.

Zumindest für die Zeit der Pandemie-Maßnahmen wurde dafür eine Lösung gefunden: Unter dem Dach des „Paritätischen“ Dortmund hat bodo e.V., koordiniert durch die Ökumenische Wohnungslosen-Initiative e.V. Gast-Haus, in Zusammenarbeit mit dem Wärmebus-Team und der Diakonie ein Hygienezentrum in Betrieb genommen.



Mit einer großen Sammelaktion von Spielzeugen und Hygieneartikeln hat die BVB-Belegschaft dazu beigetragen, die Jugendhilfe in der Dortmunder Nordstadt und das Hygienezentrum für Dortmunds Wohnungslose zu unterstützen.



BVB Merchandising GmbH: Trikotverkauf „Borussia verbindet“

„Borussia verbindet Generationen, Männer und Frauen, alle Nationen.“ Diese Zeile ist nicht nur aktueller denn je, sondern steht – über die derzeitige Situation hinaus – sinnbildlich für das Engagement von Borussia Dortmund für eine vielfältige Gesellschaft und gegen Rassismus, Antisemitismus, Homophobie, Sexismus und Diskriminierung jeglicher Art. Mit Überzeugung stehen wir zu dieser Haltung und setzen ein entschlossenes Zeichen.

In unserem Onlineshop waren Heim- und Auswärts-Trikots mit dem Flock „Borussia verbindet – Gemeinsam gegen Rassismus“ und Fanschals mit verschiedenen Botschaften erhältlich. Der Erlös von über 8.100 Euro ging über die Stiftung „leuchte auf“ an die BVB-Arbeit gegen Diskriminierung.



Personal-Kooperation mit Partner REWE

Der Lebensmittel-Einzelhandel benötigte zunehmend Personal. Die infolge der Covid-19-Pandemie massiv gestiegene Nachfrage nach Lebensmitteln belastete Kapazitäten insbesondere im Verkauf und in der Logistik. Borussia Dortmund hat sich in dieser Situation entschlossen, eine Personal-Kooperation mit seinem Partner REWE zu schließen. Mehr als 20 Mitarbeiter*innen machten und machen von ihr Gebrauch.

Stundenweise eingesetzte BVB-Aushilfen, die zum Beispiel in den Fanshops oder der BVB Event & Catering GmbH vom eingeschränkten Betrieb betroffen waren und trotzdem ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen wollten, konnten freiwillig und unbürokratisch in REWE-Filialen arbeiten.

Sie wurden zu den bei REWE üblichen Konditionen befristet eingestellt und können nach dem Ende der Krise wieder zum BVB zurückkehren. Ihr Arbeitsvertrag mit Borussia Dortmund wurde „ruhend“ gestellt. Borussia Dortmunds Geschäftsführer Carsten Cramer dazu: „Der Lebensmittel-Einzelhandel ist eine systemrelevante Branche, die auf Unterstützung angewiesen ist. BVB-Aushilfen wiederum, die vorübergehend für REWE arbeiten, erhalten die Möglichkeit, ihre Einkommenssituation auf ein sicheres Fundament zu stellen.“ BVB-Mitarbeiterin und Studentin Alina Fröse betonte, „dass die Kooperation für mich eine gute Möglichkeit ist, neben dem Studium Geld zu verdienen. Außerdem habe ich das Gefühl, dass ich hier in der Filiale gebraucht werde.“

203-2

Maßnahmen der BVB-Stiftung

Spendenkampagne „Covid-19“

Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie bekommen alle unmittelbar zu spüren. „leuchte auf“ hat eigens eine Spendenkampagne ins Leben gerufen, die rund 72.000 eingebracht hat. Mit den Geldern werden gemeinnützige Organisationen und Initiativen unterstützt, die vor Ort besonders stark von den Folgen der Pandemie betroffen sind, die zu dem neuartigen Virus forschen oder die sich im besonderen Sinne für die Gesundheit aller Menschen in unserer Gesellschaft einsetzen. Ziel dieser Aktion war es insbesondere, die Kräfte der gesamten BVB-Familie zu bündeln.

leuchte auf
DIE BVB-STIFTUNG

**SPENDENKAMPAGNE
COVID-19**

Die Erlöse der Spendenkampagne gingen an:

■ Bieber.Burmann for you e.V. (6.000 Euro)

Der Verein setzt sich insbesondere für Jugendfreizeitstätten ein. In der akuten Ausnahmesituation war es das Ziel des Projektträgers, die betreuten Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die in der Regel wenige bis keine familiären Bindungen mehr haben, nicht allein zu lassen.

■ bodo e.V. (5.500 Euro)

Durch die Pandemie konnte das vom Verein erstellte Straßenmagazin nicht weiter durch den persönlichen Verkauf vertrieben werden. Es wurde eine Solidaritäts-Ausgabe der „bodo“ herausgegeben, die auf Bestellung analog oder digital nach Hause geliefert wurde. Gemeinsam mit dem Fanmagazin schwatzgelb.de hat bodo e.V. zusätzlich eine schwarzgelbe Sonderausgabe veröffentlicht, die hier erworben werden kann:

<https://bodoev.org/produkt/100-seiten-borussia/>

■ Frauen helfen Frauen e.V. Dortmund (7.168 Euro)

Im Zuge der Ausgangsbeschränkungen hatte sich für viele Frauen, die häusliche Gewalt in ihrer Partnerschaft erleben, die Lage weiter zuge-

spitzt. In Dortmund boten das Frauenhaus und die Frauenberatungsstelle konkrete Hilfe, fachkundige Beratung und eine sichere Unterkunft an. Im Zuge der Spende wurde die Stiftung „leuchte auf“ Unterstützer der Kampagne „nein heißt nein“. Diese setzt ein Zeichen gegen sexualisierte Gewalt an Frauen, informiert über das Angebot der Frauenberatungsstelle und sensibilisiert die Öffentlichkeit.

■ Lebenshilfe Castrop-Rauxel, Datteln, Oer-Erkenschwick, Waltrop e.V. (6.200 Euro)

Die Covid-19-Pandemie stellte eine große Herausforderung für die stationären Betreuungseinrichtungen des Lebenshilfe-Vereins dar. Um ca. 80 betreuten Menschen mit geistigen Behinderungen, die in drei Wohneinrichtungen der Lebenshilfe untergebracht sind, Begegnungen mit ihren Familienangehörigen zu ermöglichen, wurden ab Mitte Mai 2020 spezielle Besuchs-Container realisiert.

■ Stiftung Universitätsmedizin Essen (10.000 Euro)

Weitere Erlöse gingen an die Stiftung Universitätsmedizin Essen. Bereits seit vielen Jahren arbeiten das Institut für Virologie und die Klinik für Infektiologie eng mit der Klinik für Infektionserkrankungen des Union Hospitals in Wuhan zusammen. Die deutschen und chinesischen Forscher stehen im Austausch über die Ergebnisse umfangreicher Daten- und Probenauswertungen von Covid-19-Krankheitsfällen.

■ Weltgesundheitsorganisation (WHO) (10.000 Euro)

Die Spende unterstützt die Arbeit der WHO, um die Ausbreitung des Virus verfolgen und verstehen zu können, um sicherzustellen, dass Patienten die benötigte Versorgung erhalten und um die Forschung und Entwicklung eines Impfstoffs sowie von Behandlungsmethoden zu beschleunigen.

Die BVB-Stiftung sagt „DANKE!“

Ein großer Dank gilt den BVB-Fans, die die Kampagne mit Privatpenden, Teilnahmen an Auktionen sowie dem Kauf von Soli-Shirts und Trikots unterstützt haben. Die BVB Merchandising GmbH zeichnete unter anderem für die Gestaltung, Umsetzung und Bereitstellung der Waren für die Kampagne verantwortlich. Eine Gesamtübersicht der geförderten Projekte befindet sich auf Seite 115.

Maßnahmen von BVB-Partnern

#StrongerTogether

Als Dankeschön an die Helfer*innen organisierte BVB-Partner Puma während der Covid-19-Pandemie mit Borussia Dortmund eine Spendenaktion unter dem Motto #StrongerTogether.



Anlässlich des Internationalen Tages der Pflegenden überraschten der BVB und Puma Corona-Helfer*innen mit einer Danke-Aktion an ihren Arbeitsplätzen. Pflegekräfte und Ärzte des Klinikums Dortmund und des Corona-Behandlungszentrums im SIGNAL IDUNA PARK erhielten dabei unter anderem neue Trainingstaschen und Turnbeutel.

EA Sports: Stay home. Play together.

Im Rahmen des EA SPORTS FIFA 20 Stay and Play Cups trafen 20 Profispieler aus 20 legendären europäischen Klubs zusammen, um den Coronavirus Relief Fund von Global Giving zu unterstützen. Mit dabei: der ehemalige BVB-Profi Achraf Hakimi. Der BVB-Champion-Partner EA spendete außerdem eine Million US-Dollar als Soforthilfe und langfristige Unterstützung für die von Covid-19 am stärksten betroffenen, hilfsbedürftigen Gebiete.

Hassia hilft – mit Herz, Hand und Mineralwasser

Mit Unterstützung des Netzwerkes der BVB-Stiftung „leuchte auf“ konnten der Dortmunder Tafel e.V. 30 Paletten Wasser kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Noch mehr Hilfe von BVB-Partnern

Evonik und der BVB unterstützten das Friedensdorf in Oberhausen mit Einmalhandschuhen, Desinfektionsmitteln und Malbüchern. ESET und BVB versteigerten gemeinsam von der Mannschaft unterschriebene Trikots. Der Erlös kam der Dortmunder Tafel zugute.

Das BVB-Büro in Shanghai akquirierte die Hilfe der Partner Tongji Universität, Shunde FA, Marvel Health und Hupu. Die vier Organisationen aus China schickten Pakete mit mehr als 5.000 Masken nach Deutschland, um die Ausbreitung des Coronavirus einzudämmen. Die Masken wurden zum Teil im Behandlungszentrum verteilt, gingen aber auch an karitative Organisationen.

Fan-Initiative

Bündnis Südtribüne: Einkaufsservice und Botendienst

Das Bündnis Südtribüne bot in der Stadt Dortmund einen Einkaufsservice und Botendienst für Personen aus der Risikogruppe an. „Über 90 Fans haben sich organisiert und helfen, wo sie können. Das ist einfach nur großartig und beeindruckend“, sagte Björn Hegemann, Abteilungsleiter Fanangelegenheiten, und fügte hinzu: „Es gibt dankbare Abnehmer.“ Zum Beispiel Volker Treckmann aus Aplerbeck, der den Borussen bei der Anlieferung seiner Einkäufe liebe Worte mit auf den Weg gab: „Ich bin 73 Jahre alt und habe tatsächlich Angst rauszugehen. Es ist wirklich toll, dass es diese jungen Menschen gibt, die uns Älteren so helfen.“



Betroffene Bürger aus Dortmund konnten sich jeden Tag zwischen 11 Uhr und 17 Uhr an die engagierten Fans wenden. Hans-Joachim Watzke erfüllt das Zusammenspiel von Fans und Hilfsbedürftigen mit Stolz. Der Vorsitzende der Geschäftsführung sagt: „Unsere Fans sind für tolle Stimmung, Choreografien und eine besondere Atmosphäre bekannt. Dass sie aber darüber hinaus auch ein besonderes Gespür für Menschen in Not haben, macht diese Gemeinschaft zu etwas ganz Besonderem.“



Unsere Handlungsfelder:

- Soziale Verantwortung
- ▶ Fans, Mitglieder und Gesellschaft
- ▶ Mitarbeiter*innen
- ▶ Produktverantwortung

Ökologische Verantwortung

Sportliche Entwicklung

Wirtschaftliches Handeln

25 Wesentliche Themen

Managementansätze nach GRI

Echte Liebe.





Identität und Tradition

Fangemeinschaft und Fanverhalten

Vielfalt und Antidiskriminierung

Stiftung „leuchte auf“

Medien und soziale Netzwerke

Soziale Verantwortung.
Fans, Mitglieder und Gesellschaft.



103-1
103-2
103-3

Identität und Tradition

Antrieb und Vision

Unser Selbstverständnis ist es, erfolgreich aus eigener Kraft zu sein. Alles, was wir tun, entspringt unserem Willen, die maximale Kraft unserer Gemeinschaft zu entfachen. Dabei ist unsere Haltung anpackend und von langfristigen Entscheidungen aus Überzeugung geprägt. Wir wollen es nachhaltig zeigen: Echte Liebe verbindet weltweit und schreibt erfolgreich Geschichte.

102-16

Unsere Werte

Hungrig Wir bleiben unzufrieden, denn wir wollen zu den Besten gehören – weltweit. Wir packen an, gehen mit bedingungslosem Einsatz an unsere Grenzen.

Kämpferisch Wir fügen uns nicht gern. Wenn wir uns etwas in den Kopf gesetzt haben, schaffen wir es. Wir glauben an unsere gemeinsame Entschlossenheit und Zielstrebigkeit und vertrauen auf unsere vereinte Stärke.

Bodenständig Wir sind Westfalen aus dem Ruhrgebiet und tief verwurzelt mit unserer Heimat. Für uns zählt die Leistung und nicht die Verpackung. Wir arbeiten hart, und wenn wir erfolgreich sind, feiern wir das gemeinsam – mit unseren Familien und unseren Freunden.

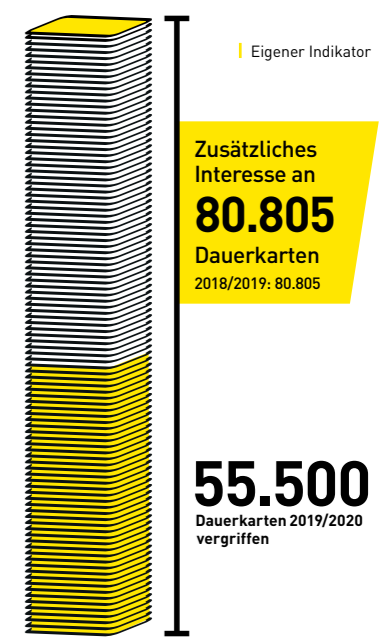
Konzept und Ziele

Auf der Basis dieser Werte lässt sich das langfristig orientierte Handeln von Borussia Dortmund verstehen. Uns ambitionierte Ziele zu

setzen und diese klar zu benennen, steckt ebenso grundlegend in der DNA des BVB wie die Rolle des Herausforderers, der sich mit aufgekrepelten Ärmeln seinen Weg nach oben erkämpfte und dabei die eine oder andere Schramme einzustecken hat. Es gibt ein klares Bekenntnis der Mannschaft zu diesen Werten, wenn sowohl Führungsspieler als auch neu hinzugestoßene Profis sich sportlich wieder an der Meisterschaft orientieren wollen – in einer Zeit, in der die Vereinsführung wegen der

gravierenden Auswirkungen der Covid-19-Pandemie von vormals formulierten Meisterschaftszielen abgesehen hat.

Dies aus eigener Kraft zu schaffen und das Spannungsfeld zwischen Kommerzialisierung und Bodenständigkeit zu meistern, gehört zu unseren täglichen Herausforderungen, die viel Fingerspitzengefühl und ständigen Dialog mit unseren Anhängern erfordern. Der Weg, den der BVB dazu eingeschlagen hat, wird überwiegend als authentisch angesehen und macht uns zu einem der attraktivsten Fußballklubs weltweit. Die Nachfrage bezüglich Dauerkarten war im Berichtszeitraum unvermindert hoch. Wegen



der langen Wartezeit ist die Warteliste jedoch geschlossen. Von dieser Liste konnten wir rund 500 Wünsche berücksichtigen.

103-2 | Unser Ziel ist es, international die Anzahl unserer Fans zu erhöhen und uns dabei nicht von unserer Basis in Dortmund zu entfernen. Deshalb sind unsere Ticketpreise seit Jahren nicht über die Inflationsrate hinaus erhöht worden, und für Bier und Bratwurst zahlt man seit Langem die moderatesten Preise der Liga. Der Dialog mit unseren Fans zur coronabedingten Ticketrückerstattung war beispielhaft, und der Verzicht vieler Fans war ein solidarischer Zeichen für den BVB und dessen Mitarbeiter*innen. Die Nähe zu allen Fans und Freunden des BVB beizubehalten, bedeutet auf der einen Seite, das gemeinsame Gespräch im Stadion zu suchen und auf der anderen Seite, die digitale Welt der Internationalisierung nicht zu vernachlässigen. Denn auch die steigende Anzahl der Menschen, die sich weltweit für den BVB interessieren und bereit sind, dafür zu bezahlen, bilden die solide finanzielle Basis für weitere sportliche Erfolge der Zukunft.

Maßnahmen und Ergebnisse

Besonders die Rückrunde der zurückliegenden Saison war wesentlich von Corona bestimmt. Die zahlreichen solidarischen Maßnahmen, die sowohl für spontane Hilfe der unmittelbar Betroffenen als auch für Unterhaltung zu Hause in der Zeit des „Lockdowns“ gesorgt haben, werden umfangreich ab Seite 96 dieses Berichts beschrieben. Darüber hinaus haben auch vor Corona eine Reihe von Maßnahmen zum Thema „Identität und Tradition“ stattgefunden:



Sondertrikot Kohle & Stahl

Seit 110 Jahren ist der BVB in seiner Heimat tief verwurzelt. Der BVB und die Stadt Dortmund sind auf Kohle und Stahl geboren. Anlässlich des 110. Geburtstags setzte Borussia Dortmund dieser langen Geschichte ein Denkmal. Im Heimspiel gegen Fortuna Düsseldorf lief der BVB in einem einzigartigen, nur in diesem Spiel getragenen Sondertrikot auf, welches komplett in Schwarz gehalten war – inklusive der Logos des BVB und aller auf dem Trikot präsenten Partner: Evonik, Puma, Opel und Bundesliga.

Das Motto „Kohle & Stahl – Mit unserer Heimat tief verwurzelt“ reihte sich ein in die traditionsbewusste Kommunikationskampagne des BVB „Gestern. Heute. Morgen.“

“
Die Historie unseres Vereins ist untrennbar verbunden mit seiner Heimatregion.

Hans-Joachim Watzke

„Mit dem Sondertrikot wollen wir ein Denkmal für die Menschen setzen, die im Kohle- und Stahl-Sektor gearbeitet haben und stets für den BVB einstanden“, sagte Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung von Borussia Dortmund. Weiter führt er aus: „Unseren Geburtstag begreifen wir als eine Hommage an die Region und die Erinnerung, dass der BVB und die Menschen durch manch dunkle Zeiten gehen mussten, um das zu erarbeiten, was man heute hat. Diese Erinnerung tragen wir immer – und an diesem Tage sichtbar – mit uns.“

Die auf 9.009 Stück limitierte Auflage war innerhalb kürzester Zeit ausverkauft. Zwischendurch war wegen des Andrangs sogar der Onlineshop nicht erreichbar. Noch Tage später belagerten Hunderte Fans unsere Servicehotline – leider vergeblich.

Der BVB bedankt sich bei seinen Fans und seinem Ausrüster Puma, dem Hauptsponsor Evonik sowie bei Ärmelpartner Opel und der Deutschen Fußball Liga, die die Idee und Gestaltung dieses Sondertrikots von Anfang an engagiert unterstützt haben.

BVB-Originale: Ein Programm für die Generation 60+

103-2 |

Rund 11.500 BVB-Mitglieder sind älter als 60 Jahre. Grund genug, sich mit den Erwartungen einer zunehmend aktiven, gesunden und freizeitsuchenden Altersgruppe auseinanderzusetzen. Ziele sind dabei, neue Botschafter*innen für den BVB zu aktivieren und unseren Kontakt zum Fan zu intensivieren, um gerade in dieser Altersgruppe unserer



Digitale Stadiontour

Mehr als 100.000 Menschen pro Saison besuchen neben den Spieltagen auf Stadiontours den SIGNAL IDUNA PARK. Coronabedingt war dies über Monate nicht möglich. Um unseren Fans trotzdem einen Einblick in „das schönste Stadion der Welt“ zu bieten, hat sich Stadion-Guide André auf eine digitale Tour gemacht und dabei interessante Persönlichkeiten wie Lizenzspieler-Leiter Sebastian Kehl, Kommunikations-Chef Sascha Fligge, Team-Koch Dennis Rother und Rasen-Ikone Willi Droste getroffen. Spannende Informationen gibt es zu den Presse- und Logenbereichen, zum Gefängnis, zur Mannschaftskabine und natürlich zur legendären Südtribüne.

sozialen Verantwortung gerecht zu werden und gesellschaftliche Bindungen zu erhalten.

Ein vielfältiges Angebot aus gesellschaftlichen, kulturellen und sportlichen Aktivitäten – überwiegend kostenlos – wurde entwickelt. Leider musste das Programm coronabedingt verschoben werden, da für die altersbedingte sogenannte Risikogruppe eine besondere Verantwortung bestand.



Lust auf einen spannenden Abstecher?

https://www.youtube.com/watch?v=gJ4lt3dUB_I



Teil der
Nichtfinanziellen
Erklärung

Fangemeinschaft und Fanverhalten

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Borussia Dortmund hat eine sehr große Fangemeinschaft, die über Jahrzehnte gewachsen ist. Hierzu zählen über einhundertfünfzigtausend Mitglieder des Vereins, Zehntausende Dauerkarten-Inhaber*innen, knapp 25.000 Menschen auf der Südtribüne, 952 Fanclubs, eine große ehrenamtliche Fanabteilung, Hunderte sogenannte „Allesfahrer*innen“, drei Ultragruppen und unzählige internationale BVB-Fans auf der ganzen Welt. Sie alle haben verschiedene Erwartungen an den BVB, unterschiedliche Bedürfnisse für einen gelungenen Spieltag und verbinden eine enorme Leidenschaft mit Borussia Dortmund.

Die Abteilung Fanangelegenheiten mit zehn festangestellten Fanbeauftragten bildet das Bindeglied zwischen Borussia Dortmund und seiner Fangemeinschaft. Sie ist neben der Ticketing-Abteilung und der Service-Abteilung die dritte Anlaufstelle für die Anliegen aller BVB-Fans und gleichzeitig interner und externer Berater für alle fanbezogenen Themen. Als Expert*innen der Fanarbeit verstehen sich die Fanbeauftragten sowohl innerhalb als auch außerhalb des BVB als erste Ansprechpartner*innen für alle fanrelevanten Themen.

Die Fanbeauftragten arbeiten mit den BVB-Fans sowie den Akteuren des Vereins und anderer Institutionen professionell zusammen. Die Basis dafür sind Empathie für alle Anspruchsgruppen, eine Kommunikation auf Augenhöhe sowie die

Werte von Borussia Dortmund. Für die vielschichtigen Arbeitsbereiche wurden folgende Leitsätze als Basis formuliert: Die Fanbeauftragten stärken den Austausch zwischen Borussia Dortmund und seinen Fans sowie den Austausch innerhalb der sehr heterogenen Fangemeinschaft. Sie bringen die unterschiedlichen Erwartungen, Meinungen, Emotionen und Interessen einander näher. Dabei sind sie sich der enormen Bedeutung der Fans für den Fußball und speziell für den BVB bewusst und wollen deren Relevanz weiter stärken. Zuletzt nehmen sie die Fans aktiv mit, um die Entwicklung des BVB und sein positives Gesamtbild gemeinsam zu gestalten und zu fördern.

Die folgenden Ziele sind dabei ein ständiger Wegweiser in der täglichen Arbeit der Fanbeauftragten: Wir wollen die Barrieren zwischen Generationen, Geschlechtern, Religionen und Fankulturen abbauen. Wir wollen die Fangemeinschaft vernetzen und vergrößern. Wir wollen auftretende Konflikte frühzeitig erkennen und moderativ lösen. Wir wollen die Nachwuchs- und Jugend-Fanarbeit weiterentwickeln. Wir wollen das ehrenamtliche Engagement innerhalb der Fangemeinschaft fördern und Verhaltenssicherheit für das Stadionerlebnis schaffen.

Um den Aufgaben gerecht zu werden, hat sich die Abteilung Fanangelegenheiten in den vergangenen Jahren stetig vergrößert und gliedert sich in die Bereiche „Spielbetrieb“ sowie „Fanclubs“. Zusätzlich behandelt sie die Themen „Inklusion“,

„Antidiskriminierung“ in Abstimmung mit dem Fachbereich Corporate Responsibility, „Netzwerkarbeit“, „Gremienarbeit“, „Fanveranstaltungen“ und „Jugendarbeit“. Dem Vorstand wird regelmäßig durch den Abteilungsleiter Fanangelegenheiten Bericht erstattet. Dabei geht es um die aktuellen Situationen in der Fanszene, die konzeptionelle Arbeit der Abteilung sowie Einschätzungen und damit verbundene Handlungsempfehlungen für die Geschäftsführung.

Inklusion

Borussia Dortmund befasst sich bereits seit Jahren intensiv mit den Belangen von Menschen mit Behinderungen. Das Thema Inklusion nimmt eine immer wichtigere Rolle ein. Ziel ist es, mehr Menschen die Teilhabe an Borussia Dortmund zu ermöglichen. Der Anspruch des BVB ist dabei, nicht nur seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, sondern als Vorbild zu agieren.

Durch verschiedene Projekte und Angebote will Borussia Dortmund daher allen Fans eine größtmögliche Teilhabe bieten und dem inklusiven Gedanken entsprechen. Der BVB fokussiert darauf, allen Menschen den Stadionbesuch zu ermöglichen. Allerdings kann eine vollständige Inklusion allein aufgrund der baulichen Barrieren im SIGNAL IDUNA PARK nicht erreicht werden. Wir wollen daher den Menschen anhand vielfältiger Angebote zeigen, dass sowohl sie als auch das Thema „Inklusion“ dem BVB sehr wichtig sind. Dafür unterstützt der BVB Projekte und Einrichtungen mit inklusiver Ausrichtung auch in Kooperation mit der Stiftung „leuchte auf“.

Jugend in der Fanarbeit

Der BVB nimmt seit einiger Zeit einen Wandel in der Altersstruktur innerhalb der Fangemeinschaft von Borussia Dortmund wahr. Anzeichen dafür sind unter anderem der steigende Altersdurchschnitt der Besucher*innen des SIGNAL IDUNA PARK. Dieser Entwicklung steuert der BVB gegen und will nach wie vor Jugendliche begeistern, damit sie in frühen Phasen ihres Fan-Daseins erste intensive und langfristige Kontakte knüpfen können.

Die Angebote der Jugendarbeit des BVB richten sich generell an junge Menschen von 14 bis 27 Jahren. Für die Jugendarbeit hat sich der BVB folgende Leitziele gesetzt: Wir wollen positive „Kontakte“ und „Beziehungsangebote“ für Jugendliche

durch konkrete Angebote schaffen, Angebote für verschiedene Bildungsschichten entwickeln, gesellschaftliche Veränderungen sensibel wahrnehmen und in den Angeboten berücksichtigen. Zusätzlich wollen wir ein kontinuierliches Kartenkontingent für Jugendliche mit einem transparenten Vergabeverfahren zur Verfügung stellen, Feindbilder abbauen und die Kooperation mit verschiedenen Netzwerkpartnern in der Jugendarbeit stärken.

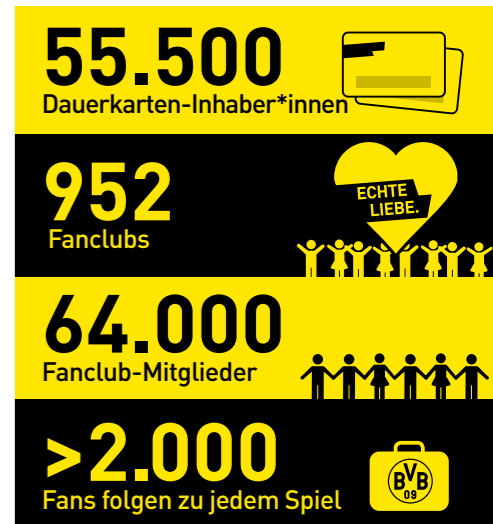
Maßnahmen und Ergebnisse

Die Fanarbeit beim BVB wird immer ein stetiger Prozess bleiben, angepasst an die Entwicklungen in der Fangemeinschaft. Innerhalb der Hinrunde 2019/2020 wurde eine Fanumfrage mit rund 4.500 Teilnehmer*innen durchgeführt. Auf der Basis der Ergebnisse wurde die Fanarbeit des BVB wie oben beschrieben konzeptionell weiterentwickelt.

Zur Stärkung der Inklusion wurden Blindenreportagen für die Heim- und Auswärts-spiele angeboten. Seit Beginn der Geisterspiele wurde dazu ein zusätzlicher Livestream für Sehbehinderte eingerichtet. Ein Gebärdensprachkurs für Fans wurde als Online-Angebot umgesetzt, und der regelmäßige Austausch mit den Dauerkarten-Inhaber*innen unter den Rollifahrer*innen sowie unter den Seh- und Hörbehinderten wurde online fortgesetzt. Die institutionalisierten Dialogformate bewähren sich auch in Krisenzeiten. Fandegiertenversammlung, Fanrat und Fantage haben stattgefunden bzw. wurden in digitaler Form durchgeführt.

Der BVB prüft Ereignisse unerwünschten Fanverhaltens fallspezifisch und wägt die entsprechenden Maßnahmen oder Sanktionen sorgsam ab. Im Berichtszeitraum wurden sechs mit Strafen belegte Fehlverhalten sanktioniert, für die der BVB insgesamt 137.125 Euro an den DFB bzw. die UEFA zahlen musste.

Eigener Indikator



416-1
416-2
419-1

Eigener Indikator



Teil der
Nichtfinanziellen
Erklärung

Vielfalt und Antidiskriminierung

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Borussia Dortmund lebt Vielfalt und Antidiskriminierung in allen Bereichen. Der BVB will diese Werte dauerhaft fördern und etablieren. Dazu wurden Maßnahmen in fünf Themenfeldern ergriffen, die nachfolgend näher erläutert werden. Zusammen ergeben sie ein Konzept, durch das die Arbeit für eine vielfältige Gesellschaft und gegen Diskriminierung und die extreme Rechte auf allen notwendigen Ebenen vorangetrieben wird.

Fanarbeit

Fanarbeit dient der Vernetzung, Information, Betreuung und Bildung einzelner Fans und Fan-Gruppen. Zudem vermittelt sie zwischen den Interessen des BVB und denen aufseiten der Anhänger. Sie sucht Kompromisse, definiert gemeinsame Werteraster und entwickelt Perspektiven. Unsere Fanarbeit zielt darauf ab, positive und antidiskriminierende Kräfte innerhalb der Fangemeinschaft zu aktivieren, zu unterstützen und zu stärken.

Netzwerkarbeit

Um die Arbeit gegen Rechtsextremismus und Diskriminierungen nachhaltig auf mehreren Ebenen zu etablieren, ist es unabdingbar, sich mit anderen Akteuren in der Stadt zu vernetzen. Borussia Dortmund ist eng mit sozialen Trägern, städtischen Institutionen, Sponsoren und zivilgesellschaftlichen Akteuren wie Vereinen, Stiftungen und Initiativen verbunden. Dabei beeinflussen sich sowohl positive als auch negative Entwick-

lungen und Erfahrungen zwischen den Beteiligten. Es gilt, neue Partnerschaften zu gewinnen und bestehende zu pflegen. Auf diese Weise können das erforderliche Engagement und die vor uns liegenden Herausforderungen zur Gestaltung der zukünftigen Stadtgesellschaft gemeinsam geschultert werden.

Interne Maßnahmen

BVB-interne Maßnahmen dienen der Sensibilisierung, Weiterbildung und Qualifikation der Mitarbeiter*innen des BVB. Im Bereich Rechtsextremismus und Diskriminierungen bedeutet dies, verschiedene Diskriminierungsformen zu erkennen, um im eigenen Arbeitsbereich handlungssicher darauf reagieren zu können.

PR- & Öffentlichkeitsarbeit

Der BVB nutzt den hohen Bekanntheitsgrad und Stellenwert in Dortmund und darüber hinaus, um sich nachhaltig medial mit dem Thema Rechtsextremismus und Diskriminierungen auseinanderzusetzen. Die eigenen Aktivitäten werden kompakt, nachhaltig und proaktiv in die Öffentlichkeit getragen. Ziel ist es, ein selbstbewusstes Profil zu entwickeln und die Botschaft zu vermitteln: Borussia Dortmund trägt mit seinen Handlungskonzepten zur Lösung drängender Probleme bei und übernimmt als Akteur mit großer Strahlkraft gesellschaftliche Verantwortung.



„Wenn wir durch unsere Spende in Höhe von einer Million an die Holocaust-Gedenkstätte Yad Vashem den Kampf gegen Antisemitismus und Rassismus nur etwas erfolgreicher gestalten können, dann ist es das wert. Auch wenn es Ihr Geld ist. Immer, wenn die Gesellschaft Fehl Tendenzen aufweist, werden wir da sein. Das ist ein Versprechen.“

Hans-Joachim Watzke, BVB-Hauptversammlung 2019

Erinnerungsprojekte

Die Erinnerung an die Verbrechen des Nationalsozialismus nimmt in der deutschen Gesellschaft einen hohen Stellenwert ein. Auch für den BVB sind Erinnerungsprojekte und die Auseinandersetzung mit der deutschen Geschichte ein fester Bestandteil der Antidiskriminierungsarbeit. Einerseits unterstützt der BVB mit innovativen Projekten den Fortbestand der gesellschaftlichen Erinnerung an die Zeit des Nationalsozialismus. Andererseits erfolgt, anknüpfend an die konkreten historischen Bezüge, ein kontinuierliches Lernen und Nachdenken über Rechtsextremismus und Diskriminierungen in der Gegenwart.

BVB ein Treffpunkt für Menschen und Themenhalte geschaffen werden. Ein Nutzungskonzept und ein erster Kostenplan sind erstellt, Angebote für die weiteren Planungsschritte liegen vor.

Maßnahmen und Ergebnisse

2019 fand eine inklusive Bildungsreise nach Oświęcim und in die Gedenkstätte Auschwitz mit 30 Fans statt, darunter fünf gehörlose Personen in Begleitung von zwei Gebärdensprachdolmetscher*innen und einer Expertin der Beratungsstelle für Inklusion im Fußball „KickIn!“ Das gleiche Ziel hatte eine weitere Reise mit Mitarbeiter*innen des BVB und unseres Hauptsponsors Evonik Industries AG.

Zum von der EU finanzierten Projekt „Changing the Chants“, einer Kooperation zwischen dem Anne-Frank-Haus in Amsterdam, Borussia Dortmund, Fare Network und Feyenoord Rotterdam, gab es ein erstes Treffen. Das Projekt zielt darauf ab, übertragbare Methoden zu finden, um Antisemitismus im europäischen Fußball entgegenzuwirken. Es läuft 24 Monate bis Oktober 2021.

„Remembering the Holocaust. Fighting Antisemitism.“ Mit dem fünften World Holocaust Forum erinnert der Staat Israel an die Befreiung des NS-Vernichtungslagers Auschwitz. Zu den geladenen Gästen gehörte auch eine Delegation von Borussia Dortmund.

Der BVB war ebenfalls zu Gast bei der Gedenkveranstaltung zum 75. Jahrestag der Befreiung von Auschwitz. Mehr als 200 Überlebende, über 30 Staatsoberhäupter und insgesamt mehr als 3.000 Besucher*innen nahmen an der offiziellen Gedenkveranstaltung teil.

Am selben Tag fand im SIGNAL IDUNA PARK die Veranstaltungsreihe des BORUSSEUM „Tag gegen das Vergessen“ statt. Halina Birenbaum, eine Holocaustüberlebende, berichtete über 500 Gästen sehr eindrücklich von ihren Erfahrungen.

1.400 Erreichte Personenzahl der organisierten Veranstaltungen



1,1 Mio VIEWS

Postings zu Herrn Watzke in Auschwitz

Erreichte Personen zum Tag gegen Homophobie

3,7 Mio



Eigene Indikatoren

Im Berichtszeitraum wurden das Konzept zum „Umgang mit einem Rassismus-Vorfall im Stadion“ und das Konzept „Panama“ als niedrigschwelliges Soforthilfe-Angebot für alle Stadionbesucher*innen entwickelt. Letzteres berücksichtigt, dass Diskriminierungen, Bedrohungen und Gewalt gegen Personen, die nicht der weißen, männlichen, heterosexuellen Mehrheitsnorm entsprechen (wie z. B. LSBTIQ*), zu Unsicherheit bzw. Angst vor Übergriffen führen.

Der BVB beteiligt sich an dem Projekt „Vielfalt im Stadion“ der KoFaS (Kompetenzgruppe Fankulturen und sportbezogene Soziale Arbeit) und weiterer Akteure. Als EM-Austragungsort ist der SIGNAL IDUNA PARK ein Modellstandort. Bis zur UEFA EURO 2024 soll mit dem Fan- und Jugendhaus des

*Lesbisch Schwul
Bi Trans Inter Queer
bzw. im Englischen
entspr. für Lesbian
Gay Bisexual Trans
Intersex Queer.



103-1 103-2 103-3 **Stiftung „leuchte auf“**

413-1 **Konzept und Ziele**

Die Stiftung „leuchte auf“ ist eine von Borussia Dortmund im Jahr 2012 gegründete, unabhängige und gemeinnützige Organisation. Ihr Ziel ist es, gemeinnützige Projekte mit finanziellen Mitteln oder mit ideeller Arbeit zu unterstützen. Im Fokus stehen vornehmlich Themen, die im Raum Dortmund und der Region angesiedelt sind. Eine intensive Zusammenarbeit besteht mit unseren Fans, der Stadt Dortmund und sozialen Trägern.

Der Vorstand und das Stiftungsmanagement wurden im Berichtszeitraum personell und strukturell verändert. Informationen hierzu finden Sie auf Seite 58. Die Arbeit an einer Weiterentwicklung der Stiftungsschwerpunkte wurde begonnen. Ergebnisse werden im nächsten Bericht beschrieben.

Vier Säulen der inhaltlichen Arbeit

ZUKUNFT Perspektiven schaffen.

Einstiegsbarrieren, gesellschaftliche Ungleichheiten und soziale Schichtungen sind vielfach Gründe dafür, dass Talente junger Menschen unentdeckt und demzufolge auch ungefordert bleiben. Mit der Säule Zukunft investiert die Stiftung ganz gezielt in Bildungsprojekte.

VIELFALT Werte vermitteln, tolerantes Miteinander fördern.

Der Dortmunder Kabarettist Bruno Knust hat es bereits auf den Punkt gebracht: „Borussia verbindet Generationen, Männer und Frauen, alle Nationen. Hier fragt man nicht nach arm oder reich, wir Fans auf der Tribüne, wir sind alle gleich.“ Deshalb fördert „leuchte auf“ Projekte in den Bereichen Integration, soziale Inklusion, Anti-Rassismus und Kampf gegen rechts.

ENGAGEMENT Gemeinsam ehrenamtlich helfen.

Ehrenamtliche Arbeit ist ein bedeutender Bestandteil unserer Gesellschaft. Sie ist wichtiges Rückgrat sozialen Engagements, und viele Bereiche des öffentlichen Lebens würden ohne die ehrenamtlich Tätigen erst gar nicht funktionieren. Das soziale Engagement von BVB-Fanclubs wird durch die Stiftung in besonderem Maße unterstützt.

GESUNDHEIT Unser höchstes Gut schützen.

Gesundheit als körperliches und geistiges Wohlergehen ist das höchste Gut des Menschen. Sport und körperliche Aktivität spielen zu ihrem Erhalt eine große Rolle. Die Stiftung unterstützt deshalb Projekte, die eine gesunde Lebensführung vermitteln.

Konkrete Maßnahmen werden auf den Seiten 58 und 102 dieses Berichts näher beschrieben.

Fördersäule	Förderzweck	Spendenhöhe in Euro
ZUKUNFT	Machbarschaft Borsig11 e.V.: Fortlaufende Finanzierung der „YOUNGSTERS akademie“, Dortmund	30.000,00
	Bieber.Burmann for you e.V.: Renovierungs-Teilfinanzierung eines Dortmunder Kinder- und Jugendtreffs, Dortmund	5.000,00
	DRK Kreisverband Dortmund e.V.: Finanzierung einer Vorschulkinder-Abschlussfahrt des DRK-Familienzentrums Zwergenland, Dortmund	385,00
	Förderverein Kita Erdbeerfeld e.V.: Kostenbeteiligung an der Neugestaltung des Kindergarten-Bewegungsraumes, Dortmund	3.197,74
	Feggendorf Asociation Civil (Mexico-City): Fußball-Akademie mit sozialen und pädagogischen Schwerpunkten für Kinder in Mexiko	30.000,00
	Solidarfonds-Stiftung NRW: Spendenunterstützung zur Verbesserung von schulischer Infrastruktur und für das Projekt „Lernpaten – Schüler helfen Schülern“, Witten	5.000,00
	Schulbiologisches Zentrum der Stadt Dortmund: Finanzierung u. a. von Wildbienen-Nisthilfen für den Schulgarten, Dortmund	5.000,00
	Planerladen e.V.: Unterstützung eines fußballbezogenen Freizeitangebotes für sozial benachteiligte Jungen und Mädchen, Dortmund	5.000,00
	LebensWERT Iserlohn e.V.: Mitfinanzierung eines Vereinsbusses für die Jugendarbeit des Vereins, Iserlohn	5.000,00
	Bieber.Burmann for you e.V.: Unterstützung eines Dortmunder Streetworker-Cafés während der Corona-Pandemie, Dortmund	6.000,00
	Stiftung Universitätsmedizin Essen: Corona-Pandemie-Soforthilfe, Essen	10.000,00
	Maecenata Stiftung: Corona-Pandemie-Soforthilfe zugunsten der WHO, München	10.000,00
	Frauen helfen Frauen Dortmund e.V.: Corona-Pandemie-Soforthilfe, Dortmund	7.168,00
	DRK-Kreisverband Unna e.V.: Kostenbeteiligung für neues Kletter-Spielgerät für Außengelände der Kindertageseinrichtung „Hokuspokus“, Holzwickede	5.000,00
Feggendorf Asociation Civil (Mexico-City): Fußball-Akademie mit sozialen und pädagogischen Schwerpunkten für Kinder in Mexiko	35.000,00	
VIELFALT	Neovaude für Sportjugend im SSB Dortmund e.V.: Bereitstellung von BVB-Spielmodulen für die Ferienfreizeit für sozial benachteiligte Kinder am Sorpensee, Dortmund	828,34
	DGB-Bildungswerk NRW e.V.: Fortlaufende Finanzierung des Projektes „90 Minuten gegen Rechts“, Dortmund	15.000,00
	Opferperspektive e.V.: Engagement gegen 30 Jahre rechte Gewalt, Potsdam	5.000,00
	Fanprojekt Dortmund e.V.: Fortlaufende Finanzierung des BVB-Lernzentrums u. a. zur sozialen Bildung von Kindern und Jugendlichen	20.000,00
	Bildungswerk Stanislaw Hantz e.V.: Unterstützung eines Forschungsprojektes zur „Aktion Reinhard“, Kassel	10.000,00
	Forum Dunkelbunt e.V.: Corona-Pandemie-Soforthilfe für die Arbeit des ambulanten Kinderhospizdienstes Löwenzahn, Dortmund	500,00
	Familienbande Familiennetzwerk Kamen e.V.: Finanzierung eines Rikscha-Fahrrads zur generationsübergreifenden und inklusiven Arbeit, Kamen	10.000,00
ENGAGEMENT	Machbarschaft Borsig11 e.V.: Finanzierung des Projektes „Aktion Runder Tisch BVB und Borsigplatz“, Dortmund	4.000,00
	Lebenshilfe Castrop-Rauxel, Datteln, Oer-Erkenschwick, Waltrop e.V.: Finanzierung eines Begegnungs-Containers für die Zeit der Corona-Pandemie, Waltrop	6.200,00
	Freunde und Förderer - „Das Kinderhaus“ e.V.: Unterstützung bei der naturnahen Umgestaltung des KiTa-Außengeländes (Projekt „Schwarzgelbe Familie“ mit dem BVB-Fanclub Oelder Borussia 09), Oelde	4.000,00
	Förderverein der Raphael-Schule Recklinghausen e.V.: Unterstützung bei der Anschaffung von „Jugendbänken“ für den Schul-Pausenhof (Projekt „Schwarzgelbe Familie“ mit dem BVB-Fanclub Eisborussen), Recklinghausen	1.297,10
GESUNDHEIT	bodo e.V.: Corona-Pandemie-Soforthilfe für das Straßenmagazin „bodo“, Dortmund	5.500,00
	Dortmunder Tafel e.V.: Corona-Pandemie-Soforthilfe, Dortmund	1.608,00
	Caritas-Konferenzen im Erzbistum Paderborn e.V.: Corona-Pandemie-Soforthilfe für Dortmunder Nachbarschaftshilfe „Martens aktiv“, Paderborn	500,00
	Stadtfeuerwehrverband Dortmund e.V.: Gewinner des Ideenwettbewerbes „Einfach mal machen“, Dortmund	25.000,00
	TV Gut-Heil 1865 e.V.: Gewinner des Ideenwettbewerbes „Einfach mal machen“, Dortmund	25.000,00
	The Amity Foundation (China): Soforthilfe im Kampf gegen die globalen Folgen des Corona-Virus, China	5.000,00
	NCL-Stiftung: Kostenübernahme eines Druckplakates für Informationskampagne gegen „Kinderdemenz“ in Dortmund, Hamburg	1.332,80
SUMME		302.516,98

413-1
203-2
Eigener Indikator

ca. **380.000 Euro** Spendererträge 2019/2020

Anzahl der unterstützten Projekte: **33**

203-2



Teil der
Nichtfinanziellen
Erklärung

Medien und soziale Netzwerke

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Das Interesse der Fans und interessierten Öffentlichkeit an Borussia Dortmund steigt aufgrund der sportlichen Erfolge, der Teilnahme an internationalen Wettbewerben und der Internationalisierung des Vereinsfußballs kontinuierlich an. Die Medien und die sozialen Netzwerke spielen dabei eine wesentliche Rolle und stützen Borussia Dortmund in seiner wirtschaftlichen und sportlichen Entwicklung sowie in seiner gesellschaftlichen Wirkung. Deshalb werden alle Maßnahmen gemeinsam mit der Geschäftsführung erarbeitet und durch sie freigegeben. Gerade im „Sonderspielbetrieb“ während der Covid-19-Pandemie stieg die internationale Aufmerksamkeit beträchtlich an.

Unser Ziel ist es, in einer digitalen Medienlandschaft den Bedürfnissen nach Informationen sowohl einer neutralen Öffentlichkeit als auch unserer eigenen Fans zu entsprechen. Diesen wollen wir stets eine intensive Verbundenheit ermöglichen. Insbesondere über die neue und wegweisende Partnerschaft mit Trikotsponsor 1&1 Telecommunication SE werden wir ab 1. Juli 2020 neue Wege der Ansprache und der Content-Bereitstellung gehen. Weitere Formate des Audio-/Voice-Contents werden neu entwickelt und bestehende Inhalte sowie die Beitragsanzahl deutlich ausgebaut.

Wir unterstützen die redaktionelle Arbeit der unabhängigen Presse, der wir ein effizientes Arbeitsumfeld und als börsennotiertes Unterneh-

men überdurchschnittliche Informationstransparenz ermöglichen. Dazu gehört die Bereitstellung professionell vorbereiteter Contents genauso wie eine Vielzahl an Presseterminen und Interview-Möglichkeiten zu den Themenfeldern des BVB.

Als wichtige Säule der Fangemeinschaft gestalten wir auf der anderen Seite den Informationsaustausch durch eigene Kommunikationskanäle und auf ausgewählten Plattformen der sozialen Netzwerke. Zentrale Ziele liegen hier in der Fokussierung auf die Faninteressen, den direkten Mehrwert für den Fan und in der Bereitstellung eines zunehmend spezifischen Dialogangebotes, angepasst auf die jeweilige Plattform. Neuer Konzeptansatz ist hier das „BVB Media House“, in dem als kommunikatives Zentrum die völlig neu entwickelte „BVB-App“ die Ausgangspunkte für die Themensetzung definiert und die zentrale Steuerung aller Formate, Content-Arten und deren Verknüpfung übernimmt. Die Login-gesteuerte, persönliche Ansprache wird eine neue Dimension des digitalen, individuellen Fanerlebnisses ermöglichen. Um die Risiken, die aus der Veröffentlichung interner Daten, unsachgemäßer Kommentierung oder Vermischung von privater und beruflicher Mediennutzung entstehen könnten, zu reduzieren, hat der BVB für alle Mitarbeiter*innen verbindliche Grundsätze zur Online-Kommunikation etabliert.

Der BVB nutzt die für seine Fans gängigen sozialen Netzwerke Facebook, YouTube, Instagram, Twitter und TikTok sowie für den asiatischen Wachstums-

markt Sina Weibo, WeChat, Dongqiudi und Douyin. Diese Plattform-Orientierung hat den Vorteil der Nähe zu den Fans, die sich darauf bewegen. Nachteil ist, dass die Datenhoheit beim jeweiligen Betreiber liegt. Deshalb setzt der BVB zunehmend auf ein innovatives eigenes Media-Angebot, das von der Website über die neue BVB-App bis hin zu innovativen Audio-Formaten, Voice-Assistenten, neuen TV-Streaming-Inhalten sowie optimierten Direktansprachen reicht. Zudem setzt der BVB verstärkt auf Audio- und Voice-Formate und hat in diesem Jahr bereits eigene Podcast-Reihen gelauncht. Inhalte werden vollständig neu produziert, ausgerichtet auf den Fan, mit dem wir auch in diesem Medium den stetigen Dialog suchen.

Der BVB wird auch weiterhin die zunehmenden digitalen Möglichkeiten nutzen, um die diversen Erwartungen der vielfältigen Fangruppen international erfüllen zu können. Weitere Vorteile liegen darin, Meinungsbilder durch direkte Ansprache zu erhalten und wichtige Erkenntnisse über die Anliegen, Wünsche und Vorlieben der Fans zu gewinnen. Darüber hinaus unterliegen die eigenen Kanäle dem europäischen Datenschutz.

Maßnahmen und Ergebnisse

Insgesamt arbeiten nun 24 Mitarbeiter*innen im Bereich und die Inhouse-Kompetenz zum Thema Digital Media wird sukzessive weiter ausgebaut. Hierzu tragen sowohl die Partnerschaft mit 1&1 Telecommunication SE als auch die Weiterentwicklung der BVB-App auf der Content-Ebene bei.

Aus dem Grundsatz der Fanzentrierung aller eigenen Maßnahmen heraus hat der BVB im Berichtszeitraum Analysen zum besseren Verständnis der individuellen Kommunikationsprozesse auf verschiedenen Plattformen durchgeführt. Daraus ergibt sich ein noch besseres Bild des Faninteresses für die oben beschriebenen perspektivischen Maßnahmen.

Durch den Bau eines integrierten Medienbereichs im Zusammenhang mit dem Ausbau des Trainingszentrums in Brackel kommen wir dem Interesse an Neuigkeiten aus dem Sport noch intensiver nach, indem wir die Bereitstellung von Informationen aus dem direkten Umfeld der Mannschaft weiter verbessern können. Hier steht vor Ort umfangreiches Equipment zur eigenen Produktion von Inhalten zur Verfügung: vom Film-, Foto- und Tonstudio über Interview-Räume bis zur digitalen Postproduktion. Leider war die Nutzung der bereits fertiggestellten Bereiche durch die Corona-Kontakteinschränkungen bislang nur anfänglich möglich.

Insgesamt erreichte Borussia Dortmund im Berichtszeitraum rund 35 Millionen Nutzer*innen auf allen digitalen Kanälen (33 Millionen im Berichtszeitraum 2018/2019 auf Facebook, Instagram, Twitter, chinesischen Microblogs).



Eigener Indikator

Anzahl unserer Follower in sozialen Netzwerken zum 30. Juni 2020



Beschäftigung

Aus- und Weiterbildung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Vielfalt und Chancengleichheit

Soziale Verantwortung
Mitarbeiter*innen



103-1 103-2 103-3 Beschäftigung

Konzept und Ziele

Unsere Mitarbeiter*innen sind entscheidend für unseren Erfolg, denn unsere Ziele und Ambitionen können wir nur als Mannschaft erreichen. Borussia Dortmund ist mehr als nur ein Arbeitgeber, davon ist unsere Unternehmenskultur geprägt. Wir gehören zusammen – in guten wie in schlechten Zeiten: „Ohne Euch kein Wir“ – das ist Borussia Dortmund auch mit Blick auf seine Mitarbeiter*innen. Dabei steht das „Wir“ im Vordergrund – für „Ich“ und „Meins“ ist beim BVB kein Platz. Und diese Haltung setzen wir im täglichen Umgang miteinander um. Dafür greifen wir konstruktive Kritik aktiv auf, arbeiten fokussiert an Lösungen und Verbesserungen, ohne Bewährtes zu vernachlässigen. Wir bieten motivierten, zielorientierten und verlässlichen Mitarbeiter*innen interessante und vielseitige Arbeitsmöglichkeiten in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen.

ab März 2020 wurde wegen der Coronakrise jedoch möglichst auf Neueinstellungen verzichtet und Engpässe wurden überwiegend unternehmensintern ausgeglichen. Die Fluktuationsrate lag bei 18,95 % (12,5 % in der Saison 2018/2019). Um ein aufschlussreiches Bild zu erhalten, sollte die Fluktuationsrate differenziert nach den unterschiedlichen Anstellungsverhältnissen betrachtet werden. So zeigt sich, dass zum einen die Spielerwechsel und zum anderen die Beschäftigung von Aushilfskräften, Werkstudent*innen und Praktikant*innen einen hohen Einfluss auf die Fluktuationsrate haben. Bei Voll- und Teilzeit-Beschäftigungsverhältnissen beläuft sich die Fluktuationsrate wiederum nur auf knapp 8 % und liegt damit unter dem deutschlandweiten Durchschnitt. 401-1

102-8 | Zum Stichtag 30. Juni 2020 wurden in der Saison 2019/2020 879 Mitarbeiter beschäftigt und damit 3,5% mehr als im vorherigen Berichtszeitraum (2018/2019: 849). Unbefristet sind 55% der Mitarbeiter*innen und 45% befristet angestellt (57% bzw. 43 % in der Saison 2018/2019). Im Wesentlichen handelt es sich bei den befristeten Arbeitsverträgen um Mitarbeiter aus dem Bereich Sport. In Vollzeit arbeiten 55% (342 m/139 w) und 45% in Teilzeit (263 m/135 w). 2018/2019 waren 53% in Vollzeit (315 m/133 w) und 47% in Teilzeit (265 m/136 w) angestellt. Es wurden in der Saison insgesamt 190 Mitarbeiter*innen eingestellt,



Der Altersdurchschnitt der Mitarbeiter*innen betrug 34,1 Jahre (33,9 Jahre in der Saison 2018/2019). Der Anteil der beschäftigten Mitarbeiter mit einer Schwerbehinderung lag bei 1 % (1 % in der Saison 2018/2019). In Elternzeit waren 26 Mitarbeiter (14 in der Saison 2018/2019). Die Rückkehrquote aus der Elternzeit betrug 42%. 401-3

Neben unserem festangestellten Stammpersonal beschäftigen wir 12 Auszubildende (8 m/4 w, 2018/2019: 7 m/7 w) und bilden in elf Berufen aus. Beim BVB ist eine faire Vergütung auf der Basis der marktüblichen Löhne und Gehälter eine der Grundlagen für ein vertrauensvolles und wertschätzendes Arbeitsverhältnis. Die Entlohnung beim BVB ist unabhängig von Herkunft, Geschlecht, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Identität. Die Altersvorsorge der Mitarbeiter*innen wird mit 16,67 % und die vermögenswirksamen Leistungen werden mit 13,30 Euro/Monat durch den BVB bezuschusst. Darüber hinaus bestehen keine Kollektivvereinbarungen, und es werden keine Rückstellungen für Pensionen gebildet. Die Leistungen für Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte sind identisch. Die Mitteilungsfristen für betriebliche Änderungen richten sich nach den gesetzlichen Bestimmungen. Für Mitarbeiterbeschwerden sind die Betriebsräte erste Ansprechpartner. Im Berichtszeitraum sind keine Beschwerden eingegangen. Unser Ziel ist es, qualifizierte Mitarbeiter*innen zu gewinnen, sie langfristig an uns zu binden und ihnen eine Entwicklung zu ermöglichen, die beruflich und persönlich bereichernd ist. Dabei liegt unser Fokus auf der Förderung der Mitarbeiterbindung.

Maßnahmen

In der Zeit vor der Covid-19-Pandemie lag der Schwerpunkt der Personalarbeit in der strategischen Personalplanung sowie in der Effizienzsteigerung durch softwaregestützte Personaladministration. Mit dem Aufbau der Strukturen im Personalwesen ist es das Ziel, einen weiteren Schwerpunkt auf die strategische Personalentwicklung zu legen.

Auch in der Personalarbeit dominierten dann die notwendigen coronabedingten Maßnahmen die Rückrunde. Der BVB reagierte schnell und angemessen auf die veränderte Situation und ermöglichte den Mitarbeiter*innen der Geschäftsstelle das „mobile Arbeiten“. Im SIGNAL IDUNA PARK wurden parallel 70 Arbeitsplätze eingerichtet, um allen Mitarbeiter*innen ein sicheres Arbeiten zu ermöglichen. Jeder Arbeitsplatz wurde den Anforderungen der Corona-Schutzverordnung entsprechend ausgestattet. Bis heute konnte die Anmeldung von Kurzarbeit im gesamten Konzern vermieden werden. Unter anderem lag dies auch an der großen Bereitschaft in der Belegschaft, Aufgaben in Bereichen zu übernehmen, in denen gerade hohes zusätzliches Arbeitsaufkommen stattfand. Aushilfskräfte wurden an BVB-Partner wie REWE vermittelt (siehe Seite 101). Konzeptuell konnte die Krisenzeit genutzt werden, um die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Bereichs Personalentwicklung voranzutreiben. Näheres hierzu ab Seite 72. Darüber hinaus stärken wir das Employer-Branding mit der Implementierung einer neuen Karriereseite auf der BVB-Website.

Als wichtige Maßnahme wurde die neue Betriebsvereinbarung zur Arbeitszeitgestaltung ausgesetzt, um noch flexiblere Arbeitszeiten für Eltern in der Zeit des Lockdowns zu ermöglichen. Ein zusätzlicher Sonderurlaubstag für familiäre Angelegenheiten wurde angeboten. Zur weiteren Flexibilisierung hat der BVB angeboten, die Arbeitszeit individuell auch für kurze Zeiträume zu reduzieren. Zwei Personen haben davon Gebrauch gemacht. Darüber hinaus wurde die Möglichkeit gegeben, den Umfang von Minusstunden auf bis zu 40 Stunden zu verdoppeln.



103-1
103-2
103-3

Aus- und Weiterbildung

Konzept und Ziele

Der Wille zur Weiterentwicklung ist ein bestimmendes Element unserer Unternehmenskultur. Im dynamischen Wettbewerb um Talente können wir uns nur behaupten, wenn wir bereit sind, Neues zu lernen und uns den Veränderungen zu stellen. Daher ist die bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter*innen ein zentraler Bestandteil unseres Personalentwicklungskonzeptes, um auch in Zukunft den Ansprüchen an uns gerecht zu werden und die erforderlichen Qualifikationen unserer Mitarbeiter*innen im sich stark wandelnden Arbeitsumfeld sicherzustellen.

404-3

Es hat sich gezeigt, dass der Fort- und Weiterbildungsbedarf sehr individuell ist. Daher wird der Bedarf mit unseren Mitarbeiter*innen im Rahmen der jährlichen Mitarbeitergespräche ermittelt und nicht zentral geplant. Zur Umsetzung bietet der BVB seinen Mitarbeiter*innen entsprechende individuelle interne und externe Bildungsmaßnahmen an. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und zur Deckung unseres Bedarfs an gut ausgebildeten Mitarbeiter*innen setzen wir auf den eigenen Nachwuchs und bilden in elf Berufen aus. Dies geschieht nicht nur in den branchentypischen Berufen, sondern auch in für die Fußballbranche untypischen Bereichen. Unsere Auszu-

bildenden haben einen hohen Stellenwert, da sie während ihrer Ausbildung verschiedene Abteilungen durchlaufen und so ihr Wissen transportieren. Im Berichtszeitraum wurden 3 neue Ausbildungsverträge geschlossen. 5 Ausbildungen wurden erfolgreich beendet, davon wurden 3 Auszubildende übernommen (Übernahmequote: 60%).

Eigener Indikator

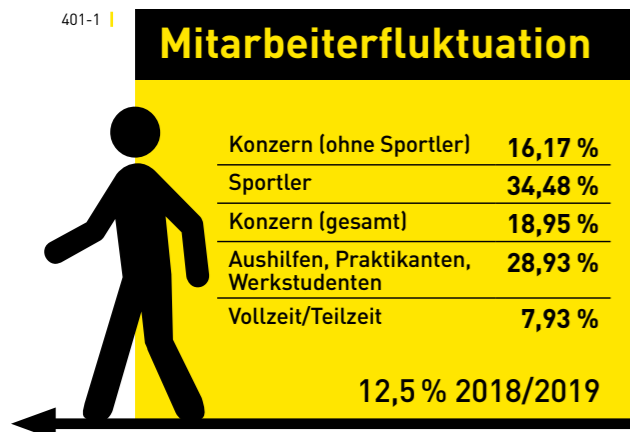
404-2

Maßnahmen

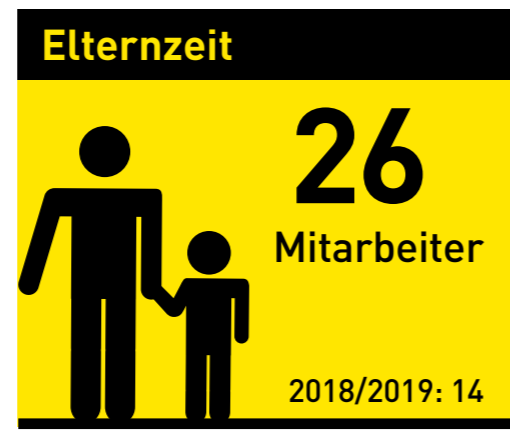
Im Rahmen unseres Führungskräfte-Entwicklungskonzeptes wollen wir grundlegende Führungsleitlinien festlegen und unsere Führungskräfte entsprechend weiterbilden. Hiermit wollen wir sie in die Lage versetzen, nach einheitlichen Grundsätzen zu agieren, Mitarbeitergespräche zu strukturieren und Führungsverantwortung erkennbar anhand unserer BVB-Werte zu leben. Für das digitale Lernen, das sich an den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter orientiert, haben wir unseren Mitarbeiter*innen einen sogenannten „Digital Learnplace“ mit einem umfassenden Lernangebot – von der Software-Schulung bis zu mehrstufigen zertifizierbaren Inhalten – zur Verfügung gestellt. Die Lernplattform bietet die Möglichkeit, inhaltliche Schwerpunkte individuell auszuwählen, zeitlich flexibel zu bearbeiten und das neu erworbene Wissen direkt in der Praxis umzusetzen.



401-1



401-3





403-8 | sicheren Arbeitsplatz für das Team um das Team. Wir achten auf die Arbeitssicherheit an jedem Arbeitsplatz und verfolgen mit Nachdruck die Potenziale auf gesundheitlicher Ebene, die allen Mitarbeiter*innen zugutekommen. Die gesetz-

lichen Anforderungen an die Arbeitssicherheit bei 403-3 Baumaßnahmen und die Prüfung der Sicherheit am Arbeitsplatz werden durch den Einsatz externer Dienstleister gewährleistet.

Teil der Nichtfinanziellen Erklärung

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

103-1
103-2
103-3
403-1

Konzept und Ziele

Sport, Fitness und Gesundheit sind eng miteinander verknüpft. So sind Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unverzichtbarer Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Unser Ziel ist es, dass sowohl unsere Mitarbeiter*innen als auch die in unserem Verantwortungsbereich für uns Tätigen ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld vorfinden. Dies gilt sowohl für Mannschaft und Staff als auch für unsere Mitarbeiter*innen in Verwaltung, Betrieb und in unseren Shops.

Im Angesicht der Covid-19-Pandemie haben die damit verbundenen Aspekte auch für den BVB noch einmal enorm an Bedeutung gewonnen. Dies gilt für Arbeitnehmer*innen im Allgemeinen und für den Profifußball im speziellen Maße. Denn für uns ist die Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen nicht nur aus sozialen und humanitären Gesichtspunkten, sondern durch Erhalt der Arbeitskraft und Leistungsbereitschaft auch aus wirtschaftlicher Perspektive von besonderer Wichtigkeit.

Zur Fortsetzung des Ligabetriebs wurde durch die DFL unter Mitwirkung von Dr. med. Markus Braun, dem Leiter der Sportmedizin am Klinikum Westfalen und Teamarzt von Borussia Dortmund, ein umfassendes Arbeitsschutzkonzept für den Umgang mit der Covid-19-Pandemie entwickelt, das durch das Arbeitsministerium auf Konformität mit den Arbeitsschutz-Anforderungen geprüft und freigegeben wurde. Dies macht besonders

deutlich, dass der BVB neben der Verantwortung für die Sicherheit der Arbeitsbedingungen und der Gesundheit der Mitarbeiter*innen im nicht-sportlichen Bereich eine besondere Verantwortung für die Mitarbeiter*innen im Sportbetrieb hat.

Sport, und Profifußball insbesondere, ist risikobehaftet aufgrund der Gefahr der Verletzung im Trainings- und Spielbetrieb. Die Risikofaktoren für Verletzungen können jedoch frühzeitig identifiziert und zielführende Präventivmaßnahmen abgeleitet werden. Somit können Anzahl und Schwere von Verletzungen und die damit verbundenen Ausfälle in der Mannschaft reduziert werden. Zudem tragen individualisierte, an den Defiziten orientierte Trainingsinhalte zur kontinuierlichen Leistungssteigerung jedes einzelnen Spielers bei und stärken auch über reduzierte Ausfallzeiten das gesamte Team. Daher ist ein systematisches Konzept zur Verletzungsprävention grundlegender Bestandteil der sportlichen Philosophie des BVB, von der Jugendarbeit bis zur Profimannschaft.

Neben den besonderen Auswirkungen der Pandemie sind unsere Mitarbeiter*innen und von uns beauftragte Dritte dem täglichen Risiko berufsbedingter Gesundheitsstörungen, Krankheiten und sonstiger Gefahren ausgesetzt. Daher sorgt der BVB nicht nur für einen gesunden und fiten sportlichen Kader, sondern auch für den vorbeugenden Gesundheitsschutz und einen

403-6

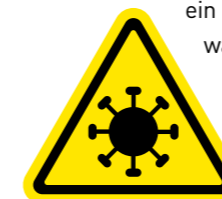
403-6
403-7



Maßnahmen

Für die Mannschaft und das Betreuerenteam wurde nach Wiederaufnahme des Trainingsbetriebs und des Sonderspielbetriebs die im Arbeitsschutzkonzept der DFL geforderten Hygiene- und Infektionsschutzmaßnahmen umgesetzt. Allerdings kam es bei einem häuslichen Frisörtermin bei zwei Spielern zu einem Verstoß gegen die Hygiene- und Infektionsschutzstandards und gegen das medizinisch-organisatorische Konzept der DFL Taskforce „Sportmedizin/Sonderspielbetrieb“, der durch die DFL mit einer Geldstrafe für die beiden Spieler geahndet wurde.

Als Reaktion auf die Covid-19-Pandemie wurde ein Großteil der Mitarbeiter*innen in der Verwaltung für mobiles Arbeiten freigestellt.



Dafür wurden die technischen Voraussetzungen kurzfristig geschaffen und umgesetzt. Die aufgrund der Pandemie erhöhte Ansteckungsgefahr in der Gesellschaft führte dazu, dass die Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz hinsichtlich der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards im Unternehmen neu bewertet wurden. Um unsere Mitarbeiter*innen vor einer

Corona-Infektion zu schützen, wurde ein Maßnahmenplan zur Umsetzung der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards erarbeitet und umgesetzt.

Aufgrund der Einschränkungen des öffentlichen Lebens und der sozialen Kontakte sowie der internen Einführung des mobilen Arbeitens besteht die erhöhte Gefahr von psychischen Belastungen der Mitarbeiter*innen. Um Mitarbeiter*innen während der Coronakrise die maximale Flexibilität zu ermöglichen, wurden die Betriebsvereinbarungen zur Arbeitszeitregelung vorübergehend ruhend gestellt, sodass auch Eltern mit betreuungspflichtigen Kindern die flexible Erbringung der Arbeitsleistung ermöglicht wurde. Die Maßnahmen wurden gemeinsam mit der Geschäftsführung erarbeitet und von dieser freigegeben.

Generell wird allen Mitarbeiter*innen eine kostenfreie Gripeschutzimpfung angeboten. Seit Beginn der Spielzeit 2018/2019 können BVB-Mitarbeiter*innen kostenfrei ein Fitnessstudio nutzen. Für eine gesunde Ernährung wird die Erfahrung aus dem Profisport zur Gestaltung des Speiseangebotes der Mitarbeiterkantine genutzt.

403-6



Vielfalt und Chancengleichheit

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Als partnerschaftlicher Arbeitgeber sehen wir uns in der Verpflichtung, die Gleichbehandlung und Chancengleichheit unserer Mitarbeiter*innen sicherzustellen. Aufgrund unserer Werte ist es für uns selbstverständlich, unsere Mitarbeiter*innen und Bewerber*innen unabhängig von Herkunft, Geschlecht, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Identität gleich zu behandeln. Als Unternehmen aus dem Ruhrgebiet sind wir geprägt von einer bunten Mitarbeiterschaft mit unterschiedlichsten Herkünften. Borussia Dortmund ist überzeugt, dass eine von Diversität, Respekt und Akzeptanz geprägte Unternehmenskultur Grundlage für Innovation, Kreativität und Internationalität ist.

405-2

Geschlechterspezifische Themen

Mit knapp einem Drittel (31,2%, 2018/2019: 31,7%) Frauenanteil sind die Mitarbeiterinnen bei Borussia Dortmund deutlich in der Unterzahl. Zum Stichtag waren im Berichtszeitraum 274 Frauen (2018/2019: 269 Frauen) und 605 Männer, entsprechend 68,8% (2018/2019: 580 Männer, 68,3%), fest bei Borussia Dortmund angestellt. Im neunköpfigen Aufsichtsrat ist als einzige Frau Silke Seidel vertreten, in der Geschäftsführung und auf Direktorenebene der KGaA ist derzeit keine Frau vertreten.

405-1

Beschwerdeverfahren

Eine neutrale Beschwerde- oder Ombudsstelle ist nicht eingerichtet. In der Geschäftsstelle gibt es die Möglichkeit, Beschwerden anonym einzureichen. Für Mitarbeiterbeschwerden sind die Betriebsräte erste Ansprechpartner. Es ist kein Fall von Diskriminierung bezüglich Herkunft, Geschlecht, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Identität bekannt.

406-1

Maßnahmen

Der BVB hat eine vielschichtige, internationale Fangemeinschaft mit einer breiten Altersspanne. Die Diversität unserer Mitarbeiterschaft ist hierbei von großem Vorteil.

Altersgruppen unserer Mitarbeiter:

102-8

	2019/2020	2018/2019
▶ < 20 Jahre:	12%	13%
▶ 20-34 Jahre:	47%	47%
▶ 35-49 Jahre:	25%	25%
▶ 50-59 Jahre:	10%	9%
▶ 60 und älter:	6%	6%

Im Profiteam beschäftigt der BVB
Spieler aus: **12 Nationen**



Besuchersicherheit

Stadionqualität

Servicequalität

Produktsicherheit und
Produktqualität

Soziale Verantwortung
Produktverantwortung



Teil der Nichtfinanziellen Erklärung

Besuchersicherheit

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Die Sicherheit der Besucher*innen im SIGNAL IDUNA PARK hat oberste Priorität. Die Hauptverantwortung für die Gewährleistung der Sicherheit trägt die Geschäftsführung, und sie ist Vorbild für präventives und sicherheitskonformes Verhalten. Sicherheitsbestimmungen und Vorschriften werden konsequent umgesetzt. Durch strukturiertes Planen, Handeln und Führen tragen wir dafür Sorge, dass vereinbarte Sicherheitsstandards aufrechterhalten und weiterentwickelt werden.

Darüber hinaus steht der BVB für den Schutz seiner Besucher*innen vor jedweder Form von Diskriminierung. Alle Beschäftigten und im Auftrag des BVB Tätigen haben die Verpflichtung, durch ihr Verhalten dazu beizutragen, ein sicheres Stadionerlebnis zu gewährleisten und Sicherheitsrisiken zu vermeiden.

103-3
416-1

Gemäß der DFB-Richtlinie zur „Zertifizierung des Sicherheitsmanagements im Profifußball“ unterhält der BVB ein Sicherheitsmanagementsystem mit dokumentierten organisatorischen Abläufen, das jährlich durch unabhängige Dritte geprüft und alle drei Jahre zertifiziert wird. Die Re-Zertifizierung steht für 2020 an. Die Prüfungsabläufe wurden an die Erfordernisse der Covid-19-Pandemie angepasst und könnten zum Teil verschoben werden.

403-5
410-1

Wir fördern das Sicherheitsbewusstsein unserer Mitarbeiter*innen. Wiederkehrende Sicherheits-

abläufe werden entsprechend geübt, und wir gewährleisten die regelmäßige Schulung und ständige Fortbildung der nachgeordneten Sicherheitsverantwortlichen. Für die Veranstaltungsleitung stellen wir eine leistungsfähige Büroorganisation und die benötigte Infrastruktur bereit.



855
Ordner*innen insgesamt

403-4
410-1

720
Ordner*innen an Heimspieltagen im Einsatz, davon ca. 150 Externe

Neben den stetig erfolgenden Modernisierungsmaßnahmen kommt den Instandhaltungsarbeiten aufgrund des Alters des Stadionkerns eine besondere Bedeutung zu. Zur Gewährleistung der Verkehrs- und Betriebssicherheit prüft der BVB daher kontinuierlich die Bausubstanz durch interne Begehungen, führt Inventuren durch und behebt die festgestellten Mängel in einem komplexen Ablauf, da umfangreichere Arbeiten meist nur in der Sommerpause vorgenommen werden können.

Auch Katastrophen im Stadion sind nicht auszuschließen. Neben möglichen Terroranschlägen

205-2

oder Bränden könnten auch Massenpaniken oder Vorkommnisse ohne politischen Hintergrund Auslöser sein. Das Sicherheitskonzept des BVB zur Minimierung dieser Risiken beinhaltet eine Vielzahl an Aspekten, wozu bauliche Maßnahmen zur Sicherung der Außenhaut und Fluchtwege, organisatorische Maßnahmen wie die Überprüfung der Qualität und Verlässlichkeit des Ordnungsdienstes, Sicherheitsschulungen für den Ordnungsdienst zur Vorbeugung sonstiger Katastrophen, jährliche Evakuierungsschulungen und technische Maßnahmen wie die Sicherung und Überwachung der Zu- und Abfahrtswege sowie die Absicherung der Immobilie außerhalb der Spieltage gehören. Die Sicherheitslage wird an jedem Spieltag vorbereitend und laufend beurteilt. Dazu zählt auch die Beurteilung der Witterungslage auf Basis der aktuellen Informationen des Deutschen Wetterdienstes.



Maßnahmen und Ergebnisse

Aufgrund der Covid-19-Pandemie wurde zum Schutz der Besucher*innen und der weiteren Bevölkerung vor einer Verbreitung des Virus der Spielbetrieb vom 14. März bis zum 16. Mai 2020 ausgesetzt. Die Wiederaufnahme des Spielbetriebes erfolgte unter strikter Einhaltung der Anforderungen an den Sonderspielbetrieb unter Ausschluss der Besucher*innen als sogenannte „Geisterspiele“ mit zunächst maximal 321 Beteiligten im Stadionbereich.

Eine Lockerung der Anforderungen und die Freigabe für Besucher*innen ist zum Redaktionsschluss dieses Berichtsteils Ende Juni 2020 noch nicht absehbar.

Im Januar wurde eine interne Übung des Ordnungsdienstes zur Vorbereitung einer Evakuierung des Stadions im realen Spielbetrieb durchgeführt. Ebenfalls fand im Januar eine erneute Krisenstabsübung statt. Eine Übung zur Bereichsevakuierung mit „Testbesuchern“ war in der zweiten Saisonhälfte geplant, um die Abläufe unter realen Bedingungen zu simulieren. Diese Übung wurde aufgrund der Pandemie verschoben und

soll in der nächsten Spielzeit nachgeholt werden. Ebenso wurden weitere Schulungen der Ordner*innen coronabedingt verschoben.

Zur Optimierung der Steuerung der Besucherströme auf dem Vorplatz im Norden durch bauliche und organisatorische Maßnahmen wurde eine externe Beratung zum Thema Crowd-Management eingebunden, und erste Überlegungen im Bereich Stadion-Nord stehen zur internen Diskussion. Optimierende Maßnahmen für den Bereich im Südosten wurden definiert und befinden sich nun in Planung.

Seit Februar 2020 steht eine sogenannte „Orga-App“ zur Steuerung und Dokumentation der Arbeitsabläufe im Stadion und zur Vereinfachung von Freigaben rund um den Spieltag zur Verfügung. Diese wurde auch im Zusammenhang mit den coronabedingten Zugangseinschränkungen getestet.

Ein Konzept für ein niedrigschwelliges Hilfsangebot für alle Stadionbesucher*innen inklusive eines gesicherten Schutzraumes wurde entwickelt. Die Frage: „Wo geht’s nach PANAMA?“ wird zukünftig zu einem sofortigen Hilfsangebot des Ordnungsdienstes führen.

Der BVB hat einen Teil der Ordner*innen mit einer sogenannten Bodyflag ausgestattet. Damit unterstützt der Ordnungsdienst die eingesetzten Sanitäter*innen bei einem eventuellen medizinischen Notfall auf den Stehplatztribünen. In jedem Mundloch, dem Zugang zu den Sitz- und Stehplätzen, wird zukünftig eine der Ordnungskräfte dieses Hilfsmittel mitführen.





103-1
103-2
103-3

Stadionqualität

Konzept und Ziele

Borussia Dortmund steht für ein intensives Stadionerlebnis, das sich aus dem Zusammenspiel von sportlicher Leistung, Aufenthaltsqualität und Serviceaspekten speist. Das Hauptaugenmerk liegt hier auf den baulichen, betrieblichen und sicherheitstechnischen Aspekten hinsichtlich Wettbewerbsfähigkeit und Komfort.

Grundsätzlich wollen wir den Erwartungen unserer Stadionbesucher*innen entsprechen und gleichzeitig die Anforderungen an den Lizenzbetrieb seitens der Verbände erfüllen. Möglichst vielen unserer Fans und Fußballbegeisterten soll ein einzigartiges und sicheres Stadionerlebnis geboten werden. Daher beobachten wir die Kapazitätsauslastung, suchen durch Befragungen das Feedback unserer Stadionbesucher*innen und nehmen es im Service- und Beschwerdemanagement als Arbeitsauftrag wahr.

Bei der Sicherung und Weiterentwicklung der Stadionqualität sind die hohe Komplexität an Einflussfaktoren und eine große Anzahl interner wie externer Beteiligten zu berücksichtigen. Um den Betrieb, die Planung und Umsetzung von Modernisierungs- und Sanierungsmaßnahmen effizient zu gestalten, nutzen wir softwaregestützte Werkzeuge des Facility-Managements. Die Unternehmenssoftware unseres Partners Infor ermöglicht es uns, die Wartungsintervalle zukünftig zu automatisieren.

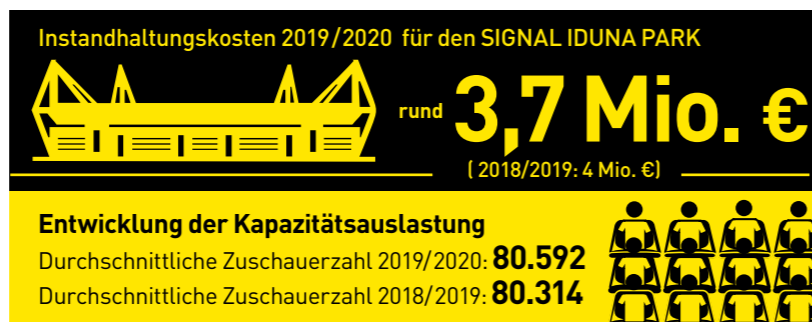
Maßnahmen

Eine Potenzialanalyse zur Steigerung der Energieeffizienz im Stadion hat stattgefunden. Hierbei geht es um die Themen Wärme, Kühlung, Wasserversorgung, Stromverbrauch, Gebäudeautomation sowie die Rasenheizung und -beleuchtung. Coronabedingt sind die weiteren Planungsschritte zunächst unterbrochen worden.

Coronabedingt musste die Überarbeitung der Zählerstruktur zur Kontrolle der wesentlichen Energieverbraucher verschoben werden. Individuelle Verbrauchskostenabrechnungen zu Veranstaltungen im Stadion werden danach möglich sein. Im Bereich der Westtribüne ist die Lüftungsanlage erneuert worden, die Entrauchungsanlage im Hospitality-Bereich der Nordtribüne wurde modernisiert.

Die auf der Süd- und Westtribüne bereits realisierten Bienenschutzklappen sollten auch auf der Nord- und Osttribüne realisiert werden. Dies musste – neben einigen weiteren Maßnahmen – aus krisenbedingter ökonomischer Vorsicht verschoben werden.

| Eigener Indikator



103-1
103-2
103-3

Servicequalität

Konzept und Ziele

Beim Thema Servicequalität steht die Leistung des BVB aus der Sicht der Fans im Fokus. Unsere Fans erwarten zu Recht, wie ein Familienmitglied und nicht wie ein Kunde behandelt zu werden. Die Fans können bei Unzufriedenheit kein Wettbewerbsprodukt wählen. „Echte Liebe“ kann man nicht umtauschen, sie ist ein Anspruch, der täglich besondere Dialogfähigkeit und Serviceorientierung seitens des BVB erfordert. Ob im alltäglichen Umgang, im Stadion, in einem unserer Shops oder online: Wir haben uns vorgenommen, die Qualität der Services im wirtschaftlich vertretbaren Rahmen kontinuierlich zu verbessern.

Konkrete Zielsetzung ist ein persönlicher, freundlicher Umgang mit dem Fan, der sich mit einem Anliegen an den BVB wendet. Dabei sind uns die Vereinheitlichung des Service unter definierten Standards und die Kundenprozessorientierung wichtig. Servicequalität soll nicht davon abhängen, welche Abteilung oder welchen Kontakt zum BVB man als Fan gewählt hat. Und das Fananliegen darf bei der Bearbeitung in verschiedenen Abteilungen nicht aus den Augen verloren werden. Zur Gewährleistung einer einheitlich hohen Qualität sollen die Kontaktmöglichkeiten verbessert und gleichzeitig zentralisiert werden. Das BVB-Service team soll via Telefon, E-Mail und Social Media verbindliche Lösungen direkt anbieten. Ist dies nicht möglich, soll jedem Fan innerhalb von 48 Stunden geantwortet werden. Unser Bestreben ist es, für den Service durchschnittlich

eine Schulnote mit einer Eins vor dem Komma zu erreichen.

Maßnahmen

Im Bereich Service sind im Berichtszeitraum rund 120.000 Anfragen bearbeitet worden. Das sind deutlich weniger als in den Jahren zuvor, da die Anfragen zum Spieltag durch den Sonderspielbetrieb ohne Zuschauer fast komplett entfallen sind. Dafür sorgten die enormen Nachfragen nach BVB-Mund-Nase-Masken und nach dem limitierten „Kohle-und-Stahl“-Sondertrikot für hohes Nachfrageaufkommen in der Service-Hotline. Einen Peak gab es auch bezüglich der Rückerstattung für die entfallenen BVB-Heimspiele.

Ende 2019 wurde der Baustein Customer-Relationship-Management (CRM) eingeführt, der ein modernes Ticketsystem für das Service-Management bietet und das Fananliegen im Fokus behält. Ein Schulungskonzept zu einheitlichen Service-Standards für alle BVB-Mitarbeiter*innen mit Kundenkontakt wurde inhouse entwickelt und die Schulungen – soweit coronabedingt möglich – bereits durchgeführt.

Mehr zum Thema Service auf Seite 76.

| Eigener Indikator





Produktsicherheit und Produktqualität

Event und Catering

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Der SIGNAL IDUNAL PARK ist ein in mehreren Ausbaustufen gewachsenes Stadion. Im Fokus dieses Ausbaus stand immer das intensive Stadionerlebnis für möglichst viele Fans. Die logistischen Herausforderungen auf engstem Raum sind enorm, um wachsende Ansprüche an die Qualität des Umfeldes und an die Verpflegung zu erfüllen. Ziel ist es, dem Fan ein optimiertes Qualitäts- und Servicekonzept zur Abrundung des Stadionerlebnisses zu bieten. Der BVB orientiert sich in Bezug auf die Produktqualität an den strengen gesetzlichen Vorgaben in Deutschland und darüber hinaus immer an den anspruchsvollen Erwartungen der Fans. Unsere Angebote stellen wir zu günstigen Konditionen bereit. In den Umlaufebenen gehören unsere Preise für Bier und Stadionwurst zu den günstigsten in der ersten und zweiten Liga.

Grundsätzlich wollen wir in Zukunft im VIP-Bereich möglichst auf Convenience-Produkte verzichten, um hier eine Qualitätssteigerung insbesondere in Frische und Vielfalt des Angebotes zu erreichen. Den Anteil an Fertigprodukten senken wir kontinuierlich. Bei der damit verbundenen Umstellung der Küchentechnik sind wir in Teilbereichen durch die räumlichen Gegebenheiten limitiert. Eine grundlegende Lösung durch einen geplanten Ausbau für die Erfordernisse im Bereich Logistik und Catering musste coronabedingt aufgeschoben werden.

Bei der Lieferantenauswahl geht der BVB sehr bedacht vor. Dazu werden Zertifikate und die Nachhaltigkeits- sowie Qualitätsbemühungen der Unternehmen berücksichtigt. Auf das „QS-Prüfzeichen“, das Zertifikat „IFS-Wholesale“ und das MSC-Siegel „Zertifizierte Nachhaltige Fischerei“ wird besonderer Wert gelegt.

Natürlich wird die gelieferte Qualität durch das Einhalten eigener Kühlketten, richtige Lagerung und Verarbeitung unter Berücksichtigung strikter Hygienestandards (HACCP) hochgehalten.

Maßnahmen und Ergebnisse

Im Hospitality-Bereich des Stadions sind die „Vollgastgeber“ im Service sehr gut von unseren Gästen aufgenommen worden. Die Möglichkeit, kompetente Servicekoordinator*innen direkt ansprechen zu können, führt zu einer höheren Flexibilität und mehr erfüllten Gästewünschen.

Von den Corona-Schutzmaßnahmen ist besonders das Catering massiv betroffen. Nicht nur die spontane Belastung unseres Teams durch Lieferantengespräche zu vertraglichen Aspekten, sondern auch die erheblichen organisatorischen Maßnahmen zur schrittweisen Wiederaufnahme des Veranstaltungsbetriebs standen keinem entsprechenden Ertrag gegenüber. Weiterhin ist der SIGNAL IDUNA PARK – sonst eine der größten und attraktivsten Veranstaltungs-Locations in Deutschland – kaum auskömmlich mit so wenigen Teilneh-

mer*innen pro Event zu vermarkten. Auch hier gilt aber weiterhin die Zusage der Geschäftsführung, auf Kurzarbeit für Vollzeitkräfte zu verzichten.

Nach der kurzfristigen Absage des Derbys gegen den FC Schalke 04 war es für das gesamte Team die Top-Priorität, keine Lebensmittel verderben zu lassen. Immerhin ist das Stadion zu diesem Heimspiel-Highlight „bis unters Dach“ mit Speisen und Getränken gefüllt. Als gemeinsamer Kraftakt mit Lieferanten, Mitarbeiter*innen und Partnern sowie durch eine Vielzahl an kreativen Ideen, die caritative Einrichtungen in der Umgebung unterstützten, konnte dieses Ziel erreicht werden.

Merchandising

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Unseren Fans bieten wir eine hohe Produktqualität und gewährleisten so dauerhafte Freude an den erworbenen BVB-Produkten. Wir haben einen entsprechenden Qualitätssicherungs-Prozess aufgesetzt, der regelmäßig überprüft und aktualisiert wird. Um unseren Fans untersaisonal ein attraktiveres Sortiment anbieten zu können, haben wir unsere Sortimentsstrategie grundlegend verändert. Das starre und durch den Saisonkatalog vorgegebene Sortiment wurde durch ein dynamisches abgelöst. Zwar gibt es weiterhin eine über die gesamte Saison hinweg erhältliche Basiskollektion, diese wird aber durch themenspezifische Sortimente und limitierte Produkte ergänzt, um so den Anreiz zum Besuch der BVB-Fanshops und des Online-shops zu erhöhen.

102-9 | Das Sourcing mit asiatischen Unternehmen verschob sich zugunsten leistungsstarker europäischer Agenturpartner. Es hatte sich gezeigt, dass die Pflege der Beziehungen bei relativ umrissenen Stückzahlen und einer Vielzahl an Artikeln nicht zielführend war.

Maßnahmen und Ergebnisse

Nach einer Konsolidierungsphase und der Umstellung auf die neue Sortimentsstrategie konnten die selbst gesteckten Umsatzziele im Berichtszeitraum erreicht werden. Dazu trugen auch die im Rahmen der Covid-19-Pandemie bereitgestellten Schutzmasken und textilen Artikel bei, die im Rahmen von BVB-Aktionen zusätzlich aufgelegt wurden. Das auf 9.009 Stück limitierte Sondertrikot „Kohle und Stahl“ war in kürzester Zeit ausverkauft und führte aufgrund des riesigen Ansturms leider zu einem kurzzeitigen Aussetzen des Servers. Der Onlineshop war somit für eine kurze Zeit nicht erreichbar. Dank unserer besonderen Lieferantenbeziehungen und der Flexibilität in der Supply Chain konnten wir auf die ungeahnte Nachfrage nach Mund-Nase-Masken schnell reagieren.

In die Einkaufsbedingungen, die wir aktuell entwickeln, fließen soziale und gesellschaftliche Aspekte ein, die Gesichtspunkte der Compliance und Produktsicherheit bereits beim Herstellungsprozess berücksichtigen. Darüber hinaus sorgen wir über einen externen Dienstleister für Produktsicherheit: 100 % aller Produkte werden durch DAKS-zertifizierte Prüfpartner auf ihre chemische Unbedenklichkeit nach in Europa geltenden Normen und Gesetzen überprüft. Ebenfalls wird schon bei der Produktentwicklung eine Risikoprüfung unter frühzeitiger Einbeziehung externer Fachleute durchgeführt. In der Konsequenz gelangt ohne Prüfergebnis kein Produkt auf den Markt. Jede einzelne Produktionscharge und jede Nachproduktion werden untersucht. Coronabedingt konnte der strukturierte Dialogprozess mit unseren Lieferanten nicht wie geplant gestartet werden. Nach einer Normalisierung der Geschäftsprozesse wollen wir diesen Austausch intensivieren. Hiermit sollen auch ökologische Aspekte in der Wertschöpfungskette verknüpft sein, da Fans im zunehmenden Maße auf diese Kriterien achten.

417-1

Eigene Indikatoren |

Auslastung der Logen in der Saison 2019/2020:

100 %

2018/2019: 100 %

Retourenquote 2019/2020

7,44 %

2018/2019: 8,68 %

BRATWURST.BIER. BORUSSIA!

Preis von Bier (1/2 l): 3,90 €
Ligen-Durchschnitt 4,23 €

Preis von Stadionwurst: 2,80 €
Durchschnittspreis von erster und zweiter Liga 3,22 €



Ökologische Verantwortung

Energie und Klimaschutz

Mobilität

Wasser und Abwasser

Umgang mit Ressourcen



103-1
103-2
103-3

Energie und Klimaschutz

Konzept und Ziele

Die verantwortliche Nutzung von Energie und die Reduktion schädlicher Emissionen sind für uns grundlegende ökologische Ziele. Die Steigerung der Energieeffizienz, die Senkung schädlicher Emissionen und die Nutzung regenerativer Energie zum Schutz des Klimas stehen im Fokus. Wir erfassen und analysieren unsere Energieverbräuche mit dem Ziel, diese zu senken.

Wir fördern die Erzeugung und die Nutzung von regenerativen Energien. Darüber hinaus motiviert der BVB seine Fans und Mitglieder, auf Ökostrom umzusteigen. Zur weiteren Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks entwickeln wir das Energiemanagement weiter und erstellen regelmäßig eine CO₂-Bilanz. Beides wird im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Bei der Entwicklung unserer Liegenschaften, wie jetzt am Trainingszentrum in Brackel, nutzen wir das Potenzial an regenerativer Energie im Rahmen eines integrierten Energiekonzeptes.

Ergebnisse und Kennzahlen

Der Spielbetrieb ist energieintensiv. Zum Betrieb des SIGNAL IDUNA PARK und der FanWelt bezieht Borussia Dortmund daher seit 2014 100 % Ökostrom aus deutscher Wasserkraft und hat zum 1. Juli 2019 den Strombezug für das Trainingszentrum Brackel und die Geschäftsstelle ebenfalls auf 100 % Ökostrom umgestellt. Damit bezieht der BVB 99,8 % seines Strombedarfs aus

regenerativen Quellen. Die noch verbleibenden 0,2 % Strom aus konventionellen Quellen werden nach Vertragsablauf ebenfalls entsprechend umgestellt.

Die Wärme zum Betrieb des SIGNAL IDUNA PARK, der Trainingseinrichtungen und der Geschäftsstelle wird von der Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH (DEW21), dem lokalen Energieversorger, bezogen. Auf dem Dach des SIGNAL IDUNA PARK sind 8.768 Solarzellen einer Photovoltaikanlage auf einer Fläche von 8.300 m² installiert, die 2011 für 1,9 Millionen Euro errichtet wurden. Im Jahr 2019 wurden 467.000 kWh erneuerbarer Strom in das Dortmunder Stromnetz eingespeist (2018: 485.000 kWh), wodurch im Vergleich zum deutschen Strommix 230t CO₂ vermieden wurden (2018: 227t CO₂ nachkalkuliert). Diese Energiemenge reicht aus, um 130 Dreipersonenhaushalte für ein ganzes Jahr mit sauberem Strom zu versorgen. Im Rahmen der sechsten Erweiterung des Profi- und Nachwuchsleistungszentrums wurden die beiden neuen Gebäude (Geschäftsstelle Sport und Pförtner- und Medienhaus) sowie die Bestandsgebäude (Jugendinternat, NLZ-Gebäude und Footbonaut) an ein integriertes Energieversorgungssystem angeschlossen (siehe dazu auch S. 67). Dazu gehört eine in das Dach der Geschäftsstelle Sport integrierte Photovoltaikanlage, die zukünftig zusätzlich 17.000 kWh erneuerbaren Strom für den Eigenbedarf produzieren wird.

305-5

305-5 | Unsere 2014 gemeinsam mit dem Stromanbieter LichtBlick begonnene Kampagne „Strom09“ hat mit Ablauf der Saison das gesetzte Ziel erreicht, den CO₂-Ausstoß und Ressourcenverbrauch mit unseren Fans zusammen zu reduzieren und 81.365 t CO₂ einzusparen – sprich eine Tonne für jeden Sitzplatz im schönsten Stadion der Welt. Denn je mehr Personen mit Ökostrom versorgt werden, desto sauberer ist die Energie, die durch unsere Stromnetze fließt. So stärkte der BVB das Bewusstsein für Umweltbelange und sensibilisierte und animierte mit der Kampagne seine Fans, auf Ökostrom umzusteigen. Um diesen Gedanken noch stärker in die Region zu tragen, ist der BVB eine enge Kooperation mit der DEW21 eingegangen und plant ab der Spielzeit 2020/2021 eine Reihe gemeinsamer Aktionen, auch um die lokale Energiewende und die Elektromobilität in der Region zu stärken.

Emissionen

Die Emissionen werden nach der Systematik und den Grundprinzipien des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) erfasst und in drei Kategorien, den sogenannten Scopes, dargestellt. Scope 1: direkte, durch Verbrennung in eigenen Anlagen erzeugte

Emissionen, Scope 2: Emissionen aus eingekaufter Energie (Strom, Wärme) für die eigene Nutzung, und Scope 3: indirekte, mit der Geschäftstätigkeit verbundene Emissionen, die von Dritten erbracht wurden. Alle Angaben beziehen sich in Abweichung zum GHG Protocol auf die Menge CO₂ und nicht auf CO₂-Äquivalente.

305-1 | Unter Scope 1 werden die CO₂-Emissionen aus den Gasverbräuchen der Heizungen des Artrions, des Trainingsgeländes Brackel, des Footbonauten und der Fußballakademie sowie die CO₂-Emissionen resultierend aus dem Kraftstoffverbrauch der Fahrzeugflotte zusammengefasst. Die Scope-1-Emissionen betragen 2019 1.135,9 t CO₂ (2018 1.115,8 t CO₂), 314,4 t CO₂ durch den Heizungsbetrieb und 821,5 t CO₂ durch den Kraftstoffverbrauch der Fahrzeugflotte (2018: 308,1 t CO₂ bzw. 807,7 t CO₂). Die Zunahme der Scope-1-CO₂-Emissionen um 20,1 t (1,8 %) im Verhältnis zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus der Zunahme des Kraftstoffverbrauchs der Fahrzeugflotte. Die Scope-1-Emissionen wurden mit GEMIS 5.0 berechnet.

305-2 | Unter Scope 2 werden die CO₂-Emissionen aus dem Stromverbrauch des Betriebes des SIGNAL

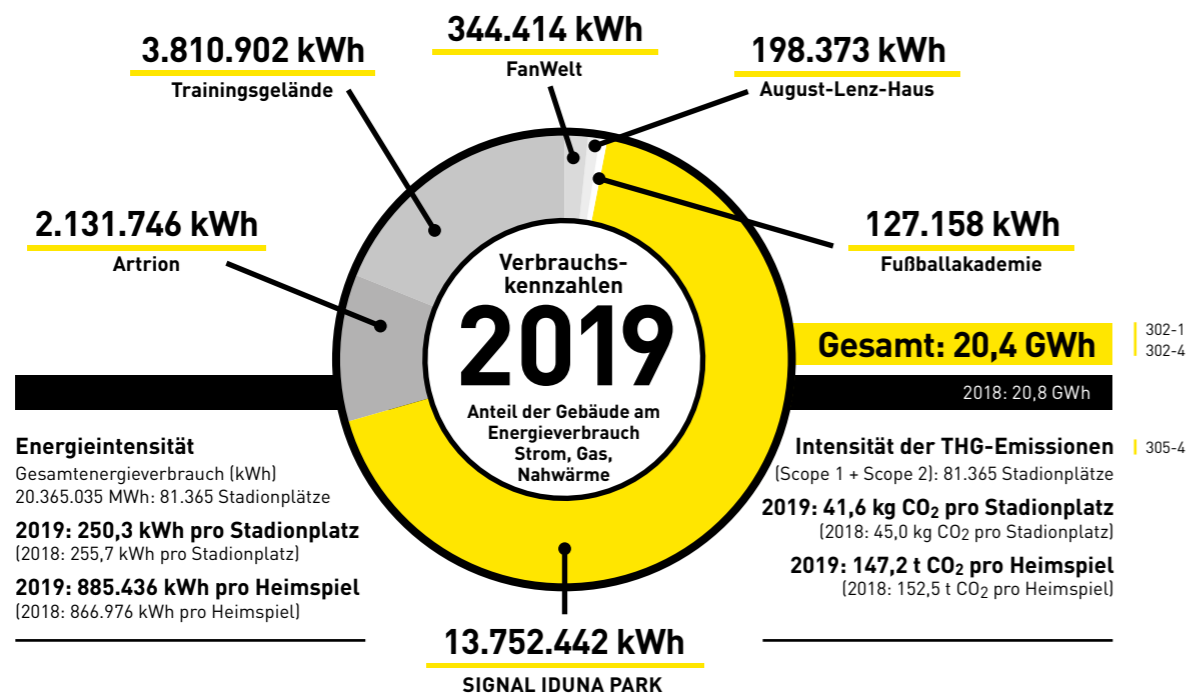
IDUNA PARK, des Artrions, des Trainingsgeländes, der Fußballakademie, des August-Lenz-Hauses und der FanWelt sowie die CO₂-Emissionen aus der Nahwärmeversorgung des SIGNAL IDUNA PARK, des Trainingsgeländes Brackel, des Footbonauten und des August-Lenz-Hauses zusammengefasst. Die marktbezogenen Scope-2-Emissionen betragen 2019 2.249,5 t CO₂ (2018: 2.543,2 t CO₂), 191,5 t CO₂ aus dem Stromverbrauch und 2.058,0 t CO₂ aus der Nahwärmenutzung (2018: 301,5 t CO₂ bzw. 2.241,7 t CO₂). Standortbezogen, bezogen auf den prognostizierten durchschnittlichen deutschen Strommix von 401 g CO₂/kWh in 2019 (Umweltbundesamt, 2018: 468 g CO₂/kWh), betragen die Emissionen aus dem Stromverbrauch 4.198,5 t CO₂ (2018: 4.770,8 t CO₂ – nachkalkuliert). Daraus resultiert eine rechnerische Einsparung von 4.007,0 t CO₂ durch die Nutzung von Ökostrom (2018: 4.469,3 t CO₂ – nachkalkuliert). Die CO₂-Werte für Strom wurden durch die Versorger zur Verfügung gestellt. Der Wert des Wärmeverbrauchs wurde mit dem Emissionsfaktor 242,034 g CO₂/kWh nach GEMIS 4.95 für den Fernwärme-Mix in Deutschland berechnet.

305-3 | Unter Scope 3 fallen die in der vorgelagerten Lieferkette mit der Herstellung und dem Transport zusammenhängenden Emissionen und die durch die Anreise der Fans verursachten Emissionen. Zu beiden Bereichen liegen noch keine weitergehenden Informationen vor.

Nahwärmebezug

Borussia Dortmund bezieht Wärme von der Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH (DEW21). Bei der Nahwärme wird die thermische Energie einer zentralen Heizungsanlage an mehrere Abnehmer einer Stadt oder Siedlung verteilt. Im Gegensatz zur Fernwärme sind die Leitungsnetze dabei selten länger als ein Kilometer. Borussia Dortmund nutzt Nahwärme im Stadion, auf dem Trainingsgelände in Dortmund-Brackel und im August-Lenz-Haus, dem Bürogebäude neben dem Stadion, das von der BVB Event & Catering GmbH genutzt wird.

Gesamtenergieverbrauch Borussia Dortmund



Energieintensität SIGNAL IDUNA PARK

Energieverbrauch SIGNAL IDUNA PARK: **13.752.442 kWh**
 Energieintensität pro Stadionplatz 2019: 169,0 kWh
 Energieintensität pro Spiel und Stadionplatz 2019: 7,3 kWh
 Energieintensität pro Heimspiel 2019: 597.932 kWh



Die Nutzung von Ökostrom bewirkte im Jahr 2019:
 Einsparung von CO₂-Ausstoß
4.007 Tonnen



103-1
103-2
103-3

Mobilität

Konzept und Ziele

Wir achten auf die nachhaltige Gestaltung der Mobilität und unterscheiden dabei zwischen der An- und Abreise unserer Stadionbesucher*innen und der Mitarbeitermobilität auf den Ebenen Mannschaft und Organisation. Unser Ziel ist, unseren Fans und Besucher*innen eine möglichst reibungslose und umweltfreundliche An- und Abreise zu ermöglichen, unsere Mannschaft stressfrei und sicher reisen zu lassen und den betriebsbedingten Verkehr umweltverträglich zu gestalten. Ein Mobilitätskonzept für die Mitarbeitermobilität mit der Möglichkeit, über den Arbeitgeber Fahrräder zu leasen, wird umgesetzt. Zur Nachverfolgung werden die Kraftstoffverbräuche des Fahrzeugpools und die zurückgelegten Bahnkilometer bei Dienstreisen erfasst.

305-5

Maßnahmen und Ergebnisse

Flugreisen der Mannschaft sind ein Bestandteil der optimalen Vorbereitung auf den Wettkampf. Dies werden wir auch zukünftig nur begrenzt reduzieren können. Der BVB hat die Flugreisekilometer und die damit verbundenen Emissionen mit anerkannten Zertifikaten kompensiert. Dafür wurden 10.664 Euro aufgewendet.

Eigener Indikator | In der Hinrunde reisten pro Spiel durchschnittlich 80.592 Zuschauer*innen an (2018: 80.314), davon kommen knapp 14.500 aus Dortmund. Innerhalb NRW sind 34.000 Dauerkarteninhaber zu Hause. Über die Hälfte der Fans haben die Möglichkeit, ohne Zusatzkosten den öffentlichen Nahverkehr

zur An- und Abreise zu nutzen. Um dem hohen Verkehrsaufkommen gerecht zu werden, stellt die Deutsche Bahn in Kooperation mit der Stadt Dortmund einen separaten Fahrplan mit Sonderzügen zusammen. Allerdings befindet sich der Straßenverkehr am Spieltag im Umfeld des Stadions an der Kapazitätsgrenze, insbesondere bei gleichzeitig stattfindenden Veranstaltungen in der anliegenden Messe. Daher hat der BVB in Zusammenarbeit mit der Messe ein Verkehrsgutachten erstellen lassen. Der BVB bringt sich in diesem Zusammenhang auch in die städtischen Planungen „Messe- und Veranstaltungszentrum Strobellee“ ein. Im Fuhrpark wird derzeit ein Elektrofahrzeug für Botenfahrten genutzt. Weiterhin werden alternative Fortbewegungsmittel für den Pendelverkehr zwischen Stadion, Trainingsgelände und Verwaltung eingesetzt.

Die Kraftstoffverbräuche für den Mannschaftsbus, den Fuhrpark der Verwaltung, die Firmenfahrzeuge der Mitarbeiter*innen, die Kraftfahrzeuge für den Betrieb des Stadions und des Trainingsgeländes (Mäher, Trecker) sowie für den Jugendfahrdienst betragen im Jahr 2019 293.064 Liter (2018: 286.606 Liter). Wesentlich für den Anstieg waren ein größerer Fuhrpark und mehr Fahrten des eigenen Jugendfahrdienstes. Im selben Jahr legten unsere Mitarbeiter*innen insgesamt 523.863 Bahnkilometer klimaneutral zurück (2018: 375.680 km).

Eigener Indikator



103-1
103-2
103-3

Wasser und Abwasser

Konzept und Ziele

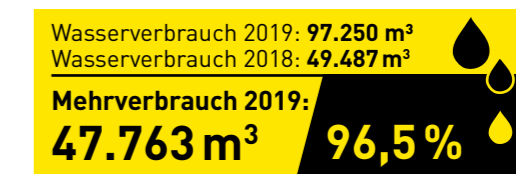
303-1 | Der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser ist uns wichtig. Wesentliche Themen in diesem Feld sind die intensive Pflege der Spiel- und Trainingsflächen und die Sanitärabwässer im SIGNAL IDUNA PARK. Zur Überwachung und zur Steuerung erfassen wir unsere Frischwasserverbräuche und nutzen in Brackel Regenwasser zur Rasenbewässerung mit dem Ziel, unseren Frischwasserverbrauch auf das notwendige Maß zu reduzieren. Dafür wurden und werden schrittweise Messeinrichtungen auf der Ebene einzelner Verbrauchsstellen installiert, um die Wasserverbräuche noch konkreter zu erheben und weiteres Einsparpotenzial zu ermitteln.

303-2
303-4 | Die Abwasserentsorgung erfolgt in das städtische Kanalnetz unter Beachtung der entsprechenden Anforderungen. Das zur Rasenpflege genutzte Wasser wird durch die Pflanzen aufgenommen und verdunstet, überschüssiges Wasser versickert. Ein Eintrag von Düng- oder Pflanzenschutzmitteln in das Grundwasser wird durch einen verantwortlichen Umgang nachweislich verhindert.

Maßnahmen und Ergebnisse

Zum Betrieb auf dem Trainingsgelände gelten die Statuten des DFB bezüglich der Rasenbeschaffenheit nicht. Deshalb gibt es dort auf 20 Hektar sowohl reine Kunstrasen- als auch Naturrasenplätze. Die Bewässerung erfolgt über ein Zisternensystem, bei dem abgesickertes Wasser

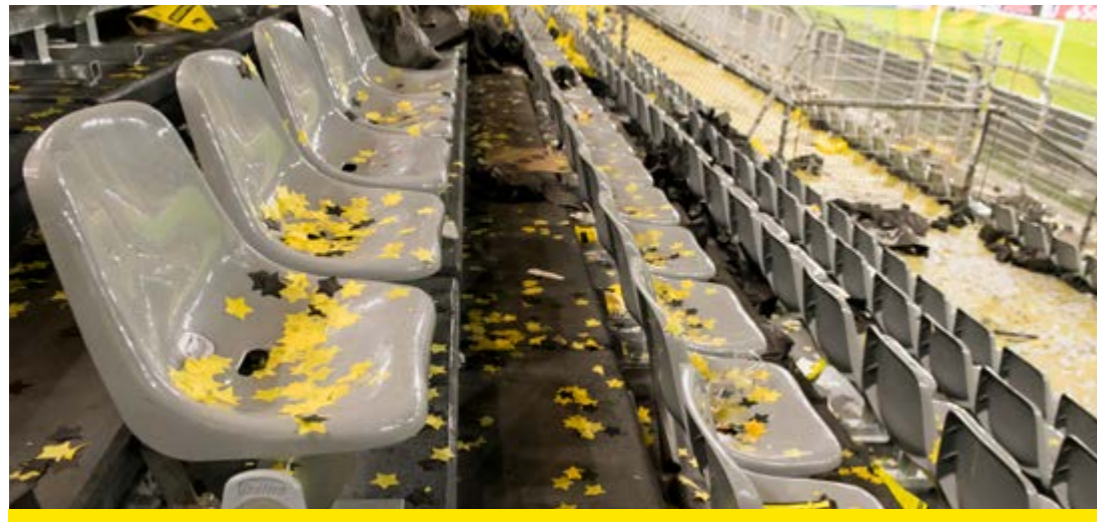
aufgefangen und über Rohre in die Zisterne zurücktransportiert wird. Im SIGNAL IDUNA PARK gibt es ein solches Bewässerungssystem nicht. Allerdings wurde das Verbrauchs-Monitoring ausgebaut, um den Gesamtwasserverbrauch des Stadions besser kontrollieren zu können. Dies macht es nachvollziehbarer, an welcher Stelle es zu ungewöhnlichen Wasserverbräuchen kommt, und dient der Kontrolle und Optimierung.



303-3

Der gesamte Frischwasserverbrauch im Kalenderjahr 2019 betrug 97.250m³ (2018: 49.487m³), davon 55.476m³ im SIGNAL IDUNA PARK (2018: 23.549m³) und 38.484m³ am Trainingsgelände in Brackel (2018: 22.760 m³).

Nach drei Jahren in Folge mit Einsparungen wurden aufgrund des heißen Sommers 2019 im SIGNAL IDUNA PARK 31.927m³ Frischwasser mehr verbraucht (2018: -18.997m³). Auch am Trainingsgelände Brackel wurden 15.724 m³ Frischwasser mehr verbraucht (2018: +7.569m³). In Summe stieg der Frischwasserverbrauch 2019 um 47.763m³ bzw. um 96,5 % an (2018: -11.402 m³ bzw. -18,7 %).



103-1
103-2
103-3

Umgang mit Ressourcen

306-1

Konzept und Ziele

306-2 | Wir gehen rücksichtsvoll und schonend mit unseren natürlichen Ressourcen um und sind bestrebt, Abfälle möglichst zu begrenzen und die unvermeidlichen Mengen in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen. Dies dient nicht nur der Reduzierung der Betriebskosten, sondern entspricht unserer Verantwortung im Bereich des ressourcenschonenden Wirtschaftens.

Im Sinne der Kreislaufwirtschaft stehen für uns zuvorderst die Vermeidung und dann die möglichst hochwertige Verwertung nicht vermeidbarer Abfälle. Dafür analysieren wir unsere Geschäftsabläufe und Aktivitäten, um Abfälle erst gar nicht entstehen zu lassen, und sorgen für eine möglichst sortenreine Abfalltrennung mit entsprechender Verwertung.

Umgang mit Lebensmitteln

306-1 | In Zeiten eines regulären Spielbetriebs betrifft der Umgang mit Ressourcen für uns vor allem den verantwortlichen Umgang mit Lebensmitteln. Denn Lebensmittel zu verschwenden führt zu einer mehrfachen Umweltbelastung, da sie sowohl angebaut oder gezüchtet, produziert und verarbeitet als auch verwertet werden. Unser Ziel ist eine möglichst hohe Fertigungstiefe der im Catering zubereiteten Speisen, um die Qualität zu sichern und die Verschwendung von Lebensmitteln zu verhindern. Unser Beitrag dazu beginnt mit der bevorzugten Beschaffung von zertifizierten Lebensmitteln, geht über eine ge-

naue Mengenkalkulation bei der Bedarfsplanung und die schonende und effiziente Verarbeitung bis hin zur Verwertung der nicht vermeidbaren Abfälle in einer 20 km entfernten Biogasanlage eines lokalen Landwirtes.

Die meisten unserer Hauptlieferanten sind Mitglied der Vereinigung „United Against Waste“, die für einen ressourcenschonenden, nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln eintritt, um den Berg an jährlich in Deutschland nicht verbrauchten Lebensmitteln zu reduzieren.

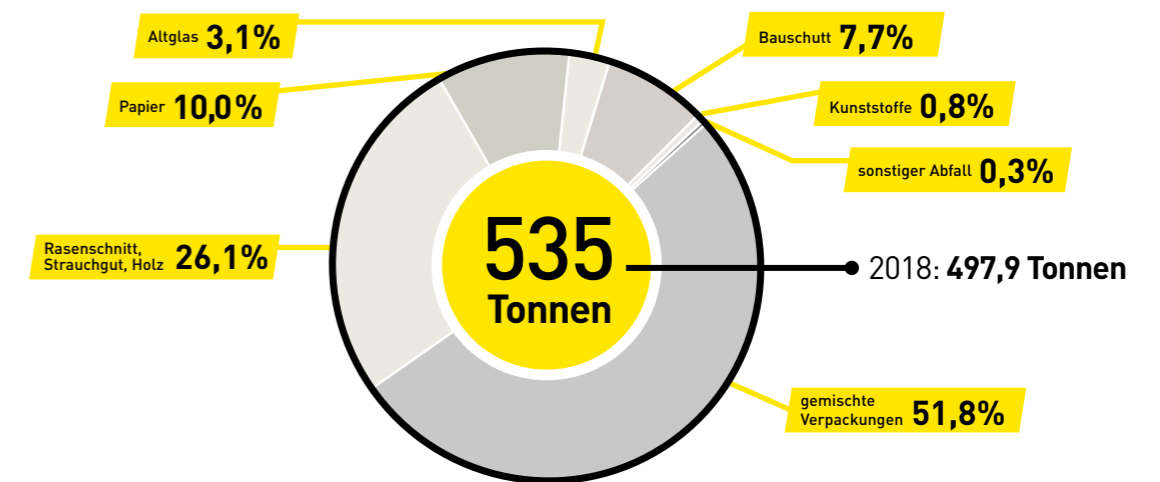
Maßnahmen und Ergebnisse

Borussia Dortmund hält Wort und hat mit Beginn der Saison 2019/2020 im SIGNAL IDUNA PARK ein Mehrwegbecher-System eingeführt. Gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe hat der BVB eine Lösung erarbeitet, die unter Beachtung von Sicherheitsaspekten ökologisch sinnvoll und zugleich fanfreundlich ist. Im größten deutschen Fußballstadion werden alle 0,5-Liter-Kaltgetränke im Mehrwegbecher ausgeschenkt. Damit werden ca. 1,5 Millionen Einwegbecher vermieden und durch Mehrwegbecher ersetzt. Aus Sicherheitsgründen und nicht zuletzt auf Wunsch und Anraten der Sicherheitsbehörden sind die Südtribüne und der Gästefanbereich im Norden davon ausgenommen.

Darüber hinaus wurden die Verpackungsmaterialien im SIGNAL IDUNA PARK ganzheitlich erfasst und auf ihr Optimierungspotenzial hin

Gesamtabfallaufkommen 2019*

306-3



*ohne Speisereste

analysiert. Eine Untersuchung der Ökobilanz der eingesetzten Materialien hat das Ziel, die Stoffvielfalt zu reduzieren, den anfallenden Abfall nach Recyclinggruppen sortenrein zu sortieren und einer im Kreislauf geführten stofflichen Verwertung zuzuführen. Dafür wurde probeweise der angefallene Abfall der ersten fünf Heimspiele der Hinrunde aufwendig von Hand sortiert. Ergebnis: kaum noch gemischte Verpackungen für die energetische Verwertung, hoher sortenreiner Recyclinganteil von über 90% der PET-Plastikbecher. Der Ansatz wurde dann coronabedingt ausgesetzt, wird aber bei Wiederaufnahme des Regelbetriebs mit Zuschauerbeteiligung wieder aufgenommen.

306-3
306-4

Abfall

Der gesamte 2019 durch den BVB entsorgte Abfall wurde erfasst und eine Abfallbilanz erstellt. Insgesamt fielen 2019 535t Abfall an, 7% mehr als 2018 (498t). Dies ist im Wesentlichen

auf eine höhere Menge an Papier (53t, + 33%), Strauchgut und Holz (119t, + 33%) und nur 2019 angefallenen Bauschutt (41t) zurückzuführen. Weiterhin fielen 277t gemischte Verpackungen, die zum großen Teil dem Spielbetrieb zuzuordnen sind (+1%), und 17t Altglas (-1%) an. Im Rahmen der händischen sortenreinen Trennung der Abfälle der ersten Spiele der Hinrunde wurden 4.008 kg Kunststoffabfall (+1.136 %) der Wiederverwertung zugeführt. Darüber hinaus wurden 710kg Farb- und Lackabfälle (-70%), 360kg gebrauchte Textilien (+/-0%) und 590kg Leuchtstoffröhren (+354%) fachgerecht entsorgt. 80% des Gesamtabfalls wurde im SIGNAL IDUNA PARK generiert (2018: 81%).

306-4
306-5

Trotz aller Bestrebungen lassen sich Speiseabfälle nicht vermeiden. Durch die Erhöhung des Frischeanteils im Speisenangebot stiegen sie im Vergleich zum Vorjahr um 17,7 % auf 202,4 m³ (2018: 172,0 m³).

Zunahme der Speisereste 2019

+17,7 %

Speisereste 2019: 202,4 m³
Speisereste 2018: 172,0 m³





Nachwuchsförderung

Sportliche Höchstleistung

Sportliche Entwicklung



103-1 103-2 103-3 | Nachwuchsförderung

Die Grundlagen zum Erreichen unserer sportlichen Ziele werden bereits in der Nachwuchsarbeit gelegt. Die Nachwuchsförderung des BVB ist deshalb vielschichtig und vernetzt aufgebaut. Sie verbindet sportliche, soziale und wirtschaftliche Aspekte in verschiedenen Funktionsbereichen. Wichtige Säulen sind das Nachwuchsleistungszentrum (NLZ) und die BVB Evonik Fußballakademie (FBA), die als neu gegründete, eigenständige GmbH strukturell in Zukunft eine noch wichtigere Rolle in der Nachwuchsarbeit des BVB einnimmt.

sowie Freundschafts- und Pflichtspielen an den Profibereich heranführen. Dazu steht die langfristige, individuelle sportliche Entwicklung unserer Talente über den kurzfristigen Mannschaftserfolgen. Im Zuge dieser individuellen Entwicklungssteuerung scheuen wir uns nicht davor, Spieler in älteren Jahrgängen einzusetzen, obwohl dies eventuell den mannschaftlichen Erfolg einschränkt. Allerdings wollen wir starke Mannschaften entwickeln, in denen jeder einzelne zu dem besten Spieler werden kann, der in ihm steckt.

Nachwuchsleistungszentrum (NLZ)

Konzept und Ziele

In unserem Nachwuchsleistungszentrum schaffen wir mit einem hochqualifizierten Team die bestmöglichen Voraussetzungen, um aus Nachwuchsspielern Profis zu entwickeln. Borussia Dortmund fokussiert dabei im Grundsatz darauf, den Nachwuchs für eine starke Profimannschaft, die den eigenen hohen sportlichen Ansprüchen genügt, aufzubauen und zu entwickeln. Wir wollen die Anzahl der im NLZ ausgebildeten Spieler erhöhen, die in den offiziellen Kader der eigenen Lizenzmannschaft bzw. zu einem anderen Erstligisten im In- oder Ausland wechseln. In jeder Saison sollen mindestens zwei Spieler aus dem NLZ mit einem Lizenzvertrag für unsere Profimannschaft ausgestattet werden.

Dementsprechend werden wir die Toptalente mithilfe von Trainingseinheiten, Trainingslagern

MANNSCHAFTLICHE ZIELSETZUNGEN

U14-U19
Alle Teams gehören zu den Top-2-Mannschaften der Ligen
U17-U19
Teilnahme an der jeweiligen Endrunde um die Deutsche Meisterschaft
U19
Gewinn des DFB-Pokals
U19
Mindestens das Erreichen der Knock-out-Phase der UEFA Youth League
U9-U13
<ul style="list-style-type: none"> • Technische Basis schaffen • Vielfältige Bewegungsangebote • Spaß am Spiel

Individuelle Zielsetzungen

Grundsätzliches Ziel ist es, aus jedem Talent den besten Spieler zu entwickeln, der individuell in ihm steckt – auf Basis einer Stärken- und-Schwächen-Analyse. Die schulische Ausbildung ist dabei eine entscheidende Erfolgssäule. Jeder Spieler im NLZ soll seinen bestmöglichen Schulabschluss erreichen und erhält dafür die subjektiv erforderliche, individuelle Unterstützung. Bei der Trainings- und Spielgestaltung und bei der Persönlichkeitsentwicklung werden wir den Entwicklungsstand jedes einzelnen Spielers beachten und analysieren. Dies dient der Persönlichkeitsentwicklung und der Herausbildung echter Dortmunder Charaktereigenschaften: eine intrinsische Motivation, ein hohes Maß an Widerstandsfähigkeit, ein ausgeprägter Siegeswille, Bodenständigkeit und eine höchstmögliche Identifikation mit dem BVB. Ein wichtiger Baustein ist die individuelle Betreuung und das persönliche Coaching der Top Talente der U17–U23 durch den Übergangs- bzw. Talente-Trainer Otto Addo.

Das pädagogische Konzept im NLZ

Der BVB fühlt sich für die Gesamtentwicklung der jungen Menschen im NLZ verantwortlich und positioniert sich zunehmend als Bildungspartner auf Augenhöhe mit öffentlichen Schulpartnern. Dabei steht eine individuelle Fördersituation im Vordergrund, die der immensen Trainings- und Wettkampfsituation Rechnung trägt.

Dazu zählt nicht nur die fußballerische Entwicklung, sondern zentral auch eine möglichst allseitige Persönlichkeitsentwicklung, die zur gesellschaftlichen Teilhabe befähigt und Resilienz gegenüber den zahlreichen auch negativen Einflüssen im Spitzensport ermöglicht. Dies bewirkt wieder positive Rückkopplungen auf die fußballerische Qualität. Unser individueller Weg wird weiterhin von Professionalität und familiärer Atmosphäre geprägt sein.

Die tragenden Säulen des pädagogischen Nachwuchskonzeptes („Dortmunder Jungs“, „Schule. Neu.Denken.“, Infrastrukturmaßnahmen in Brackel und das Schutzkonzept „Sexueller Missbrauch“) wurden im Berichtszeitraum trotz coronabedingter Einschränkungen konsequent weiterentwickelt. Die Einschränkungen bestanden nicht nur aus einer kompletten Umstruk-



turierung des Trainingsbetriebes, sondern auch aus verschobenen bzw. ausgefallenen teambildenden Maßnahmen in allen Altersklassen: vom Segeln mit der U14 bis zum Zelten mit den U9-U11-Mannschaften, von geplanten Maßnahmen mit der Neven-Subotic-Stiftung bis hin zu identitätsfördernden Aktivitäten.

Auch die geplante Elternschule im NLZ konnte durch die besonderen Herausforderungen für die Leitung des Jugendhauses noch nicht realisiert werden. So hat Julia Porath in der Zeit der erzwungenen Schließung des Jugendhauses alle Familien ihrer Schützlinge persönlich besucht, um einerseits die besondere Bindung aufrechtzuerhalten und andererseits das familiäre Umfeld jedes Einzelnen besser kennenzulernen.

Weitere Maßnahmen – insbesondere auch zum Schutzkonzept gegen sexuellen Missbrauch – werden auf der Seite 95 ausführlich beschrieben.

BVB Evonik Fußballakademie

Konzept und Ziele

Die übergeordnete Zielsetzung der BVB Evonik Fußballakademie besteht neben der eigenen wirtschaftlichen Tragfähigkeit in der regionalen Sichtbarkeit des BVB im Kinder- und Jugendbereich und in der generellen Talententwicklung im Rahmen des sportlichen Konzeptes des BVB – regional, national und international. Trainingskonzepte der Kooperationspartner Heidelberger Ballschule und Life-Kinetik bereichern das BVB-Trainingskonzept im Kinderbereich.

Das Konzept der FBA beruht auf vier strukturellen Angebotssäulen (siehe Grafik rechte Seite), die Kontaktpunkte zu unseren Anspruchsgruppen darstellen. Im Bereich „Breitensport“ wollen wir bei den Kindern (startend mit den jüngsten

Jahrgängen der 4-Jährigen) mit einem kindgerechten, aber fördernden Angebot aus Ferien-, Förder-, Spieltags- und Geburtstagskursen in erster Linie den Spaß am Fußball und die Liebe zu Borussia Dortmund entwickeln. Die coronabedingten Ausfälle werden zum Teil digital ersetzt.

Die Säule „Leistungsorientierung“ sorgt mit Aufbau- und Leistungskursen sowie einer intensiven Kooperation mit regionalen Partnervereinen für eine fokussierte sportliche Weiterentwicklung der uns anvertrauten Kinder ab sechs Jahren. Hier haben wir mit unseren Trainern in der Zeit der Ausgangsbeschränkungen Online-Angebote für das altersgerechte Training der Kinder und Jugendlichen zu Hause entwickelt und sehr erfolgreich über einen eigenen YouTube-Kanal veröffentlicht.

An dezentralen Standorten konnten wir zu Münster, Bocholt und Moers zusätzlich Brilon und Wülfrath gewinnen, sodass wir von 2020/2021 an im Umkreis von bis zu 100 km mit fünf Partnervereinen kooperieren. Diese ermöglichen es uns, wöchentlich die besten Talente zu sichten, sie über ein Jahr zu begleiten und sie frühzeitig an uns zu binden.

Die FBA trainierte im Berichtszeitraum 260 leistungsorientierte Kinder in Dortmund sowie ca. 120 Kinder in den drei dezentralen Standorten. 48 Kinder und Jugendliche haben den Sprung in ein NLZ geschafft, 35 % davon beim BVB. Als Ausbaustufen sind weitere Partnervereine geplant.

Wir wollen nicht nur sichten, sondern der Region über qualifizierte Trainingsprogramme auch etwas zurückgeben. So besteht eine Kooperation mit der Ruhr-Universität Bochum, um die Ausbil-

Die FBA trainiert leistungsorientiert:

260 Kinder in Dortmund

120 in Münster, Bocholt, Moers

davon **48** in ein NLZ aufgestiegen

| Eigener Indikator

dung in den Sportwissenschaften auf zukünftige Anforderungen im Jugendfußball vorzubereiten. Hierdurch wollen wir die Berufsaussichten gerade für hochqualifizierte Jugendfußball-Trainer*innen deutlich verbessern. Im letzten Berichtszeitraum wurden bereits erste positive Erfahrungen gesammelt.

Im Bereich „Kitas/Schulen“ konnten vier Schulen in einem Dortmunder Brennpunkt gewonnen werden, mit denen konkrete Aktionen im Rahmen des Programmes „Große Klasse“ durchgeführt wurden. Hier geht es aktuell darum, fachfremde Lehrer*innen durch Trainer*innen des BVB zu unterstützen.

Mit unserem Partner IKK classic konnten Fördermittel zur Prävention generiert werden.

Und international konnten wir in den USA, Mexiko, Polen, Singapur, Ägypten, China und Japan Stützpunkte mit ganzjährigen Mitarbeiter*innen vor Ort betreiben. Elf feste Stellen als Sportliche Leiter*innen oder Sportkoordinator*innen sind aktuell im Ausland installiert.

Weitere Maßnahmen der BVB Evonik Fußballakademie werden auf den Seiten 90-95 dargestellt.

■ Breitensport	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ferienkurse Dortmund ■ Ferienkurse auswärts ■ Förderkurse ■ Spieltagskurse ■ Geburtstagskurse ■ Walking Football 	■ Leistungsorientierung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufbaukurse ■ Leistungskurse ■ Partnervereine ■ U9–U11 	■ Kitas/Schulen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wandertage und Bewegungsangebote im Trainingszentrum Strobelallee ■ Förderung sozialer Maßnahmen ■ GrundschulCup 	■ Internationales	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sponsorenkurse ■ Vereinskoooperationen und Beratung ■ Deutsche Auslandsschulen ■ Ausländische Gruppen im Trainingszentrum Strobelallee
----------------	---	-------------------------	---	-----------------	--	-------------------	---



Teil der Nichtfinanziellen Erklärung

Sportliche Höchstleistung

103-1
103-2
103-3

Konzept und Ziele

Borussia Dortmund steht seit mehr als 100 Jahren für Intensität, Echtheit, Bindungskraft und Ambition. Wir haben den unbedingten Willen, Großes zu erreichen und unseren Fans und Mitgliedern ein unvergleichlich intensives Fußballerlebnis zu bieten.

Im sportlichen Rückblick auf das vergangene Jahrzehnt fasste der Vorsitzende der Geschäftsführung, Hans-Joachim Watzke, auf der Hauptversammlung der Gesellschaft im November 2019 zusammen: „Wir haben zwei Meisterschaften gewonnen, zwei Pokalsiege errungen und vier Vizemeisterschaften. Es ist das erste Jahrzehnt, in dem wir durchgängig international gespielt haben, achtmal in der UEFA Champions League und zweimal in der Europa League. Es sind die besten zehn Jahre, die Borussia Dortmund jemals gehabt hat.“

Im Sinne dieser positiven, langjährigen Leistungsbilanz und dem erneuten Erreichen der Champions League als Ergebnis der Saison 2019/2020 bleibt Borussia Dortmund sportlich ambitioniert – auch ohne öffentliche Deklaration von Zielen, die sich in der in vielerlei Hinsicht unübersichtlichen Zeit der Covid-19-Pandemie ohnehin schwierig gestaltet. „Das heißt aber nicht, dass wir intern nicht klare Ziele verfolgen“, sagte Watzke. Natürlich wird der BVB weiterhin das Erreichen der Champions League anpeilen und alle realistischen Chancen nutzen, um den Kader für die bevorstehenden Aufgaben zu rüsten.

Letzteres muss allerdings unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie und den zahlreichen Konsequenzen im Markt mit Vorsicht formuliert werden. Darüber hinaus gilt es, die Wettbewerbssituation in der Liga besonnen einzuordnen. Die für

neutrale Zuschauer attraktive Entwicklung von unmittelbaren Wettbewerbern lässt für die Zukunft eher einen Vier- bis Fünfkampf um die begehrten Champions-League-Plätze erwarten. Trotzdem darf die Umsatzdimension des FC Bayern als marktbeherrschend in der Bundesliga eingeordnet werden. Mit den coronabedingten terminlichen Verschiebungen, den Unsicherheiten in der Transferentwicklung und dem ungewissen Einstieg in die kommende Saison gilt es, einen „Sommer wie noch nie“ zu bewältigen. Trotz dieses herausfordernden Wettbewerbsumfeldes geht Borussia Dortmund mit Zuversicht in die neue Saison. Anlass dazu bietet nicht zuletzt eine nach Punkten ordentliche Rückrunde (39 Punkte) sowie ein aufgestellter Torrekord (84 Saisontreffer). Ein langfristig strukturiertes Maßnahmenpaket flankiert die rein sportlichen Ergebnisse.

Maßnahmen und Ergebnisse

Auch in einer Zeit voller Unwägbarkeiten kann der BVB ein weiteres Jahr auf die Erfahrung von Sportdirektor Michael Zorc setzen. Der 57-Jährige verlängerte seinen Vertrag vorzeitig bis Juni 2022.

Kader

Der BVB ist stolz auf seinen international wettbewerbsfähigen Kader. Die Ausdifferenzierung aus erfahrenen Leistungsträgern und internationalen Toptalenten mit großem Potenzial ist einer strukturierten Kaderplanung zu verdanken. Dabei wurde deutlich, dass der BVB im internationalen Wettbewerb um die begehrtesten Talente mittlerweile einen hervorragenden Ruf besitzt.

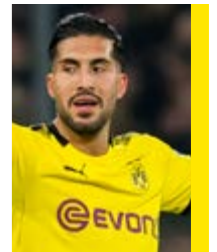
Beispiel Haaland: „Trotz vieler Angebote absoluter Topklubs aus ganz Europa hat sich Erling Haaland für die sportliche Aufgabe beim BVB und die Perspektive, die wir ihm aufgezeigt haben, entschieden. Unsere Hartnäckigkeit hat sich ausgezahlt“, sagte Hans-Joachim Watzke.



Michael Zorc, der die Verhandlungen federführend geleitet hatte, ergänzte: „Wir alle dürfen uns auf einen ehrgeizigen, athletischen und physisch starken Mittelstürmer mit ausgeprägtem Torinstinkt und beeindruckendem Tempo freuen, den wir in Dortmund weiterentwickeln möchten.“ Ähnliches gilt für Giovanni Reyna, der sich in seiner ersten Saison beim

BVB auf Anhieb von der U19 für den Profikader und dort auch schon für erste Einsätze von Beginn an empfahl. Im Juli 2020 wurde Jude Bellingham als 17-jähriges Toptalent verpflichtet.

Mit Emre Can konnte der BVB einen deutschen Nationalspieler gewinnen, der systemübergreifend auf mehreren Positionen sowohl in der Abwehr als auch im zentralen Mittelfeld einsetzbar ist. „Ein Spieler, der neben seiner Technik auch seine Physis einbringt und über einen ausgeprägten Siegeswillen verfügt“, sagte Michael Zorc.



Trainerstab und Staff

Der BVB hat unter Federführung von Sebastian Kehl, Leiter der Lizenzspielerabteilung von Borussia Dortmund, die Professionalität des Teams um den Lizenzkader weiter erhöht. „Es ist unser Anspruch, den BVB in allen relevanten Teilbereichen des Profisports bestmöglich aufzustellen und ein Netzwerk von Spezialisten zu bilden, das gemeinsam einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt. Vor diesem Hintergrund war es unser Wunsch, zur Saison 2020/2021 das Thema Sportpsychologie im Profibereich zu integrieren, um gezielt an der Potenzialentwicklung jedes Einzelnen arbeiten zu können“, sagte Sebastian Kehl im Zuge der Verpflichtung von Dr. Philipp Laux als Sportpsychologen für den Profikader. „Im Zuge der Coronakrise, die uns plötzlich vor völlig neue Herausforderungen stellte, konnten wir diese Maßnahme im Frühjahr 2020 vorziehen.“

Wichtige Bausteine im Entwicklungspaket liefert das interdisziplinäre Expert*innen-Team um Belastungssteuerung, Athletik und Ernährung. Zwar hat hier bereits seit Jahren das Thema Digitalisierung durch individualisiertes Tracking der persönlichen Steuerungs- und Leistungsindikatoren Einzug gehalten. Durch die intensivierte Zusammenarbeit aus Athletik-Team, medizinischer Abteilung um Teamarzt Dr. Braun und den Ernährungsexperten um Mannschaftskoch Dennis Rother und Ernährungsberaterin Vanessa Oertzen-Hagemann will der BVB sowohl die Auswirkungen aus intensiver Reisetätigkeit mildern als auch eine homogenere Fitness-Situation im gesamten Kader – insbesondere nach Länderspielpausen und Verletzungen – erreichen.

Eigener Indikator

Tabellenplatz in der Saison 2019/2020

			Spiele	S	U	N	Torverh.	Diff.	Pkt.
1.		FC Bayern München	34	26	4	4	100:32	+68	82
2.		Borussia Dortmund	34	21	6	7	84:41	+43	69
3.		RB Leipzig	34	18	12	4	81:37	+44	66
4.		Borussia M'Gladbach	34	20	5	9	66:40	+26	65



Unsere ökonomische Leistung

Wirtschaftsfaktor in der Region

Verantwortlicher Einkauf

Regeltreue und Risikomanagement

Marke BVB

Sponsoren

Wirtschaftliches Handeln



103-1
103-2
103-3
102-2
102-6

Unsere ökonomische Leistung

Konzept und Ziele

Unser wirtschaftliches Wirken ist auf unsere Fans und Geschäftspartner ausgerichtet – unsere Produkte und Dienstleistungen sollen beide bestmöglich bedienen. Dabei sind wir uns stets der Bedeutung unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst: das Verhalten, die Einstellungen und Meinungen der Fans haben einen großen Einfluss auf das Handeln des BVB und auch umgekehrt.

Borussia Dortmund verfolgt das Ziel, sich in der Spitzengruppe der Bundesliga zu behaupten, und sieht sich hierbei auf dem richtigen Weg. Sportlicher Erfolg ist jedoch nur eingeschränkt planbar, sodass das Management für die Schaffung einer soliden und ambitionierten Basis verantwortlich ist. Investitionen in den Sport – in den Lizenzspielerkader, das Team um das Team, in die Nachwuchsförderung und in die notwendige Infrastruktur – sind eine unabdingbare Voraussetzung für das Erreichen der sportlichen und damit auch der wirtschaftlichen Zielsetzungen.

Gleichwohl bedeutet nachhaltiges wirtschaftliches Handeln, dass Investitionsentscheidungen unter bestimmten Gesichtspunkten verschoben oder neu definiert werden müssen, wenn die Rahmenbedingungen sich ändern. So hat die Covid-19-Pandemie die Welt verändert, auch Borussia Dortmund vor große Herausforderungen gestellt und wird dies weiter tun. Trotz oder gerade wegen der neuen Situation sind wir stolz auf das Erreichte. Die Bundesliga hat die unterbrochene

Saison zu Ende gespielt. Wir werden als Vizemeister auch in der kommenden Saison an der UEFA Champions League teilnehmen und erneut unsere Visitenkarte in Europa abgeben.

Maßnahmen wurden ergriffen, um die wirtschaftliche Stabilität von Borussia Dortmund abzusichern, wobei nicht zu verhindern war, dass der BVB erstmals seit neun Jahren kein positives Konzernergebnis erreichte und die Geschäftsleitung der Hauptversammlung erstmals seit 2012 empfiehlt, keine Dividende auszuschütten. Durch die gute Ertragslage in den letzten Geschäftsjahren sowie im Zeitraum bis zum Beginn der Covid-19-Pandemie, ein ausreichend vorhandenes Konzern-Eigenkapital und durch die nachhaltige Aufstellung des Unternehmens ist Borussia Dortmund aber gut gewappnet, die entstandenen Verluste des Geschäftsjahres 2019/2020 zu tragen.

Um auch in Zukunft die wirtschaftliche Entwicklung unabhängiger vom sportlichen Erfolg gestalten zu können, wird die nationale und internationale Vermarktung unter Nutzung der Strahlkraft von Borussia Dortmund weiter vorangetrieben. Mit dem vorhandenen Potenzial will der BVB die kommerziellen Chancen des professionellen Vereinsfußballs bestmöglich wahrnehmen. Eine entscheidende Rolle spielt hierbei die langfristige Bindung der Partner wie mit der SIGNAL IDUNA bis 2026 und mit Puma bis 2028 sowie die Gewinnung von 1&1 als zweiten Hauptsponsor neben Evonik, beide bis 2025.

Die gegenwärtige Geschäftsstrategie kann vorrangig wie folgt umrissen werden:

- ▶ Nachhaltige Justierung der sportlichen Perspektiven
- ▶ Intensivierung der Nachwuchsförderung
- ▶ Einbindung der Fans
- ▶ Nutzung und Pflege der Marke Borussia Dortmund

Wegen der durch die Covid-19-Pandemie verursachten Unterbrechung des Spielbetriebs erfolgten eine Zwischenabrechnung der absolvierten 25 Spieltage zum 31. März 2020 und eine anschließende Neuberechnung der Ausschüttungsbeträge aus der TV-Vermarktung. Hierbei kam es national und international zu Kürzungen. Ebenso verschoben sich die Auszahlungstermine anteilig bis in die neue Spielzeit. Durch die Vizemeisterschaft und damit erneute Teilnahme an der UEFA Champions League besteht für Borussia Dortmund abermals die Möglichkeit, die Position in Europas Spitzengruppe zu festigen und wieder an der Ausschüttung des lukrativen Wettbewerbs zu partizipieren.

Der Ausbau der Infrastruktur rund um das gesamte Team wurde mit dem Bau der neuen Geschäftsstelle Sport und dem Pflörtner- und Medienhaus im Rahmen der sechsten Erweiterung des Trainingsgeländes in Brackel und der Investition in die neue Flutlichtanlage im SIGNAL IDUNA PARK fortgesetzt, wobei die weiter geplanten baulichen Ergänzungen am Trainingsgelände aufgrund der durch die Pandemie verursachten wirtschaftlichen Unsicherheiten verschoben wurden.

Hinsichtlich der Vermarktung der Werbeflächen setzt Borussia Dortmund weiterhin auf Kontinuität. Pünktlich zur Spielzeit 2019/2020 wurden die analogen Werbebanden des Oberrangs durch neue, digitale Banden ersetzt. Dies ermöglichte weitere Sponsoringmaßnahmen und Kostensenkungen für die Umrüstung bei internationalen Spielen. Das Sponsoring zum Ende der Spielzeit wurde maßgeblich von der Covid-19-Pandemie beeinflusst. Durch den fehlenden Spielbetrieb konnten teilweise Werbeleistungen von Borussia Dortmund nicht erbracht werden. Die hierbei entgegengebrachte Loyalität und die starke Kompromissbereitschaft der Werbepartner sind

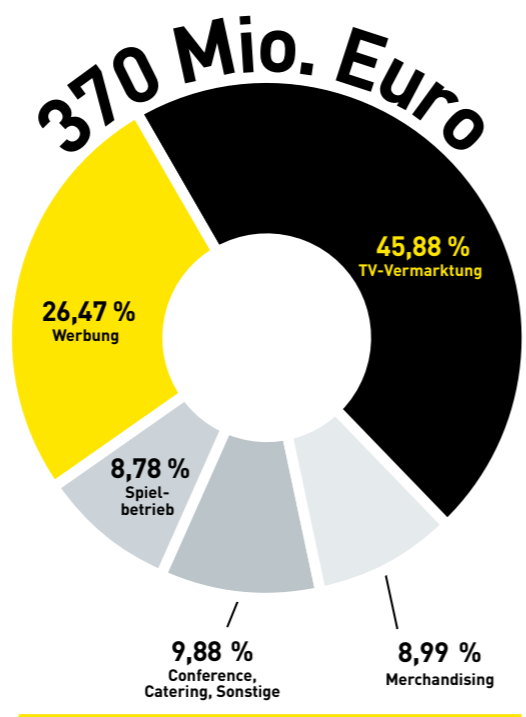
gerade in dieser wirtschaftlich schwierigen Zeit bemerkenswert.

Erwirtschaftete Leistung und verteilter Wert | 201-1

Die direkt erwirtschaftete Leistung von Borussia Dortmund von TEUR 496.079 (2018/2019: TEUR 497.270) ergibt sich aus der Summe der Umsatzerlöse von TEUR 370.196 (2018/2019: TEUR 370.256), den Transferentgelten von TEUR 116.688 (2018/2019: TEUR 119.268) und den Sonstigen betrieblichen Erträgen von TEUR 9.195 (2018/2019: TEUR 7.746).

Dem gegenüber steht der verteilte wirtschaftliche Wert von TEUR 540.032 (2018/2019: TEUR 479.879), der sich aus folgenden Positionen zusammensetzt: Material (4,15 %), Personalkosten für die Lizenzspieler (32,05 %), Verwaltung (5,54 %) und Jugend (2,25%), Abschreibungen auf immaterielle Werte (17,07 %) und Sachanlagen (2,58 %), sonstige betriebliche Aufwendungen für Werbung (5,00%), Transfergeschäfte/Restbuchwerte/Transferkosten aus Verkäufen (15,03 %), Spielbetrieb (8,74 %), Handel (1,20 %), Verwaltung (4,69 %) sowie dem Saldo des Finanz- und Beteiligungsergebnisses (0,64 %), Steuern (-0,49 %) und Übrige (1,55 %).

Prozentuale Aufteilung der Umsatzerlöse | 102-7



Eigener Indikator

Die Differenz aus der direkt erwirtschafteten Leistung und dem verteilten Wert entspricht dem Jahresergebnis von TEUR -43.953 (2018/2019: Gewinn von TEUR 17.391). Erstmals seit 2012 wird die Geschäftsführung daher der Hauptversammlung vorschlagen zu beschließen, für das Geschäftsjahr 2019/2020 keine Dividende auszuschütten.

Weitere Ergebnisse und Kennzahlen

Borussia Dortmund hat aus einer Vielzahl an Finanzkennzahlen Schwerpunkte gesetzt, an die sich die Steuerung des Unternehmens aus der Erfahrung der vergangenen Jahre anlehnt. So ist die Höhe der Umsatzerlöse ein entscheidender Indikator für die wirtschaftliche Lage des Unternehmens. Die Geschäftsführung zieht diese Kennzahl zur internen Kontrolle heran, wohl wissend, dass die Aussagekraft dieses Wertes allein nicht ausreichend ist.

Im Jahr 2006/2007 beliefen sich die Umsatzerlöse auf 97,1 Millionen Euro. Seitdem haben sich die Umsatzerlöse mehr als vervierfacht. Diese Entwicklung ist als Resultat soliden Wirtschaftens, sportlichen Erfolges und stringenter Markenführung zu verstehen. Im Geschäftsjahr betragen die Umsatzerlöse von Borussia Dortmund TEUR 370.196 (2018/2019: TEUR 370.256**; ohne Transfererlöse).

Weiterhin hat der BVB für sich das Ergebnis der Geschäftstätigkeit (EBIT) sowie das Jahresergebnis als weitere Finanzkennzahlen von besonderer Bedeutung definiert. Sie nehmen in der Planungsrechnung der kommenden Wirtschaftsjahre und im unterjährigen Controlling eine zentrale Rolle ein. Das Ergebnis der Geschäftstätigkeit belief sich auf TEUR -43.138 (2018/2019: TEUR 23.501), das Konzernjahresergebnis auf TEUR -43.953 (2018/2019: TEUR 17.391). Eine ebenfalls wichtige Steuerungsgröße ist das operative Ergebnis (EBITDA). Hintergrund ist die hohe Investitionstätigkeit und die damit verbundene hohe Belastung aus Abschreibungen. Zur besseren Vergleichbarkeit der Jahresleistung wird daher der um die Abschreibungen bereinigte Wert des EBIT (EBITDA) gewählt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug das operative Ergebnis TEUR 62.992 (2018/2019: TEUR 115.983). Das operative Ergebnis (EBIT) und der um die Abschreibungen bereinigte Wert (EBITDA) werden durch den Cashflow aus operativer Tätigkeit eingerahmt. Er ist Bestandteil der internen Unternehmensplanung, auf der die strategische Ausrichtung maßgeblich basiert. Der Cashflow aus operativer Tätigkeit belief sich in der Saison 2019/2020 auf TEUR -362 (2018/2019 TEUR 28.721**).

Mehr Infos zu wirtschaftlichen Themen finden Sie in unserem Geschäftsbericht.

Konzernaufwand*, Aufteilung Bilanzverlust der KGaA*, Konzernerlöse*

Materialaufwand	-22.392	Conference, Catering, Sonstige	36.553
Personalaufwand	-215.157	Summe Konzernerlöse	370.196
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-119.010	Transferentgelte	116.688
Abschreibungen	-106.130	Restbuchwerte	-69.040
Finanz- und Beteiligungsergebnis	-3.445	Transferkosten	-7.488
Steuern	2.630	Ergebnis aus Transfergeschäften	40.160
Aufwand Konzern	-463.504	Sonstige betriebliche Erträge	9.195
Spielbetrieb	32.510	Konzernjahresfehlbetrag	-43.953
Werbung	98.005		
TV-Vermarktung	169.836	Ausschüttung	5.519
Merchandising	33.292	Änderung des Eigenkapitals der KGaA	-55.181

* in TEUR. ** Veränderung der Vorjahresposten. Korrektur gemäß IAS 8.42.



103-1 103-2 103-3 | Wirtschaftsfaktor in der Region

Konzept und Ziele

Borussia Dortmunds sportliche und wirtschaftliche Aktivitäten haben erhebliche direkte und indirekte wirtschaftliche Auswirkungen auf die Stadt Dortmund und die weitere Region. Der BVB ist identitätsstiftend und hat als Publikumsmagnet zu seinen Heimspielen im Schnitt etwa 80.600 Zuschauer in den SIGNAL IDUNA PARK gezogen – bis zur Unterbrechung des Spielbetriebs im März. So war es dann besonders zu spüren, als die Besucher durch die Covid-19-Pandemie ausblieben – verursacht durch die Aussetzung des Spielbetriebs und nachfolgend durch den Sonderspielbetrieb ohne Zuschauer. Insbesondere der Handel, die Gastronomie sowie die Freizeit-, Event-, Beherbergungs- und Tourismusbranche waren so zusätzlich zu den ohnehin schon schweren coronabedingten Einschränkungen getroffen. Die Solidaritätsmaßnahmen, die von Anhängern des BVB oder vom BVB selbst initiiert wurden, waren ein besonderes Zeichen der Verbundenheit mit unserer westfälischen Heimat.

Maßnahmen und Ergebnisse

Das Gastgewerbe in der Stadt und der Tourismus in der Region profitierte von den vielen auch internationalen Besuchern durch die erneute Teilnahme an der UEFA Champions League mit vier Heimspielen. Mit der Idee des „digitalen Spieltages“ zum Wohle der lokalen Gastronomie wurde eine Solidaritätsaktion realisiert, bei der Fans virtuell exakt jenen Weg nachgehen konnten, den sie an einem ganz normalen BVB-Spieltag bis zum SIGNAL IDUNA PARK nehmen. 201.613 Euro für 143 Gastronomie-Betriebe, die durch die Corona-Krise ihr Geschäft nicht weiterführen konnten, wurden gesammelt. Ziel der Aktion war, dass jene Lokale, die für BVB-Fans gesellschaftliche Anlaufpunkte sind, bis zum nächsten Publikumsspieltag noch existieren. 203-1

Als Eventlocation war das Stadion eine Attraktion für die Region. So hat sich Dortmund zum dritten Mal über ein weihnachtliches Highlight gefreut, als eine Woche vor Heiligabend wieder über 60.000 Menschen im SIGNAL IDUNA PARK einen riesigen schwarzgelben Weihnachtschor bildeten. Auch das lokale Baugewerbe profitiert von den mehr als 20 Millionen Euro, die bis 2021 in die Erweiterung des Trainingszentrums und in die Baumaßnahmen am Stadion investiert werden.

203-2 |



103-1 103-2 103-3 | Verantwortlicher Einkauf

Konzept und Ziele

102-9 | Der BVB ist sich seiner Verantwortung gegenüber seinen Fans, Gästen und der Gesellschaft bezüglich des Einkaufs von Waren, Produkten und Dienstleistungen bewusst. Einerseits geht es um die Sicherstellung unserer hohen Qualitätsanforderungen und andererseits wollen wir sicherstellen, dass die Umwelt- und Sozialstandards in der vorgelagerten Wertschöpfungskette eingehalten werden.

Unsere Lieferanten für Lebensmittel wählen wir daher nach strengen Kriterien aus. Hierbei sind uns die verlässliche Lieferfähigkeit und eine gleichbleibend hohe Qualität besonders wichtig. Hinsichtlich der Herkunft der Lieferanten bevorzugen wir regionale Partner, sofern die Auswahl der Produkte dies zulässt. Kürzere Lieferwege und räumliche Nähe erleichtern die Zusammenarbeit, sorgen für Frische und unterstützen zudem regionale Händler und Produzenten. Dies entspricht unserer Zielsetzung, unseren Gästen ein authentisches, frisches und vielfältiges Speisenangebot zu bieten. In der Corona-Krise haben sich die Lieferantenbeziehungen als sehr verlässlich erwiesen.

102-10 | Unsere Einkaufs- und Sortimentspolitik im Merchandising wurde an unser Ziel angepasst, unseren Fans ein flexibleres Sortiment zu bieten. So wurde die Einkaufskomplexität durch die Reduktion der Lieferanten verringert und der Anteil der Produktion in Europa und der Türkei ausgeweitet, um kürzere Vorlaufzeiten zu realisieren. Die Produktqualität wird durch eine unabhängige

Prüfung gewährleistet. Alle Chargen unserer Produkte im Merchandising werden durch ein Prüflabor auf mögliche Schadstoffe im Rahmen der Inverkehrbringung geprüft. Bei aller Veränderung ist der Standard der Business Social Compliance Initiative (BSCI) das Mindestkriterium bei der Auswahl unserer Partner in der Lieferkette. Unser Grundsatz ist, ausschließlich mit Lieferanten zu arbeiten, die nachweislich als Mindeststandard den Standard der BSCI erfüllen. Angeregt durch den gesellschaftlichen Diskurs sind wir dabei, unsere Einkaufs- und Sortimentspolitik unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten systematisch zu überarbeiten. 308-1
414-1
414-2

Maßnahmen

Die vertragskonforme Anpassung unserer Lieferantenbeziehungen steht im Fokus unserer Maßnahmen. Qualitätsaspekte stellen dabei selbstverständlich weiterhin einen bestimmenden Schwerpunkt dar. Den Dialog zu den Herausforderungen einer nachhaltigkeitsorientierten Lieferkette führen wir dabei mit unseren Partnern. Damit verknüpft wird die regelmäßige Bewertung des Lieferanten- und Produktportfolios, die um Nachhaltigkeitskriterien erweitert werden. 204-1





Teil der
Nichtfinanziellen
Erklärung

Regeltreue und Risikomanagement

103-1
103-2
103-3
102-11
102-15

Konzept und Ziele

Unsere Corporate Governance steht für eine verantwortungsvolle, transparente und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle. Sie umschließt alle Maßnahmen, Regeln und Strukturen zur gesetzlichen und statutenkonformen Führung des BVB. Dies umfasst auch die ökonomischen, umweltbezogenen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Handelns. Daher ist sowohl die systematische Erfassung und Beurteilung der damit verbundenen Chancen und Risiken als auch die Weiterentwicklung unseres Risikomanagements essenziell.

102-16 | **Compliance: Borussia Dortmund und Regeltreue**

Borussia Dortmund wirkt darauf hin, dass das Handeln mit den geltenden Regeln des Rechtsrahmens, den Statuten des Profifußballs, den vertraglichen Verpflichtungen gegenüber unseren Geschäftspartnern und den uns selbst auferlegten Unternehmensregeln und eingegangenen Selbstverpflichtungen in Übereinstimmung steht.

Die Verantwortung für die Einhaltung der Regeln liegt bei der Geschäftsführung und ist nicht delegierbar. Hierbei ist es bei Borussia Dortmund von besonderer Bedeutung, dass zentrale Werte wie Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit, Aufrichtigkeit und Integrität unser Handeln bestimmen. Diese Werte lebt Borussia Dortmund u. a. in einer durch Offenheit geprägten Kommunikations-

kultur. Eine wesentliche Vorbildfunktion übernehmen die Führungskräfte, die diese Werte in ihrer Persönlichkeit verkörpern. Sie sind somit Compliance-Botschafter*innen in unserem Unternehmen. Compliance ist für uns eine Frage der Haltung. Dazu gehört das klare Bekenntnis, dass Borussia Dortmund für saubere Geschäfte steht. Lieber verzichten wir auf ein Geschäft, als dass es unter Missachtung der Regeln zustande kommt.

Ziel ist es, die aus den gesetzlichen, unternehmensinternen und vertraglichen Vorgaben folgenden Pflichten so in die Geschäftsprozesse zu integrieren, dass Rechts- und Regelverstöße verhindert und Transparenz, Hilfestellung sowie Verbindlichkeit geschaffen werden. Dies soll dem Schutz der Beschäftigten, Beauftragten und Organe vor Korruption und anderen wirtschaftskriminellen Handlungen dienen und den Datenschutz sowie das Financial Fairplay sicherstellen. In den Geschäftsprozessen sind Kontrollen implementiert, welche die Einhaltung von Regeln gewährleisten sollen. So gilt für alle finanziellen Aspekte das Vieraugenprinzip in einem strukturierten Freigabeprozess. Auch die Zurverfügungstellung von Eintrittskarten für Mitarbeiter*innen, Partner und Dritte ist klar geregelt und unterliegt einem strukturierten Antrags- und Genehmigungsprozess, um Missbrauch vorzubeugen.

Risikomanagement

Kern unseres unternehmerischen Handelns ist die Nutzung von Chancen. Aber die Geschäftsfel-

| 201-2

der von Borussia Dortmund sind im Rahmen der Aktivitäten einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit unserem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Diese frühzeitig zu erkennen, Maßnahmen zu entwickeln, zu kontrollieren und zu steuern, ist eine Sorgfaltspflicht der Geschäftsführung und Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit. Im Rahmen des in die Organisationsstruktur des gesamten Konzerns eingebundenen Risikomanagements werden die den BVB bedrohenden Einzelrisiken und kumulierte Risiken strukturiert überwacht und gesteuert. Dabei gilt für die Einschätzung grundsätzlich ein mittelfristiger Betrachtungszeitraum von drei Jahren.

Jeder Fach- und Geschäftsbereich ist angewiesen, der Geschäftsführung über marktrelevante wesentliche Veränderungen des Risikoportfolios unverzüglich Bericht zu erstatten. Zudem ist das Risikomanagementsystem integraler Bestandteil des gesamten Planungs-, Steuerungs- und Berichterstattungsprozesses. Die Gremien von Borussia Dortmund werden regelmäßig und ad hoc über die aktuelle Risikosituation in Kenntnis gesetzt. Dabei werden in Einzelgesprächen oder im Rahmen von Sitzungen die Risiken thematisiert, diskutiert und auf die aktuellen Gegebenheiten hin überprüft, um sie anschließend gemäß ihrer aktuellen Eintrittswahrscheinlichkeit und ihren potenziellen Folgen zu bewerten.

308-2
414-2
419-1

Maßnahmen

Im Berichtszeitraum wurden keine Fälle von Korruption, wettbewerbswidrigem Verhalten, der Verletzung umweltrechtlicher Anforderungen und der Nichteinhaltung von Gesetzen bzw. Vorschriften im sozialen, medienrechtlichen und wirtschaftlichen Zusammenhang bekannt. Entsprechend wurden diesbezüglich keine weitergehenden Maßnahmen ergriffen. Die Maßnahmen zur Minderung der einzelnen Risiken sind in den jeweiligen Abschnitten erläutert. Der Prozess der Berücksichtigung von ESG-Risiken wurde im Berichtszeitraum weiterentwickelt.

Im Rahmen des Risikomanagements wurden keine wesentlichen Risiken identifiziert, die nach § 289c Abs. 3 S. 1 Nr. 3 u. 4 HGB sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die berichtspflichtigen Aspekte haben oder haben werden. Weitere Informationen zu Compliance

und zum Risikomanagement finden sich im Geschäftsbericht 2019/2020.

In der Berichtsperiode wurde ein Risiko neu aufgenommen und kein Risiko gelöscht, sodass 62 Einzelrisiken (2018/2019: 61 Einzelrisiken) geführt werden, wovon 20 Einzelrisiken als High-Priority-Risiko eingestuft wurden (2018/2019: 19). Davon sind im Nachhaltigkeitskontext die folgenden High-Priority-Risiken zu nennen:

- Finanzplanung abhängig vom sportlichen Erfolg (Sportliche Höchstleistung)
- Verlust des Spielerkaders durch Reiseunglück, Unfall, Terror (Sportliche Höchstleistung)
- Ausfallzeiten von Lizenzspielern (Sportliche Höchstleistung)
- Vereinswechsel von Leistungsträgern (Sportliche Höchstleistung)
- Einstellung des Spielbetriebs (Sportliche Höchstleistung)
- Volumen der Spielergehälter (Sportliche Höchstleistung)
- Zunehmende Gewaltbereitschaft / Persönliche Diffamierungen im Fußball (Fangemeinschaft und Fanverhalten)
- Rechtsextremismus (Vielfalt und Antidiskriminierung)
- Ausbruch von Epidemien/Pandemien (Gesundheit und Arbeitssicherheit/ Besuchersicherheit)
- Gebühren zur Absicherung der Spielveranstaltungen (Besuchersicherheit)
- Katastrophe im Stadion während Veranstaltungen (Besuchersicherheit)
- Bauliche Mängel im SIGNAL IDUNA PARK (Besuchersicherheit)
- Folgeschäden des Bergbaus (Besuchersicherheit)
- Social Media/Soziale Netzwerke (Medien und soziale Netzwerke)
- Schutz vertraulicher Daten (Regeltreue und Risikomanagement)
- Financial Fairplay (Regeltreue und Risikomanagement)



103-1
103-2
103-3

Marke BVB

Konzept und Ziele

Borussia Dortmund ist ein intensives Erlebnis. Schwarzgelb steht überall auf der Welt für Borussia Dortmund, unser Zuhause. Wir tragen die Tugenden und Werte unserer Borussia mit Stolz in die Welt und befeuern zusammen die stärkste Gemeinschaft im Fußball mit echter Liebe. Der BVB vergisst nie seine Herkunft und bietet im Kern das intensive Fußballerlebnis. So haben wir nicht einfach ein Stadion, wir haben eine Heimat mitten in Dortmund. Diese tiefe Verwurzelung soll man spüren, und so sind unsere Fans der wichtigste Bestandteil dieses unvergleichlichen Erlebnisses.

Die Identität des BVB ist die Entscheidungs- und Handlungsgrundlage für alle Ausprägungen der Marke BVB. Die strategische Markenführung ist daher auch Teil der Unternehmensführung beim BVB. Das ökonomische Ziel: Wir wollen die Marke Borussia Dortmund noch wertvoller machen. Der

BVB soll – auch unabhängig von sportlichen Erfolgen – dauerhaft erste Plätze in den Herzen und Köpfen der Menschen einnehmen. Deshalb wollen wir so viele Menschen so intensiv und so individuell wie möglich erreichen: lokal, regional, national, international.

Maßnahmen und Ergebnisse

Durch die Covid-19-Pandemie wurde uns besonders deutlich vor Augen geführt, wie eng die Marke BVB mit ihren Fans verbunden ist. Und selten zuvor wurde die Fangemeinschaft auch außerhalb des Stadions aktiver gelebt als in Corona-Zeiten. Die Geschichten und Maßnahmen finden sich an allen Stellen dieses Berichts.

Borussia Dortmund gewinnt 2019 zum achten Mal in Serie den Markenmeistertitel und ist die stärkste Vereinsmarke unter den 36 Vereinen der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga.



| Eigener Indikator

Unsere Marke basiert auf vier Kernkompetenzen:

- ▶ **INTENSITÄT.** Durch unsere Intensität schaffen wir dieses unvergleichliche Fußballerlebnis.
- ▶ **BINDUNGSKRAFT.** Durch unsere Bindungskraft ist unser Verein Heimat und Familie für viele Menschen.
- ▶ **ECHTHEIT.** Durch unsere Echtheit schenken uns die Menschen tiefes Vertrauen und echte Liebe.
- ▶ **AMBITION.** Durch unsere Ambition erreichen wir große Ziele und sportliche Erfolge.

Als Konsequenz ergibt sich unser gemeinsames Versprechen: Echte Liebe.

103-1
103-2
103-3

Sponsoren

Konzept und Ziele

Sponsoren und Werbepartner stellen eine wichtige Säule unserer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit dar, die das Fundament für unsere sportlichen Ziele bildet. Die Partner des BVB profitieren von der Teilhabe an dessen Wertekanon und von der kommunikativen Bühne aus medialer Präsenz und besonderer Emotionalität des Umfeldes. Unser Ziel ist es, die wirtschaftlichen Mittel für den sportlichen Erfolg zu generieren und dabei das Einverständnis unserer Fans zu bewahren. Borussia Dortmund achtet sorgsam darauf, dass die eigenen Werte mit denen seiner Partner harmonieren, um eine möglichst grundlegende und damit auch langfristige Bindung zu ermöglichen. Wir wählen unsere Sponsoren nach einem dezidierten Kriterienkatalog und intensiver Prüfung aus.

Maßnahmen und Ergebnisse

Borussia Dortmund wird ab dem Sommer 2020 und erstmals in seiner Geschichte über zwei Trikotsponsoren verfügen, die auch Anteilseigner sind: den Spezialchemiekonzern Evonik und das Telekommunikationsunternehmen 1&1. Evonik öffnet den Weg für das innovative Modell, indem der Konzern seine langjährige Partnerschaft mit dem BVB stärker auf internationale Zielgruppen und Nachhaltigkeitsthemen ausrichtet. In der Folge übernimmt 1&1 als Trikotsponsor im attraktiven Umfeld der Fußball-Bundesliga. Die Zusammenarbeit geht allerdings weit über das klassische Sponsoring hinaus. Vor allem im Bereich Social Media und Content werden künftig gemeinsam

neue Möglichkeiten erschlossen, interessante Zielgruppen nachhaltig zu überzeugen. Die Verträge laufen bis zum 30. Juni 2025.

Auch mit Puma wurde eine Langzeit-Partnerschaft bis zum 30. Juni 2028 besiegelt. Die Ausweitung der bestehenden Kooperation zwischen beiden Unternehmen ist für den BVB ein Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigen Positionierung unter den Spitzenklubs der Bundesliga und den Top 15 in Europa.

„Puma ist seit langer Zeit nicht bloß Ausrüster und Sponsor des BVB, sondern auch ein bedeutsamer Aktionär unseres Klubs. Dies zeigt die enorme Identifikation von Puma und seiner Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Unsere Partnerschaft ist gewachsen und geht weit über eine normale Geschäftsbeziehung hinaus. Unserer gemeinsamen Erfolgsgeschichte möchten wir in den kommenden Jahren ein weiteres Kapitel hinzufügen“, sagt der Vorsitzende der BVB-Geschäftsführung, Hans-Joachim Watzke. Die SIGNAL IDUNA und Opel runden den Kreis der langjährigen strategischen Partner ab.

Durchschnittliche Vertragslaufzeit mit Champion Partnern

5 Jahre



2018/2019: 4 Jahre

| Eigener Indikator

Teil der
Nichtfinanziellen
Erklärung

Nichtfinanzielle Erklärung

102-15 | Der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht wurde gemäß §§ 315b-c HGB i. V. m. §§ 289c-e HGB erstellt und in den Nachhaltigkeitsbericht des BVB integriert. Das Rahmenwerk für den Nachhaltigkeitsbericht sind die Standards der Global Reporting Initiative, Option Kern. Die wesentlichen Themen wurden 2018 nach GRI ermittelt und im Rahmen des jährlichen Reviews aktualisiert. Gemäß den gesetzlichen Vorgaben haben wir die nach GRI ermittelten Themen auf ihre „doppelte Wesentlichkeit“ hin geprüft, ob (I.) entsprechende Angaben notwendig sind, um den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage des Unternehmens zu verstehen und (II.) die Angaben es ermöglichen nachzuvollziehen, wie sich die Geschäftstätigkeit des BVB auf nicht-finanzielle Aspekte auswirkt.

Folgende Themen wurden als doppelt wesentlich eingestuft:

- **Besuchersicherheit**
- **Sportliche Höchstleistung**
- **Medien und soziale Netzwerke**
- **Regeltreue und Risikomanagement**
- **Fangemeinschaft und Fanverhalten**
- **Vielfalt und Antidiskriminierung**
- **Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz**

In Ergänzung zum Vorjahr wurde das Thema Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz als doppelt wesentliches Thema im Sinne des § 289c HGB eingestuft. Dies geschah angesichts der Covid-19-Pandemie aufgrund der Risiken für die Gesundheit der Mitarbeiter*innen im Allgemeinen und für die Mitglieder der Mannschaft, die Trainer und die Betreuer*innen – mit den entsprechenden wirtschaftlichen Auswirkungen für den BVB – im Speziellen. Zu den oben aufgeführten wesentlichen Themen werden die jeweiligen Konzepte inklusive der Due-Diligence-Prozesse und die Ergebnisse der Konzepte dargestellt.

Im Rahmen des Risikomanagements wurden keine wesentlichen Risiken identifiziert, die nach § 289c Abs. 3 S. 1 Nr. 3 u. 4 HGB sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen auf die berichtspflichtigen Aspekte haben oder haben werden.

Gemäß § 289c Abs. 4 HGB ist zu erläutern, wenn berichtspflichtige Themen nicht berücksichtigt werden. Dies betrifft in unserem Fall die Aspekte Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange und Achtung der Menschenrechte. Umweltbelange wie Energie und Klimaschutz, Mobilität, Wasser und Abwasser sowie der Umgang mit Ressourcen sind für den BVB relevante Themen und werden auch entsprechend betrachtet. Nach derzeitiger Einschätzung sind sie aber nicht notwendig, um den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage des Unternehmens zu verstehen.

Gründe dafür sind, dass der BVB, abgesehen von der Zubereitung von Speisen, selbst keine materiellen Güter produziert und die direkten Auswirkungen des Geschäftsbetriebs kein Risiko mit schwerwiegenden Folgen darstellen.

Dies gilt auch für Arbeitnehmerbelange und die Achtung der Menschenrechte. Die Themen Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung, Vielfalt und Chancengleichheit sowie die mit der Lieferkette verbundenen Themen Verantwortlicher Einkauf, Produktsicherheit und -qualität sind zwar für den BVB relevant, aber nach derzeitiger Einschätzung sind sie ebenfalls nicht notwendig, um den Geschäftsverlauf, das Geschäftsergebnis und die Lage des Unternehmens zu verstehen. Gründe für diese Einschätzung hinsichtlich der Arbeitnehmerbelange sind die langfristige Bindung des Führungspersonals auf Direktorenebene und in der Geschäftsführung, die hohe Anzahl von Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen und die Einhaltung der arbeitsrechtlichen Anforderungen.

Für den Aspekt der Achtung der Menschenrechte basiert die Einschätzung auf der Beurteilung, dass für den BVB hier im Wesentlichen der Bezug zur vorgeschalteten Lieferkette besteht und dass ein Großteil der Waren bei nur einem Lieferanten (PUMA SE) bezogen wird, der nachweislich das Risiko einer Missachtung der Menschenrechte aktiv managt. Weiterhin stellen die Geschäftstätigkeiten des BVB für den Aspekt Antikorruption aus Sicht des BVB kein Risiko mit schwerwiegenden negativen Auswirkungen dar. Regeltreue und Risikomanagement spielen in diesem Zusammenhang die übergeordnete Rolle.

Unser Geschäftsmodell sowie Konzernstruktur, -führung und -strategie sind zusammenfassend auf den Seiten 30 bis 31 und umfassend im Geschäftsbericht beschrieben.

Nichtfinanzielle Erklärung

Prüfvermerk

GRI-Inhaltsindex

Kennzahlenübersicht

Über diesen Bericht

Anhang

102-56 | Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit des gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts

An den Aufsichtsrat der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund

Wir haben den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht, im Folgenden „Bericht“, integriert im Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2019/2020 der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund (im Folgenden „Borussia Dortmund“ oder „Gesellschaft“), nach §§ 315b und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB für den Zeitraum vom 1. Juli 2019 bis 30. Juni 2020, veröffentlicht online unter <https://verantwortung.bvb.de>, einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter von Borussia Dortmund sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der Bericht der Gesellschaft im Zeitraum vom 1. Juli 2019 bis zum 30. Juni 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Gruppenebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Themen und entsprechender Berichtsgrenzen von Borussia Dortmund zu erlangen
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von Borussia Dortmund in der Berichtsperiode
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben zu den berichteten nicht-finanziellen Belangen, einschließlich der Konsolidierung der Daten
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung der Angaben zu Konzepten, Due-Diligence-Prozessen, Ergebnissen und Risiken, die Durchführung von internen Kontrollhandlungen und die Konsolidierung der Angaben verantwortlich sind
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund, für den Zeitraum vom 1. Juli 2019 bis zum 30. Juni 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b und 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Aufsichtsrat von Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund, gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Aufsichtsrat der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>).

Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

Düsseldorf, den 17. August 2020

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Stauder
Wirtschaftsprüfer

Brokof
Wirtschaftsprüferin



102-55 | GRI-Inhaltsindex

GRI-Inhaltsindex in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option „Kern“

Angabe		Seite/Direkte Antwort	Erfüllung	Kommentare		
GRI 101: Grundlagen 2016						
101	Grundlagen	34, 166	●			
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016						
Organisationsprofil	102-1	Name der Organisation	166	●		
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	30, 147	●		
	102-3	Hauptsitz der Organisation	166	●		
	102-4	Betriebsstätten	30	●		
	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	30, 31	●		
	102-6	Belieferte Märkte	30, 147	●		
	102-7	Größe der Organisation	4, 5, 30, 148-149	●		
	102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	72, 119, 124	●		
	102-9	Lieferkette	131, 151	●		
	102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	31, 53, 79, 82, 89, 141, 151	●		
Strategie	102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	152	●		
	102-12	Externe Initiativen	37	●		
	102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	37	●		
Ethik und Integrität	102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	6	●		
	102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	28, 34, 36, 152, 157	●		
Unternehmensführung	102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	28, 36, 39, 97, 107, 152	●		
	102-18	Führungsstruktur	30	●		
Einbindung von Stakeholdern	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	32	●		
	102-41	Tarifverträge	Keine	●		
	102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	32	●		
	102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	33	●		
	102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	35	●		
	Vorgehensweise bei der Berichterstattung	102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	30	●	
		102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	34, 166	●	
		102-47	Liste der wesentlichen Themen	35	●	
		102-48	Neudarstellung von Informationen	34, 166	●	
		102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	34, 166	●	
102-50		Berichtszeitraum	166	●		
Wesentliche Themen (Topics)	102-51	Datum des letzten Berichts	166	●		
	102-52	Berichtszyklus	166	●		
	102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	166	●		
	102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	166	●		
	102-55	GRI-Inhaltsindex	160	●		
	102-56	Externe Prüfung	158, 166	●		
Wirtschaftliches Handeln						
Unsere ökonomische Leistung						
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	147	●		
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	76, 80, 147	●		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 147	●		
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	4, 148-149	●		
	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	152	●		
	201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	Keine	●		
		Zuschauerzahlen	128	●	Eigener Indikator	
		Dauerkartenbesitzer	107, 111	●	Eigener Indikator	
	Umsatzentwicklung und Anteile	148	●	Eigener Indikator		
	Ticketpreise	77	●	Eigener Indikator		
Wirtschaftsfaktor in der Region						
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	150	●		
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	150	●		
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 150	●		
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016	203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	97 ff, 150	●		
	203-2	Erhebliche indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	5, 58, 97-98, 100, 102, 115, 150	●	Stiftung	

Für den Materiality Disclosures Service prüfte GRI Services, ob der GRI-Inhaltsindex klar dargestellt ist und die Referenzen für die Angaben 102-40 bis 102-49 mit den entsprechenden Abschnitten im Berichtsteil übereinstimmen.

Erfüllung: ● voll, ● teilweise, ○ nicht

GRI-Inhaltsindex in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option „Kern“

Verantwortlicher Einkauf					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	151	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	151	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 151	●	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016	204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	151	○	Wird künftig ermittelt. Derzeit: Anzahl der Lieferanten
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016	308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	151	●	
	308-2	Negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	153	●	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016	414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	151	●	
	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	151, 153	●	
Regeltreue und Risiken					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	152	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	152	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 152	●	
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016	205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	31	●	
	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	127	○	Eingeschränkt im Bereich Ordnerschulung
	205-3	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	Keine	●	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Keine	●	
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016	307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	Keine	●	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016	415-1	Parteispenden	Keine	●	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen, Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	111, 153	●	
Marke BVB					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	154	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	154	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 154	●	
		Sympathie-Ranking TU-Braunschweig	154	●	Eigener Indikator
Sponsoren					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	155	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	155	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 155	●	
		Vertragslaufzeit	155	●	Eigener Indikator
Sportliche Entwicklung					
Nachwuchsförderung					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	141	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	91, 92-94, 95, 141	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 90, 141	●	
		Anzahl der in das Profigeschäft überführten Jugendlichen	143	●	Eigener Indikator
		Kinder und Jugendliche in der Fußballakademie	142	●	Eigener Indikator
Sportliche Höchstleistung					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	144	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	84, 87, 144	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	84, 36, 37, 144	●	
		Tabellenplatz, Punkte aus Ligabetrieb	4, 144	●	Eigener Indikator
Ökologische Verantwortung					
Energie und Klimaschutz					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	133	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	66, 69, 133	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 133	●	
GRI 302: Energie 2016	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	5, 134	○	Strom, Gas, Wärme, Kraftstoffverbrauch
	302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	66	○	
	302-3	Energieintensität	5, 134, 135	●	
	302-4	Verringerung des Energieverbrauches	134	●	
	302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen		○	Nicht erfasst
GRI 305: Emissionen 2016	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	134	●	
	305-2	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	134	●	
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	135	○	Noch nicht erfasst
	305-4	Intensität der THG-Emissionen	5, 134	●	
	305-5	Senkung der THG-Emissionen	66, 69, 133-136	○	

Erfüllung: ● voll, ● teilweise, ○ nicht

GRI-Inhaltsindex in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option „Kern“

Mobilität					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	136	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	136	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 136	●	
		An- und Abreise der Fans	136	●	Eigener Indikator
		Kraftstoffverbrauch Fahrzeugflotte	136	●	Eigener Indikator
Wasser und Abwasser					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	137	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	137	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 137	●	
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018	303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	137	●	
	303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	137	●	
	303-3	Wasserentnahme	137	●	
	303-4	Wasserrückführung	137	○	
Umgang mit Ressourcen					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	138	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	70-71, 138	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 138	●	
GRI 306: Abfall 2020	306-1	Abfallerzeugung und wesentliche Auswirkungen	138	●	
	306-2	Management der wesentlichen abfallbezogenen Auswirkungen	70-71, 138	●	
	306-3	Erzeugter Abfall	5, 139	●	
	306-4	Abfall zur Verwertung	5, 71, 139	●	
	306-5	Abfall zur Entsorgung	139	●	
Soziale Verantwortung					
Fans, Mitglieder und Gesellschaft					
Identität und Tradition					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	107	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	60, 107, 108	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 107	●	
		Anzahl der Dauerkarten	107	●	Eigener Indikator
Fangemeinschaft und Fanverhalten					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	110	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	46, 50, 110	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 51, 110	●	
		Vorkommnisse von Rassismus, Diskriminierung und Gewalt	111	●	Eigener Indikator
		Anzahl der Fanclubs und Mitglieder	5, 48	●	Eigener Indikator
Vielfalt und Antidiskriminierung					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	112	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	52, 54-57, 109, 112	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 112	●	
		Erinnerungsprojekte und historisch-politische Bildungsarbeit	113	●	Eigener Indikator
Stiftung „leuchte auf“					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	114	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	58, 114	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36-37, 114	●	
		Spendenerträge	115	●	Eigener Indikator
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016	413-1	Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	114-115	●	
	413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	Keine	●	
Medien/ Soziale Netzwerke					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	116	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	61, 116	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 116	●	
		Anzahl der Follower	117	●	Eigener Indikator
Mitarbeiter					
Beschäftigung					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	72, 119	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	73, 74, 119	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 119	●	
GRI 401: Beschäftigung 2016	401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	72, 119-120	●	
	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	72, 120	●	
	401-3	Elternzeit	119-120	●	

Erfüllung: ● voll, ● teilweise, ○ nicht

GRI-Inhaltsindex in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option „Kern“

Arbeitsicherheit und Gesundheitsschutz					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	122	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	122	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 122	●	
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018	403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	122	●	
	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	122	●	
	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	123	●	
	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	75, 126	●	
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	126	●	
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	122-123	●	
	403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	122, 128	●	
	403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	123	●	Alle
	403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen		○	Nicht erfasst
	403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	165	●	
Aus- und Weiterbildung					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	121	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	121	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 121	●	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten		○	Noch nicht erfasst
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	74, 75, 121	●	
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	75, 121	●	
		Anzahl der Auszubildenden	121		Eigener Indikator
Vielfalt und Chancengleichheit					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	124	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	124	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 124	●	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016	405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	124	●	
	405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	124	●	
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016	406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	120, 124	●	
Produktverantwortung					
Besuchersicherheit					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	126	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	64, 126	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 126	●	
GRI 410: Sicherheitspraktiken 2016	410-1	Sicherheitspersonal, das in Menschenrechtspolitik und -verfahren geschult wurde	5, 126	●	Im Rahmen der Ordnerschulung
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	111, 126	●	
	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	111	●	
Stadionqualität					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	128	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	128	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 128	●	
		Kapazitätsauslastung Stadion	128	●	Eigener Indikator
Servicequalität					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	129	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	78, 129	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 78, 129	●	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Keine	●	
	417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	Keine	●	
		Benotung des Service	129		Eigener Indikator
Produktsicherheit und Produktqualität					
GRI 103: Managementansatz 2016	103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen	130, 131	●	
	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	130, 131	●	
	103-3	Beurteilung des Managementansatzes	34, 36, 37, 130, 131	●	
		Retourenquote	131	●	Eigener Indikator
		Auslastung Logen	131	●	Eigener Indikator
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016	417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	131	●	
	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	Keine	●	

Erfüllung: ● voll, ● teilweise, ○ nicht

Kennzahlenübersicht

Wirtschaftliches Handeln	Wert 2017/2018	Wert 2018/2019	Wert 2019/2020	GRI-Index
Eigenkapital	343.585 TEUR	354.919 TEUR	305.447 TEUR	201-1
Umsatzerlöse	316.427 TEUR	370.256 TEUR	370.196 TEUR	201-1
Bruttokonzerngesamtleistung	536.043 TEUR	489.524 TEUR	486.884 TEUR	201-1
Operatives Ergebnis (EBITDA)	137.306 TEUR**	115.983 TEUR	62.992 TEUR	201-1
Konzernüberschuss/-fehlbetrag	31.705 TEUR**	17.391 TEUR	-43.953 TEUR	201-1
Ergebnis je Aktie	0,34 €**	0,19 €	-0,48 €	201-1
Anzahl der Aktien (in Tsd.)	92.000	92.000	92.000	201-1
Durchschnittliche Zuschauerzahl pro Heimspiel	79.864	80.314	80.592	Eigener Indikator
Heimspieltage im Kalenderjahr	2017: 25	2018: 24	2019: 23	203-2
Anteil der Lieferanten bei Event & Catering aus NRW	59 %	43 %	80 %	204-1
Lieferantenbesuche vor Ort	26	nicht ermittelt	nicht ermittelt	414-1
Negative soziale Auswirkung in der Lieferkette	keine	keine	keine	414-2
Bestätigte Korruptionsfälle	keine	keine	keine	205-3
Verfahren wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens	keine	keine	keine	206-1
Platzierung Markenmeisterschaft TU-Braunschweig	Platz 1	Platz 1	Platz 1	Eigener Indikator
Durchschnittliche Vertragslaufzeit mit Champion Partnern	3 Jahre	4 Jahre	5 Jahre	Eigener Indikator
Sportliche Entwicklung	Wert 2017/2018	Wert 2018/2019	Wert 2019/2020	GRI-Index
Tabellenplatz Fußball-Bundesliga	4	2	2	Eigener Indikator
Erzielte Punkte	55	76	69	Eigener Indikator
Qualifikation Champions League	Ja	Ja	Ja	Eigener Indikator
Anzahl der Jugendspieler im Nachwuchszentrum	190	190	178	Eigener Indikator
Anzahl der Deutschen Meisterschaften im A- und B-Jugendbereich	14	15	15	Eigener Indikator
Anzahl der Nachwuchsspieler mit Lizenzverträgen für 1. und 2. Ligen	12	8	5	Eigener Indikator
Anzahl der Kinder aus Fußballakademie, die in ein NLZ aufgestiegen sind	nicht ermittelt	32	48	Eigener Indikator
Ökologische Verantwortung	Wert 2017	Wert 2018	Wert 2019	GRI-Index
Stromverbrauch innerhalb der Organisation	19,2 GWh*	20,8 GWh*	20,4 GWh*	302-1
Energieintensität pro Stadionplatz und Saison	235,9 kWh*	255,7 kWh*	250,3 kWh*	302-3
Energieintensität pro Heimspiel	767.752 kWh*	866.976 kWh*	885.436 kWh*	302-3
Energiemenge eingespeist durch PV-Anlage auf SIP	521.000 kWh*	485.000 kWh*	467.000 kWh*	302-4
Intensität der THG-Emissionen pro Stadionplatz und Saison	42,1 kg CO ₂ *	45,0 kg CO ₂ *	41,6 kg CO ₂ *	305-4
Intensität der THG-Emissionen pro Heimspiel	137,0 t CO ₂ *	152,5 t CO ₂ *	147,2 t CO ₂ *	305-4
Reduktion von THG-Emissionen durch den Bezug von Ökostrom	3.931 t CO ₂ *	4.530 t CO ₂ *	4.007 t CO ₂ *	305-5
Wasserentnahme	60.889 m ³ *	49.487 m ³ *	97.250 m ³ *	303-3
Kraftstoffverbrauch Fahrzeugflotte	249.603 l*	286.606 l*	293.064 l*	Eigener Indikator
Bahnkilometer der Mitarbeiter	355.320 km*	375.680 km*	523.863 km*	Eigener Indikator
Erzeugter Abfall (ohne Lebensmittel)	448 t*	498 t*	535 t*	306-3
Gesamtmenge Speisereste	188,5 m ³ *	172,0 m ³ *	202,4 m ³ *	Eigener Indikator

* Diese Kennzahlen beziehen sich nicht auf das Geschäftsjahr sondern auf das jeweilige Kalenderjahr.
 ** Veränderung der Vorjahresposten. Vergleiche auch Konzernanhang, Korrektur gemäß IAS 8.

Soziale Verantwortung: Fans und Mitglieder	Wert 2017/2018	Wert 2018/2019	Wert 2019/2020	GRI-Index
Anzahl der Dauerkarten	55.000	55.500	55.500	Eigener Indikator
Anzahl der Fanclubs	827	862	952	Eigener Indikator
Anzahl der Vereinsmitglieder	> 150.000	> 151.000	> 150.000	Eigener Indikator
Spendenerträge Stiftung	273.958,76 €	470.947,14 €	ca. 380.000,00 €	Eigener Indikator
Strafen für das Fehlverhalten der BVB-Fans	111.000 €	355.000 €	137.125 €	419-1
Anzahl der strafbaren Großhandlungen	13	12	6	Eigener Indikator
Anzahl Follower in sozialen Netzwerken	25,8 Mio.	29,1 Mio.	35,9 Mio.	Eigener Indikator
Soziale Verantwortung: Mitarbeiter*innen	Wert 2017/2018	Wert 2018/2019	Wert 2019/2020	GRI-Index
Anzahl der Mitarbeiter*innen zum Stichtag 30. Juni	790	849	879	102-8
Anzahl der Mitarbeiter*innen im Saisondurchschnitt	804	833	902	102-8
Altersdurchschnitt der Mitarbeiter*innen	33,4 Jahre	33,9 Jahre	34,1 Jahre	102-8
Verhältnis Frauen / Männer in der Mitarbeiterschaft	33,8 w/66,2 m %	31,7 w/68,3 m %	31,2 w/68,8 m %	102-8
Mitarbeiterfluktuation	12,30 %	12,50 %	18,95 %	401-1
Anzahl der Mitarbeiter*innen in Elternzeit	17	14	26	401-3
Anzahl der krankheitsbedingten Ausfalltage	2.971,5	2.709	2.423	403-10
Krankheitsquote	1,5 %	1,4 %	1,2 %	403-10
Anzahl der Auszubildenden	12	14	12	102-8
Ausbildungsquote	1,52 %	1,65 %	1,37 %	Eigener Indikator
Übernahmequote	80 %	kein Abschluss	60 %	Eigener Indikator
Anzahl der Diskriminierungsvorfälle	Keine	Keine	Keine	406-1
Soziale Verantwortung: Produktverantwortung	Wert 2017/2018	Wert 2018/2019	Wert 2019/2020	GRI-Index
Durchschnittliche Anzahl der Ordner an Spieltagen	750	720	720	Eigener Indikator
Non-Compliance-Vorfälle zu Produkt- und Service-Informationen	keine	keine	keine	417-2
Non-Compliance-Vorfälle zu Marketing oder Kommunikation	keine	keine	keine	417-3
Retourenquote im Merchandising	5,43 %	8,68 %	7,44 %	Eigener Indikator
Benotung der Servicequalität	nicht ermittelt	1,7-1,8	1,7-1,8	Eigener Indikator
Auslastung der Logen	100 %	100 %	100 %	Eigener Indikator



Über diesen Bericht/Impressum

102-1
102-3

Herausgeber:

Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA
Rheinlanddamm 207-209
44137 Dortmund
Tel.: 02 31 - 90 20 0
Fax.: 02 31 - 90 20 4105
E-Mail: service@bvb.de
Internet: www.bvb.de

Die Online-Version dieses Berichts finden Sie unter: <https://verantwortung.bvb.de>

102-53

Anlaufstelle für Fragen:

Fragen bezüglich dieses Berichtes und der Nachhaltigkeitsstrategie richten Sie bitte schriftlich an: verantwortung@bvb.de

102-53

Konzept, Gestaltung und Realisation:

Kugelfisch Kommunikation GmbH, Essen
www.kugelfisch.ruhr
RKDS Partners, Frankfurt, Basel, Essen
www.rkds-partners.com

Bildnachweis

Bildmaterial Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Grafik Seite 50: K-werk Kommunikationsdesign, Bildmotiv Seite 54: Tobias Hüsing, Grafiken Seite 91 & 94: KNSK Werbeagentur GmbH

101
102-54
102-49
102-52
102-48

Hinweise

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt. Der vorliegende Bericht ist der vierte von Borussia Dortmund in einem jährlichen Berichtzyklus. Zur Berichterstattung des Vorjahres hat sich der Bezugsrahmen nicht verändert. Eine Übersicht der behandelten GRI-Angaben findet sich auf den Seiten 160-163.

102-50

Berichtszeitraum ist die Saison 2019/2020. Die Angaben beziehen sich, soweit nicht explizit anders erwähnt, auf den Zeitraum vom 1. Juli 2019 bis 30. Juni 2020.

Externe Begleitung

102-56

Die Berichtserstellung und die damit verbundenen internen Prozesse zur Nachhaltigkeitsstrategie, zum Managementansatz und zur Datengenerierung wurden von Kugelfisch Kommunikation/RKDS Partners begleitet.

Eine externe Prüfung seitens der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG erfolgte für die Nichtfinanzielle Erklärung. Der Prüfvermerk findet sich auf den Seiten 158-159.

Redaktionelle Hinweise

102-51

Redaktionsschluss für diesen Bericht war der 30. Juni 2020. Darüber hinaus wurden wesentliche Entwicklungen bis zum 30. August 2020 berücksichtigt. Hierauf wird im Text explizit hingewiesen. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht erschien für die Saison 2018/2019 am 31. Oktober 2019.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im vorliegenden Bericht teilweise auf eine geschlechterspezifische Differenzierung verzichtet und dann die männliche Bezeichnung gewählt. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichstellung grundsätzlich für alle Geschlechter.

Systemgrenzen

102-46

Für die Finanzkennzahlen gilt der Konsolidierungskreis der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA. Bei den Umweltkennzahlen wurden die Repräsentanzen in Singapur und Shanghai sowie die lokalen Fanshops nicht berücksichtigt.

Fortschritte auf einen Blick

Ökologie

Ziel erreicht: Mit Strom09 unseres Partners LichtBlick seit 2013 über 81.365 t CO₂ eingespart

CO₂-Kompensation der Flugreisen der Mannschaft

Über PV-Anlage im SIGNAL IDUNA PARK 2019 467.000 kWh Strom eingespeist

Mehrwegbecher im Stadion eingeführt

LED-Stadionflutlicht installiert

Konzeption eines Radleasingangebots für Mitarbeiter*innen

Insgesamt neun Ladesäulen für E-Autos installiert

Trennung von Kartonagen und Plastikbechern im Stadion

ifeu-Institut hat die Studie zur Stoffstromanalyse im Stadion durchgeführt

Keine Kunststoffdeckel zum Coffee to go im Stadion

Keine Kunststoffstrohalme im VIP-Bereich

Currywurst im Stadion mit Holzgabeln

Biodiversität: Naturnahe Umgestaltung von Grünflächen im Umfeld des Stadions

Verwertung der nicht vermeidbaren Lebensmittelabfälle in einer 20 km entfernten Biogasanlage

Mitarbeiter*innen haben 2019 523.863 Bahnkilometer klimaneutral zurückgelegt (2018: 375.680 km)

Bienenklappen auf der Südtribüne des SIGNAL IDUNA PARK

Soziales

deutlich mehr als 150.000 Vereinsmitglieder

64.000 Fanclub-Mitglieder in 952 Fanclubs weltweit

Teilnahme am World Holocaust Forum

879 Mitarbeiter zum Stichtag 30. Juni 2020

BVB-Stiftung „leuchte auf“: rund 380.000 Euro Spendenerträge in 2019/2020

35.900.000 Follower in sozialen Medien

Unterstützung der Nachhaltigkeits-Kampagne „Ziele brauchen Taten“

Schutzkonzept „sexualisierte Gewalt“ konzipiert und etabliert

Schaffung eines sicheren Rückzugsortes im Stadion (Panama-Konzept)

Modellstandort für das Projekt Vielfalt im Stadion, Zugang, Schutz und Teilhabe gemeinsam mit der Kofas (Kompetenzgruppe Fankulturen und sportbezogene soziale Arbeit)

> 1.400 erreichte Personen auf organisierten Veranstaltungen zu Erinnerungsprojekten

Ökonomie

55.500 Dauerkarten verkauft - Nachfrage nach mehr als 80.000 weiteren Dauerkarten

Umsätze transferbereinigt: 370,2 Mio. Euro

Eigenkapital der KGaA: 305,4 Mio. Euro

3,7 Mio. Euro in die Instandhaltung des SIGNAL IDUNA PARK investiert

Auslastung Logen: 100 %

Durchschnittliche Vertragslaufzeit mit Champion Partnern: 5 Jahre

Entwicklung von Nachhaltigkeitspartnerschaften