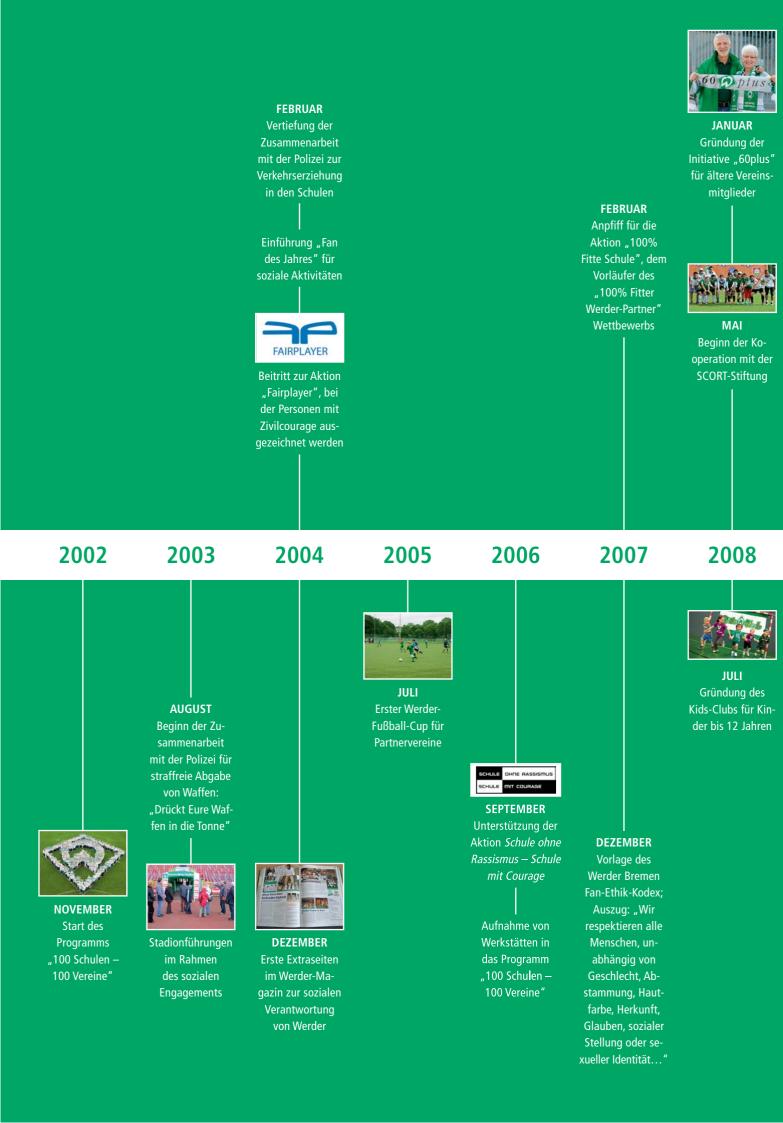


# NACHHALTIGKEITSBERICHT 2015





**JANUAR** Start des **Programms** "SV Werder goes Ehrenamt" zur Förderung des bürgerschaftlichen Engagements in der Region in Kooperation mit dem Verein für Innere Mission Bremen



Gründung der Windel-Liga zur Förderung der **Entwicklung von** Kleinkindern in Kooperation mit der AOK Bremen/ Bremerhaven



**FEBRUAR** Projektstart für das Fußballtraining mit Blinden und Sehbehinderten



MÄRZ Einführung der CSR-Marke WER-DER BEWEGT -**LEBENSLANG** 

MAI Start des Ausbildungsprojekts "Young Coach" für den Behindertenfußball

MÄRZ **Erstes inklusives** WERDER BEWEGT-Camp für Kinder mit und ohne **Behinderung** 



MAI Teilnahme an den Nationalen Spielen der "Special Olympics" mit dem Handicap-Handball-Team

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

JULI





**AUGUST Finanzierung** von zusätzlichem Sportunterricht in Grundschulen



JUNI Start des betrieblichen Gesundheitsmanagements für Werders Mitarbeiter

JULI Veröffentlichung der Fußballregeln des DFB in leichter Sprache

JULI

Unterzeichnung der Berliner Erklärung "Gemeinsam gegen Homophobie. Für Vielfalt, Respekt und Akzeptanz im Sport"



**OKTOBER** Start des Flüchtlingsprojekts "Bleib am Ball"

**NOVEMBER Erste WERDER BEWEGT Zukunfts**werkstatt



**AUGUST** 

#### **SEPTEMBER**

Aufnahme von jeweils 25 Kindergärten, Grundschulen und sozialen Einrichtungen in das Projekt "100 Schulen - 100 Vereine" (bzw. ab diesem Zeitpunkt: "100% Werder-Partner")

#### **SEPTEMBER**

Einführung eines Ethik-Kodex für Werders Mitarbeiter und Sportler

Start der integrativen Ballschule



### **NOVEMBER**

Start des Projekts SPIELRAUM mit dem neugebauten Bolzplatz in der **Pauliner Marsch** 



**DEZEMBER** Start der Partnerschaft mit der Stiftung "FOOT-

**BALL IS MORE**"

# ÜBER DIESEN BERICHT

Mit dem vorliegenden Tätigkeitsbericht informiert der SV Werder Bremen die breite Öffentlichkeit zum ersten Mal umfassend über die Nachhaltigkeitsaktivitäten seiner CSR-Marke WERDER BEWEGT – LEBENSLANG. Der Erstbericht stellt transparent und kompakt dar, wie der Verein sein gesellschaftliches Engagement gestaltet und seiner sozialen Verantwortung nachkommt. Die erste, umfangreiche Befragung verschiedenster Anspruchsgruppen des SV Werder Bremen im Dezember 2013 ist ein Grundstein für die wesentlichen Berichtsinhalte. Ergänzend zur externen Befragung sind auch die Positionen der Geschäftsleitung bei der Themenwahl eingeflossen.

Der Bericht richtet sich in erster Linie an Fans, Mitglieder und Mitarbeiter des SV Werder Bremen. Sie sind die primären Akteure außerhalb des Fußballplatzes für den Sportverein und das Unternehmen Werder Bremen. Selbstverständlich soll diese Publikation auch große Teile der interessierten Öffentlichkeit erreichen. Der Berichtszeitraum erstreckt sich vorrangig auf die Aktivitäten von WERDER BEWEGT -LEBENSLANG seit der Vorstellung der CSR-Marke im März 2012 bis Ende Dezember 2014. Zum Verständnis einzelner Themen und Projekte sowie der Entwicklung der Marke werden Informationen aus vorherigen Jahren verwendet. Im Vorfeld der Erstellung hat sich der SV Werder Bremen für eine zweijährliche Erscheinungsweise entschieden. Der nächste Bericht wird somit Mitte 2017 veröffentlicht.

Die Berichtsstruktur orientiert sich am Selbstverständnis des SV Werder Bremen und umfasst drei Dimensionen des nachhaltigen Handelns als Bestandteil der eigenen Unternehmenskultur. So ist der Hauptteil des Berichts in die Kapitel Menschen, Umwelt und Wirtschaft aufgeteilt. Für eine einfache Lesbarkeit wird durchgehend die maskuline Form für Personenbezeichnungen verwendet (zum Beispiel "Mitarbeiter"). Damit sind gleichermaßen männliche und weibliche Personen gemeint.

Die Berichterstattung erfolgt in Anlehnung an die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version G4.

# **INHALT**

VORWORT	2
AUF EINEN BLICK Zahlen und Fakten, die bewegen	3
WERDER BEWEGT – LEBENSLANG Entstehung einer Marke	4-5
MENSCHEN SV steht für soziale Verantwortung	6-15
UMWELT Grün ist mehr als unsere Traditionsfarbe	16-21
WIRTSCHAFT Hanseatisch innovativ	22-29
UNSERE BOTSCHAFTER	30-31
IMPRESSUM	32

### **VORWORT**



Anne-Kathrin Laufmann
Direktorin CSR und Fanbetreuung



Klaus-Dieter Fischer Ehrenpräsident und Ehrenbotschafter



Dr. Hubertus Hess-Grunewald Präsident und Geschäftsführer

Der SV Werder Bremen ist weit mehr als ein Bundesligaverein. Allein die über 100 Sponsoren, 350 sozialen Partner, 600 Fanclubs, 37.000 Mitglieder und 6 Millionen Fans weltweit zeigen, wie Werder bewegt. Unser Verein ist Partner, Identifikationsfigur, Familie, Ausgleich – für viele einfach ein zweites Zuhause. Man kann an dieser Stelle gar nicht alle Facetten aufzählen. Sicher ist jedoch, dass wir im Fokus stehen und sich daraus eine soziale Verantwortung ergibt.

Diese haben wir 2002 erkannt und mit dem Projekt "100 Schulen – 100 Vereine" unser gesellschaftliches Engagement begonnen. Gemeinsam mit unseren Partnern fördern wir seitdem den Sport in der Region und setzen uns für Themen wie Fairplay, Antidiskriminierung und Gewaltprävention ein. Damit übernehmen wir eine Vorreiterrolle in der Bundesliga. Auch die weiteren Projekte wie SV Werder goes Ehrenamt oder 60plus haben Vorbildfunktionen weit über den Sport hinaus, weil sie die Zusammenarbeit von und mit Menschen aller Generationen und sozialen Schichten fördern. Und deshalb engagieren wir uns aus voller Überzeugung. Hinter dem Corporate Social Responsibility-Gedanken stehen wir als gesamtes Unternehmen. Ganz wichtig daher, dass wir unser Engagement nicht nur nach außen tragen, sondern im inneren Zirkel damit anfangen. Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber, der seinen Mitarbeitern beispielsweise ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement anbietet.

Wir werden oft gefragt, was wir mit unserem sozialen Engagement bezwecken. Die Antwort liegt auf der Hand: Werder Bremen ist die Erfolgsgeschichte einer ganzen Region und fühlt sich dieser als Sportverein und Wirtschaftsunternehmen eng verbunden. Wir wissen, dass jede Marke an Wert verliert, wenn sie keine Verantwortung für ihr Umfeld, den Schutz natürlicher Ressourcen, ihre Fairness als Wirtschaftspartner und den Umgang mit sozialen und ethischen Standards übernimmt.

Starke Marken gehen mit eigenen Vorstellungen als Vorbild voran – Werder Bremen ist eine starke Marke mit hohem Wiedererkennungswert! Dass das so bleibt, ist unser Ziel und für uns persönlich eine Herzensangelegenheit.

Unternehmerische Verantwortung in die Tat umzusetzen ist kein abgeschlossener Weg, sondern eine spannende Herausforderung über viele Jahre hinweg. Wir möchten dies am Beispiel unseres Engagements für den Klimaschutz erläutern. Wir haben als einer der ersten Bundesligisten ein Verkehrskonzept umgesetzt, bei dem die Eintrittskarten zugleich die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in Bremen und Niedersachsen ermöglichen. Das ist bereits ein Schritt in die richtige Richtung, auf der anderen Seite sehen wir in Bezug auf ökologische Gesichtspunkte aber auch noch Verbesserungsmöglichkeiten. Deshalb haben wir uns entschlossen, erstmals einen CO2-Fußabdruck für eine gesamte Bundesligasaison zu erheben. Mit den Ergebnissen wird es möglich sein, unsere Umweltmaßnahmen weiter zu optimieren.

Unsere Stärke liegt in der Umsetzung sozialer Projekte. Hier sehen wir auch in der Zukunft Werder Bremen als Bindeglied zu den Menschen in unserer Region. Bewegungs- und Ernährungsangebote für Schulen und Vereine erhöhen die Chancengleichheit und sind ein wichtiger Baustein für eine solidarische Gesellschaft. Gleiches gilt für das Thema Inklusion. Unsere Kurse für sehbehinderte und blinde Sportler oder das erfolgreiche Projekt "Fußballregeln in leichter Sprache" helfen, Alltagsbarrieren abzubauen.

Auch wenn wir in vielen Bereichen bereits gut aufgestellt sind, bleibt immer noch Luft nach oben. Gerade Themen wie Messbarkeit, Zielerreichung und die systematische Verankerung von CSR für die unternehmerische Wertschöpfung in allen Geschäftsprozessen müssen weiterentwickelt werden. Dabei ist es extrem wichtig, die Balance zwischen wirtschaftlichen Notwendigkeiten und Nachhaltigkeit stets im Auge zu behalten. Frei nach dem Motto WERDER BEWEGT – LEBENSLANG hoffen wir, dass dieser Bericht unseren Fans, Unternehmenspartnern und Sportvereinen in ganz Deutschland inspirierende Einblicke hinter die Kulissen unserer CSR-Marke gibt.

# AUF EINEN BLICK: ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

#### NACHHALTIGKEITSFAKTEN ZUM SV WERDER BREMEN

Werder Bremen verfolgt eine ganzheitliche Sichtweise bei der Planung und Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsaktivitäten. Allen Verantwortlichen ist bewusst, dass Verein und Wirtschaftsunternehmen bei der Umsetzung großen Herausforderungen gegenüber stehen. Sie ergeben sich aus dem Spannungsverhältnis zwischen wirtschaftlichen Notwendigkeiten und theoretischen Ansprüchen von innen und außen. Die langfristige Planung von Nachhaltigkeit entlang des Kerngeschäfts ist das übergeordnete Ziel des Engagements.

Die folgenden Aussagen stellen die vorhandenen Eckpunkte des Nachhaltigkeitsengagements von Werder Bremen dar.

#### Zentrale Kennzahlen: Menschen

- Anzahl Mitarbeiter: ca. 140
- Anzahl Projekte: 20
- Geleistete Arbeitsstunden in Projekten pro Jahr: 22.172
- Anzahl erreichte Personen: ca. 200.000
- Anzahl CSR-Partner: 320

#### Zentrale Kennzahlen: Umwelt (2013)

- CO<sub>2</sub>-Fußabdruck: 15.770 t CO<sub>2e</sub>
- Anzahl Besucher, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu Heimspielen anreisen: 378.000 pro Saison
- Jährlicher Stromverbrauch inkl.
   Stromerzeugung der Mikrogasturbine (MGT): 4.393.526 Kilowattstunden
- Jährliche Stromerzeugung über Photovoltaik: 1.000.000 Kilowattstunden

#### Zentrale Kennzahlen: Wirtschaft

- Preisstabilität: Saison 2008/2009 bis 2014/2015 keine Preiserhöhung für Stehplätze Ostkurve oder Behinderte
- Preisstabilität: Mitte 2010 bis Mitte 2015 keine Preiserhöhung bei Mitgliedsbeiträgen
- Projekt-Budget der CSR-Abteilung: 600.000 Euro pro Saison
- Gesamtbeträge Ausschüttung Werder Bremen Stiftung 2010 bis 2014: 195.000 Euro

#### Auszeichnungen und Preise:

- NordWest Award 2007
   Preis für das Projekt "100 Schulen –
   100 Vereine": Auszeichnung vorbildlicher Projekte, die die regionale Entwicklung und Identifikation fördern und die Region stärken
- Julius-Hirsch-Preis 2008
   Preis für das jahrelange Engagement gegen Diskriminierung, Rassismus und Gewalt
- Diversity-Preis 2012 "Bunter Schlüssel" der Hochschule Bremen Preis für das umfangreiche Engagement im CSR-Bereich. Unter dem Dach der Marke WERDER BEWEGT – LEBENSLANG bietet der Verein vielfältige Aktionen und Initiativen für alle Generationen an und setzt sich für Integration und Toleranz ein
- DFB-Integrationspreis 2012 für soziale Projektarbeit Ehrenpreis für die Vorreiterstellung auf dem Gebiet des sozialen Engagements

### WERDER BEWEGT - LEBENSLANG

#### ENTSTEHUNG EINER MARKE I

### WERDER BEWEGT – LEBENSLANG folgt einer klaren Vision:

Die Marke WERDER BEWEGT – LEBENSLANG bündelt seit 2012 Werders CSR-Aktivitäten. Dieser Meilenstein wurde Schritt für Schritt erreicht und hat eine Vorgeschichte, die eng mit dem Namen des langjährigen Vereinspräsidenten Klaus-Dieter Fischer verbunden ist. Er gab bereits Anfang der 2000er die Marschroute für Werders gesellschaftliches Engagement vor: Mit der Übernahme sozialer Verantwortung durch den Verein soll die Region etwas zurück erhalten. Unter seiner Verantwortung etablierte der Bundesligist eine eigene Abteilung mit zehn festen Mitarbeitern zur Durchführung der Projektarbeit. Obwohl der Arbeitsumfang bereits beträchtlich war,

galt dies nicht für die öffentliche Wahrnehmung der Aktivitäten. Zudem stellte sich auch die Aufgabe, die Nutzbarkeit des Engagements für die eigene Reputation als Wirtschaftsunternehmen und Verein zu stärken. Um Optimierungspotentiale aufzudecken, erfolgte im Jahr 2012 eine strategische Neuausrichtung.

Zunächst galt es, folgende Kernfragen zu beantworten: Warum soll sich Werder Bremen gesellschaftlich engagieren, wo sind die Grenzen des Engagements und welche Wirkung soll erzielt werden?

Die Antworten lieferten Interviews mit Mitarbeitern und externen Unternehmen, eine vergleichende Analyse anderer Bundesligisten und Organisationen sowie die Auswertung wissenschaftlicher Studien zum Thema freiwilliges gesellschaftliches Engagement.

#### Herausgekommen ist eine klare Vision

- Das gesellschaftliche Engagement des SV Werder Bremen geht über soziale Aktivitäten hinaus. Es umfasst auch ökonomische und ökologische Prinzipien entlang des eigenen Kerngeschäfts, integriert die Mitarbeiter und wird unter dem Dach einer wiedererkennbaren CSR-Marke WERDER BEWEGT – LEBENSLANG gebündelt.
- Die Marke verbindet sechs zukunftsrelevante Themenfelder mit dem Unternehmen und Sportverein Werder Bremen und legt großen Wert auf transparente Kommunikation.













#### ENTSTEHUNG EINER MARKE II

- Konkrete Leitbilder helfen dabei, Wirkung und Grenzen des Engagements zu bestimmen. WERDER BEWEGT – LEBENS-LANG will mittelfristig über Partnerschaften mit Unternehmen das finanzielle Volumen der projektorientierten CSR-Arbeit absichern und vergrößern.
- Damit möglichst viele Menschen erreicht werden, transportieren prominente Botschafter aus allen Teilen der Gesellschaft die Ziele und Botschaften von WERDER BEWEGT – LEBENSLANG in den Medien.
- Die Marke ist Vorreiter unter den Bundesligisten sowie bei Unternehmen und strebt Auszeichnungen durch externe Akteure aus dem CSR-Bereich an. Die Verantwortlichen nehmen an Diskussionen und Veranstaltungen zum Thema CSR teil und initiieren eigene Events.

#### Die Umsetzung

Hinter WERDER BEWEGT - LEBENSLANG steht die Abteilung CSR-Management. Sie realisiert Kooperationen auf der Projektebene mit Unternehmen und Sozialpartnern. Ein Großteil der Maßnahmen wird evaluiert, um den Grad der Zielerreichung zu dokumentieren. Die Abteilung gibt Impulse in das Gesamtunternehmen, damit nachhaltiges Handeln Schritt für Schritt alle wesentlichen Unternehmensbereiche erfasst. Das passiert durch die Weitergabe von Know-how über Fortbildungsmaßnahmen und Schulungen. Ein wichtiger Faktor ist die Außendarstellung der eigenen Aktivitäten. Sie ist kreativ und bietet viele Hintergrundinformationen. Der ganzheitliche Ansatz wird auch nach innen verankert. Die Mitarbeiter sind wichtige Kommunikatoren und erleben die Marke durch ein systematisches betriebliches Gesundheitsmanagement.





SV Werder steht nicht nur für Sportverein, sondern auch für soziale Verantwortung. Diesen Gedanken wollen wir nach innen und außen leben. Wir nutzen das große öffentliche Interesse am Bundesligafußball, um Vorbild zu sein. Wenn wir uns bewegen, bewegen wir auch andere. Wir haben unser soziales Engagement strategisch ausgerichtet und koordinieren über eine eigene Abteilung Projekte, die zu unserem Kerngeschäft passen. Wichtig ist uns dabei, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit zu vereinbaren. Mit unserer CSR-Marke WERDER BEWEGT – LEBENSLANG wenden wir uns an alle Interessengruppen des Clubs – ob Mitarbeiter, Mitglieder, Fans, Partnerinstitutionen oder Sponsoren.

#### STATUS QUO

- Das CSR-Management setzt Instrumente zur kontinuierlichen Projektsteuerung ein
- Für unsere Mitarbeiter haben wir ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement eingeführt
- Gewinn des Diversity-Preises für Vielfalt in der Unternehmenskultur

#### **VISION**

Für Sponsoren und Geschäftspartner ist soziale Projektarbeit ein normaler Bestandteil der Zusammenarbeit mit Werder Bremen.



### **MENSCHEN**

#### **UNSERE FANS**

Seit Mai 2013 ist sie besonders durch die Fan-Aktion "ALLEz GRÜN" bundesweit in den Fokus gerückt: die starke Bindung der Werderfans zu ihrem Verein. Geschlossen standen die Fans trotz einiger Tiefschläge hinter der Mannschaft und gemeinsam schafften wir alle den Klassenerhalt. Doch nicht nur aufgrund dieser Aktion können wir sagen, dass wir stolz sind auf unsere Fans. Auf den Rängen des Weser-Stadions, in der Stadt und auswärts in den Stadien der Liga werden Werte wie Toleranz, Fairness und Respekt gelebt. Die Grün-Weißen sind bekannt für ihr Engagement gegen Diskriminierung, Rassismus, Homophobie und Sexismus. Deswegen arbeiten wir im Themenbereich "Lebenslang tolerant" eng mit den Fans zusammen.

Gemeinsam initiieren wir verschiedenste Projekte und Kampagnen, die sich mit dem Entgegentreten gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und der Gewaltprävention beschäftigen. Ein wichtiger Ansatz ist es hierbei, durch das Transportieren eines positiven und



mitfühlenden Menschenbildes nachhaltig Gewalt und Diskriminierung zu bekämpfen. Ein wichtiger Kooperationspartner ist hier die seit 2008 bestehende Antidiskriminierungs-AG der Werderfans. Diese Arbeitsgruppe hat sich zum Ziel gesetzt, Diskriminierung im Fußball öffentlich zu thematisieren, über die Themen zu informieren und Fußballfans für couragiertes Handeln zu sensibilisieren.

Einer der wesentlichen Bestandteile von Werder Bremens Engagement für Integration sowie gegen Gewalt und Diskriminierung ist der 2007 entwickelte Fan-Ethik-Kodex, mit dem sich die Fans klar gegen Gewalt und Diskriminierung bekennen. Inzwischen haben alle offiziellen Werder Fanclubs sowie die Ultragruppierungen die Inhalte des Fan-Ethik-Kodex akzeptiert und unterschrieben.



#### Gelebte Gleichstellung

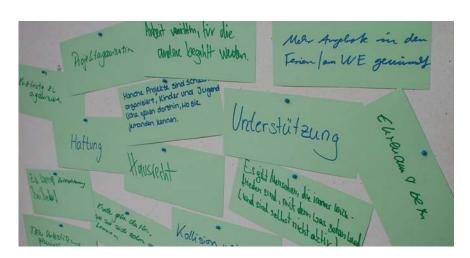
An den Spieltagen – ob auswärts oder bei uns im Weser-Stadion – ist unsere Fanbetreuung stets vor Ort und auch unter der Woche immer für die Fans ansprechbar. Besonders am Herzen liegt uns dabei auch die individuelle Betreuung von gehandicapten Unterstützern des Vereins. Alle Mitglieder der Werder-Familie sollen im Stadion mitfiebern können. Deswegen verfügt das Weser-Stadion selbstverständlich über einen barrierefreien Zugang, Rollstuhlfahrer- und Sehbehindertenplätze.

#### Im Dialog

Wie wichtig der Dialog mit unseren Fans ist, lässt sich auch am Ergebnis unserer 2013 erstmals durchgeführten Stakeholder-Befragung zum gesellschaftlichen Engagement erkennen. Über 50 Prozent aller freiwilligen Antworten wurden von Werderfans beigesteuert. Wir sehen diese Tatsache als Verpflichtung, unser Nachhaltigkeitsengagement im Dialog mit den Fans immer weiterzuentwickeln, wobei unsere Grundsätze "Dialog, Deeskalation und Differenzierung" wichtige Eckpfeiler sind. 2013

sind wir hier neue Wege gegangen: Erstmals fand unsere "WERDER BEWEGT – Zukunftswerkstatt" statt. In enger Zusammenarbeit mit unserer Fanbetreuung wurden mit Fans, Mitgliedern, CSR-Partnern, Ehrenamtlichen und Bürgern der Region Ideen und umsetzbare Vorschläge für CSR-Projekte diskutiert. Weiterhin findet in regelmäßigen Abständen unser Fanbeirat statt, um fanspezifische Themen zu besprechen und Ideen auszuarbeiten.

Außerdem konnten wir in Kooperation mit dem Fan-Projekt und dem Täter-Opfer-Ausgleich Bremen ein Modellprojekt für Stadionverbotler entwickeln. Fans, die erstmalig ein Stadionverbot erhalten haben, erhalten die Möglichkeit, durch Sozialarbeit ihre Strafe zu verkürzen. Mit dieser Maßnahme sollen neue Bewältigungskompetenzen bei den Betroffenen vermittelt und Rückfälle vermieden werden.





# **MENSCHEN**

#### **UNSERE MITGLIEDER**

#### Mitglieder fördern und fordern über Projektarbeit

Der SV Werder Bremen lebt durch seine über 37.000 Mitglieder verschiedenster Generationen. Sie bilden das Fundament des Vereins. Mit WERDER BEWEGT – LEBENSLANG können wir unseren Mitgliedern ungeachtet ihrer wirtschaftlichen Situation oder kulturellen Herkunft eine Plattform für ihre sportlichen und kulturellen Interessen bieten.

#### Windel-Liga

Krabbeln, Turnen, Baby-Schwimmen: In der Windel-Liga fördern wir die Entwicklung unserer jüngsten Mitglieder. Zusammen mit der AOK Bremen/Bremerhaven haben wir dieses Projekt für Kleinkinder Anfang 2009 gegründet. Alle Eltern aus Bremen und der Nordwest-Region können an der Windel-Liga teilnehmen, wenn sie sich bis sechs Wochen nach der Geburt ihres Kindes anmelden. Sie erhalten eine

ermäßigte Mitgliedschaft beim SV Werder Bremen und können zahlreiche Angebote nutzen. Durch den kostengünstigen Zugang ist gewährleistet, dass auch sozial schwach gestellte Familien beim Start in diesen neuen Lebensabschnitt Unterstützung erfahren.



- Etablierung der Windel-Liga als bekanntestes Angebot für junge Familien in Bremen bis Ende 2015
- Steigerung der Teilnahme von sozial benachteiligten Familien um zehn Prozent im Vergleich zu 2013
- Eröffnung eines Eltern-Kind-Cafés





#### Der Kids-Club

Kinder befinden sich bis zum 13. Lebensjahr in einer prägenden Lebensphase. Mit dem Kids-Club haben wir ein Instrument geschaffen, das faires und verantwortungsvolles Handeln sowie eine gesteigerte Bewegungskompetenz fördert.

#### PROJEKTZIELE

- Verbesserung von Verwaltung und Organisation durch interne Umstrukturierung
- Planung zielgenauer Projektaktivitäten
- Steigerung der Projektbekanntheit



### 60plus – eine gezielte Reaktion auf den demografischen Wandel

Als Traditionsverein von 1899 begeistert der SV Werder Bremen Menschen aller Generationen. Um auch unseren älteren Mitgliedern ein attraktives Angebot im Verein anbieten zu können, wurde Anfang 2008 das Projekt 60plus gestartet. 60plus ist für alle Vollmitglieder ab dem 60. Lebensjahr ohne zusätzliche Kosten zugänglich und geht konkret auf die Wünsche und Bedürfnisse seiner älteren Mitglieder ein.

Eine Befragung von rund 1.000 Vollmitgliedern über 59 Jahren ergab, dass Angebote zur gesundheitlichen Prävention, Entspannung und zu altersgerechten Sportaktivitäten gewünscht wurden. Diese Aktivitäten bilden die Grund-

### PROJEKTZIELE

- · Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter
- Kontinuierliche Erweiterung des Angebots
- Ausbau der Partnerkooperationen, um als Vorbild die Chancen des demographischen Wandels für andere deutlich zu machen

lage für das erste Projekt dieser Art in der Bundesliga.

Neben sportlichen Aktivitäten wie Boule, Schach, Tischtennis oder Nordic Walking bieten wir auch kulturelle Veranstaltungen mit Hilfe unserer Kooperationspartner an. So erhalten die 60plus-Mitglieder exklusive Einblicke hinter die Kulissen von Theatern und Bremer Unternehmen, besuchen gemeinsam Museen oder unternehmen Tagesausflüge in der Region.

Als Reaktion auf den demografischen Wandel wollen wir unser Angebot mehr älteren Menschen zugänglich machen und mit unserer Arbeit ein Vorbild für andere Sportvereine sein.

#### **UNSERE MITARBEITER**

#### Mitarbeiter - eine Bank für die Zukunft

Einsatz, Motivation, Leidenschaft: Diese Werte gelten bei Werder nicht nur auf dem Fußballplatz, sondern auch in der täglichen Arbeit unseres gesamten Teams. Denn unser Erfolg ist eine Gemeinschaftsleistung aller 140 Mitarbeiter. Weil wir der Meinung sind, dass dauerhafte Höchstleistungen nur in einem nachhaltigen Umfeld möglich sind, gelten die Werte unseres Nachhaltigkeitsengagements bei den Mitarbeitern im besonderen Maße.

Aus diesem Grund hat Werder Bremen Mitte 2012 ein professionelles betriebliches Gesundheitsmanagement eingeführt. Mit Hilfe einer Mitarbeiterbefragung konnten wir zusammen mit unserem Partner der AOK Bremen/Bremerhaven vielseitige Angebote für die Belegschaft entwickeln. Seitdem können unsere Mitarbeiter beispielsweise in den Werder Krafträumen trainieren, die Fußball- und Tennisplätze rund um das Stadion nutzen oder beim Yoga entspannen. Außerdem werden in verschiedenen Kursen Kompetenzen zur Stressbewältigung und benötigtes Wissen über einen ausgewogenen Lebensstil am Arbeitsplatz vermittelt.



#### PROJEKTZIELE

- Durch das betriebliche Gesundheitsmanagement wollen wir weiterhin das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter f\u00f6rdern und krankheitsbedingten Ausf\u00e4llen vorbeugen
- Bis Ende 2015 überzeugen wir mindestens 50 Prozent unserer Belegschaft davon, die Angebote in Anspruch zu nehmen
- Entwicklung eines Beratungsangebots für betriebliches Gesundheitsmanagement als attraktives Angebot für unsere Sponsoren



#### 100% Werder-Partner



100% Werder-Partner ist heute das größte Kooperationsprojekt von WERDER BEWEGT - LEBENSLANG. Gemeinsam mit über 300 Institutionen engagieren wir uns für Kinder und Jugendliche in Nordwestdeutschland. Der Startschuss für die Initiative "100 Schulen – 100 Vereine" fiel im November 2002. Von über 270 Bewerbern erhielten 100 Schulen und 100 Vereine den Zuschlag für gemeinsame Projektarbeit. Seitdem vermitteln wir zusammen mit unseren Partnern Praxis- und Theoriewissen, wie Bewegung und richtige Ernährung zu einer gesunden Lebensweise führen. Außerdem unterstützen wir Aktionen für Fair Play, Antidiskriminierung und gesellschaftliches Engagement.

Seit den Anfängen ist das Projekt stetig gewachsen. So wurde anlässlich des 111-jährigen Vereinsjubiläums 2010 die Anzahl der Schulen und Vereine auf jeweils 111 aufgestockt und um 25 Ausbildungsbetriebe ergänzt. Zudem arbeiten wir bereits seit 2009 mit Kindergärten, Grundschulen und sozialen Einrichtungen zusammen, die sich alle "100% Werder-Partner" nennen dürfen.

Neben Fortbildungen in den Themenbereichen Ernährung, Sport, Bewegung und Pädagogik bieten wir unseren Partnern auf sie zugeschnittene Angebote an. So können Grundschulen pro Woche eine Doppelstunde zusätzlichen Sportunterricht mit Werder-Trainern in Anspruch nehmen.

Für weiterführende Schulen sowie Ausbildungsbetriebe veranstalten wir Workshops zur Prüfungsvorbereitung. Selbstverständlich sind die Kinder und Jugendlichen auch nah am Verein: Pro Saison darf jeder Partner ein Werder-Heimspiel kostenlos besuchen. Außerdem werden sie regelmäßig zu Stadionführungen und Fußballturnieren eingeladen.



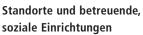
#### **SPIELRAUM**

SPIELRAUM ist ein Projekt von WERDER BEWEGT – LEBENSLANG und unserem Sportausrüster Nike. Gemeinsam mit lokalen Initiativen beleben wir alte Bolzplätze im Bremer Stadtgebiet und machen sie so wieder für Kinder und Jugendliche nutzbar. Über das Kicken wollen wir den Zugang zu ihnen finden und somit die Arbeit mit verschiedenen Partnern unterstützen. Seit 2011 konnten wir bereits fünf Sportplätze in sozial benachteiligten Bezirken neu herrichten. Seitdem finden dort regelmäßige Trai-

ningseinheiten unter der professionellen Aufsicht von Werder-Trainern statt. Außerdem begleiten oftmals sozialpädagogische Betreuer der sozialen Einrichtungen die Einheiten. Mit dem Projekt erreichen wir junge Heranwachsende, die aus unterschiedlichen Gründen nicht den Weg in Sportvereine finden, treiben mit ihnen Sport und vermitteln Werte wie Respekt, Toleranz und Fairness.

Seit 2013 spielen junge Flüchtlinge ohne gesicherten Aufenthaltsstatus im SPIEL-

RAUM-Programm mit. Diese Jugendlichen, oftmals ohne Familie und Begleitperson, werden mit "Bleib am Ball" in das Projekt SPIELRAUM integriert. Die Teilnehmer stammen aus unterschiedlichen Ländern und sprechen kein Deutsch. Begleitet von sozialpädagogischen Betreuern bietet Werder den Flüchtlingen mit "Bleib am Ball" die Möglichkeit, ihre Freizeit aktiv zu gestalten. Die Jugendlichen finden über den Sport Anschluss zu bestehenden Gruppen und lernen, neue Sozialräume zu erschließen.



- Weser-Stadion: Refugio Bremen e.V., ZAST Bremen
- Hemelingen: Jugendhaus Hemelingen
- Huchting: Kinder- und Jugendzentrum "Zuhause für Kinder"
- Neustadt: SOS-Kinderdorf-Zentrum Bremen
- Blumenthal: Caritasverband Bremen-Nord
- Burglesum: ASB Bremen-Nord







#### Scort - The Football Club Social Alliance



Seit Mai 2008 kooperiert der SV Werder Bremen mit der Schweizer Scort Foundation. Hierbei handelt es sich um eine gemeinnützige und politisch unabhängige Stiftung mit Sitz in Basel, die sich für die sportliche Förderung von benachteiligten Kindern und Jugendlichen einsetzt. Mit Hilfe der Partner-Fußballclubs ("The Football Club Social Alliance") realisiert die Stiftung regelmäßig lokale und internationale Projekte.

Weltweit ist die Stiftung hauptsächlich in Krisenregionen und Entwicklungsgebieten wie dem Kosovo, Sudan, Palästina, Sri Lanka, Uganda und Indien aktiv. Ziel der Projekte ist es, die verbindende Kraft des Fußballs dazu zu nutzen, Themen wie Gesundheit, Integration, Frieden und Toleranz zu vermitteln. Um dies zu erreichen bilden professionelle Trainer junge Menschen zu Fußballübungsleitern aus, die als Vorbilder die Entwicklung der Kinder fördern sollen. Zusätzlich sollen sie auf diese Weise zu sozialem Engagement bewegt werden.

Lokal steht insbesondere der Behindertenfußball im Fokus der Arbeit. So reisen die Grün-Weißen jedes Jahr mit Jugendlichen zum "Special Youth Camp" an. In Zusammenarbeit mit den europäischen Partnerclubs wird das Fußballcamp seit 2007 jährlich organisiert. Kinder und Jugendliche mit körperlicher und/oder geistiger Behinderung können an dem einwöchigen Ausflug in die Schweiz und nach Lichtenstein teilnehmen. Neben täglichen Trainingseinheiten stehen Besuche im Kletterpark und im Zoo oder Ausflüge in die Berge auf dem Plan.





#### Inklusion



Inklusion bedeutet, dass jeder Mensch die Möglichkeit erhält, sich gleichermaßen am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen – das gilt natürlich auch im Sport. Deswegen ist es dem SV Werder Bremen ein wichtiges Anliegen, auch Menschen mit geistiger und/oder körperlicher Behinderung die Teilnahme an Sportangeboten zu ermöglichen. Als Bundesliga-Vorreiter im Bereich Inklusion bieten wir seit mehreren Jahren Trainingseinheiten in unterschiedlichen Sportarten für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an. Dabei steht natürlich der Spaß am Sport im Vordergrund. Gleichzeitig trainieren die Teilnehmer ihre kognitiven und motorischen Fähigkeiten und sind durch den Sport in der Gruppe eingebunden.

Werfen, Fangen, Passen: Das sind die Grundelemente der integrativen Ballschule. Hier lernen behinderte und nicht behinderte Erwachsene durch eine spielerische Heranführung an verschiedene Ballsportarten, ihre motorischen, geistigen und sozialen Fähigkeiten zu verbessern. In Kooperation mit dem Verein für Innere Mission und dem Bremer Martinshof hat der SV Werder Bremen 2010 mit Hilfe freiwillig Engagierter das Ballschulangebot ins Leben gerufen.

Ein lautes Rasseln in der Pauliner Marsch lässt so manchen Passanten aufhorchen. Doch für die Blindenfußballer des SV Werder Bremen ist dieses Geräusch völlig normal, schließlich dient es als Orientierung auf dem Fußballplatz. Mit einem guten Gehör, Orientierungssinn und Körperbeherrschung versetzen sie dabei so manchen Zuschauer ins Staunen, denn trotz fehlendem Sehvermögen geht es auf dem Platz zur Sache. Ziel des Trainings ist es, Kinder und Jugendliche bereits im frühen Kindesalter an die Sportart zu gewöhnen, um somit mangelnder Bewegung entgegenzuwirken.

Ein bundesweit einmaliges Vorhaben konnte WERDER BEWEGT - LEBENSLANG mit der Veröffentlichung der "Fußballregeln in leichter Sprache" unterstützen. Die Lebenshilfe Bremen hatte es sich zur Aufgabe gemacht, die offiziellen Fußballregeln des DFB in eine einfache und sehr verständliche Version zu übersetzen. Nach fast zwei Jahren Arbeit konnte das Projekt Mitte 2012 fertiggestellt werden. Durch die Übersetzung haben Menschen mit Leseschwierigkeiten die Möglichkeit, durch erklärende Grafiken und einfaches Deutsch den Fußballsport und seine Regeln besser zu verstehen. Auch die Sepp-Herberger-Stiftung des DFB und die Bundesarbeitsgemeinschaft Werkstätten für behinderte Menschen zeigten sich begeistert von dem Projekt und finanzierten die ersten 10.000 Exemplare des Regelheftes.



# **UMWELT**



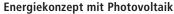


### **UMWELT**

#### DIE PROJEKTE UND ERGEBNISSE VON "LEBENSLANG UMWELTBEWUSST"

#### Transport an Spieltagen

Jede Eintrittskarte für ein Heimspiel des SV Werder Bremen ist gleichzeitig eine Fahrkarte für den öffentlichen Nahverkehr. Mit ihrer Eintrittskarte können Stadionbesucher im gesamten Verbundgebiet der Verkehrsbetriebe Bremen/Niedersachsen mit Bussen, Straßenbahnen und Zügen fahren. Die Kosten für Werder Bremen betragen rund 37.000 Euro pro Spiel und umfassen auch den P+R-Shuttle vom Hemelinger Hafen zum Weser-Stadion und zurück. Eine Besonderheit: Seit November 2009 können Besucher auch die fünf Schiffe der Reederei "Hal över" nutzen. Mit ihnen erreichen bis zu 4.000 Fans pro Heimspiel das Stadion auf dem Wasserweg - das gibt es nirgendwo sonst in Deutschland.



Unter dem Motto "Power für Werder" wurde in Zusammenarbeit mit den Energieversorgern EWE AG und swb AG ein neuartiges Energiekonzept realisiert. Herzstück ist eine hochmoderne Photovoltaik-Anlage, die aus insgesamt 200.000 Solarzellen besteht und sich harmonisch in die Stadionarchitektur einfügt. Die Anlage bedeckt eine Gesamtfläche die größer als zwei Fußballfelder ist und produziert



750.000 bis 800.000 Kilowattstunden Strom im Jahr. Rund 300 Haushalte können damit versorgt werden. Dies entspricht einer Ersparnis von rund 40 Tonnen  $\rm CO_2$  pro Jahr, die bei der herkömmlichen Stromproduktion anfallen würden.

### Ökostromangebot mit EWE AG und swb AG

Gemeinsam mit den Energieversorgungsunternehmen EWE AG und swb AG unterstützen

wir den Umstieg auf Ökostrom. Die Versorger machen ihren Kunden ein außergewöhnliches Angebot: den ersten grün-weißen Strom Deutschlands. Er besteht zu 100 Prozent aus Ökostrom (99 Prozent aus Wasserkraft und 1 Prozent Sonnenstrom vom Dach des Weser-Stadions). Wer den einzigartigen Werder-Strom bezieht, bekommt eine Steckdose im Werder-Look dazu und attraktive Prämien – bei jedem Werder-Sieg und bei jedem Titel. So steigern wir die Attraktivität für Ökostrom!

### Deutscher Meister in der Bundesliga-Tabelle der erneuerbaren Energien

Laut Öko-Ranking des Bundestagsabgeordneten Oliver Krischer (Bündnis 90/Die Grünen) liegt der SV Werder Bremen in der Bundesliga ganz klar vorn. Die Stromerzeugungsanlagen aus erneuerbaren Energien und der Einsatz von Ökostrom machen uns zum unangetasteten Tabellenführer und bringen Werder Bremen den Öko-Meister-Titel 2014/2015 ein.

	EE-Anlagen	Effizienz	Ökostrom	Gesamtpunkte
SV Werder Bremen	17,4	1,0	2,0	11,0
VfB Stuttgart	13,0	1,0	2,0	8,4
TSG Hoffenheim 1899	10,8	2,0	1,0	7,1
Borussia Dortmund	9,6	1,0	2,0	6,4
1. FSV Mainz 05	9,0	2,0	1,0	6,0
SC Paderborn 07	8,4	2,0	2,0	5,8
SC Freiburg	7,8	2,0	2,0	5,5
FC Schalke 04	7,2	2,0	k.A.	4,7
Borussia M'gladbach	6,8	2,0	1,0	4,7
FC Augsburg	6,0	2,0	2,0	4,4
FC Bayern München	6,0	2,0	1,0	4,2
1. FC Köln	5,4	1,0	1,0	3,6
VFL Wolfsburg	0,0	2,0	2,0	0,8
Eintracht Frankfurt	0,0	2,0	2,0	0,8
Hamburger SV	0,0	2,0	2,0	0,8
Hertha BSC	0,0	2,0	2,0	0,8
Bayer 04 Leverkusen	0,0	2,0	2,0	0,8
Hannover 96	0,0	1,0	0,0	0,2
(Quelle: MdR Oliver Krischer)				

(Quelle: MdB Oliver Krischer)

#### SONSTIGE MASSNAHMEN

#### Pfandbechersystem an Spieltagen

Die Ausgabe von Getränken an Spieltagen erfolgt in Pfandbechern, was für einen deutlichen Beitrag zur Müllvermeidung sorgt.

#### Klimafreundliche Papiernutzung

Wir stellen sicher, dass Kataloge, Flyer, Geschäftspapier etc. FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziert sind.

### Teilnahme an der Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit" (2011, 2013, 2014)

In den Jahren 2011, 2013 und 2014 beteiligte sich der SV Werder Bremen aktiv an der Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit" des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs und der AOK.





# Mehrere Mitarbeiterteams der Geschäftsstelle fuhren drei Monate lang regelmäßig mit dem Rad zur Arbeit – zur Förderung der Gesundheit und zum Schutz der Umwelt.

#### Unterstützung und Teilnahme am Klimalauf "Weserhelden" (2012, 2013, 2014)

Für den guten Zweck an der Weser entlang joggen, radeln oder skaten – darum geht es beim Klimalauf "Weserhelden". Der Sponsorenlauf, dessen Erlöse Sport- und Umweltprojekten zugutekommen, wird jedes Jahr vom Sportgarten und dem BUND Bremen organisiert. Der SV Werder Bremen beteiligt sich sowohl mit Sachpreisen als auch aktiv.

#### **Umweltfreundliches Drucken**

Werder Bremen setzt in der Geschäftsstelle umweltfreundliche Wachsdrucker ein.

### Unterstützung der Aktion "Bremen räumt auf" (2013)

Bei dem großen "Frühjahrsputz" machen sich Freiwillige auf den Weg, um die Straßen und Grünflächen ihrer Stadt vom weggeworfenen Müll wie Glas, Papier und Ähnlichem zu befreien. 2013 unterstützte der SV Werder Bremen die Aufräumaktion mit Preisen für eine Verlosung unter allen registrierten, teilnehmenden Schulen, Schulklassen und Kindergärten. Und seit 2010 regelmäßige Unterstützung durch Gutscheine für eine Stadionführung.

#### Entwicklung Erholungsgebiet "Pauliner Marsch"

Werder Bremen sieht sich als Bestandteil des Naherholungsgebiets "Pauliner Marsch" und ist seit mehr als 13 Jahren aktiv im Gremium "Vereine der Pauliner Marsch" vertreten. Innerhalb dieses Gremiums geht es um die Erhaltung des Naherholungsgebietes, des Umweltschutzes sowie der multifunktionalen Nutzung durch Anwohner und Vereine.



#### Mitglied bei B.A.U.M. e.V.

Unter dem Kürzel B.A.U.M. verbindet der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. seit 1984 erfolgreich und zukunftsorientiert ökonomische, ökologische und soziale Fragen, also die Prinzipien der Nachhaltigkeit, miteinander. Heute ist B.A.U.M. mit rund 550 Mitgliedern die größte Umweltinitiative der Wirtschaft in Europa. Neben vielen bekannten Unternehmen sind auch Verbände und Institutionen Fördermitglied und erkennen den B.A.U.M.-Ehrenkodex für umweltbewusste Unternehmensführung an.

### **UMWELT**

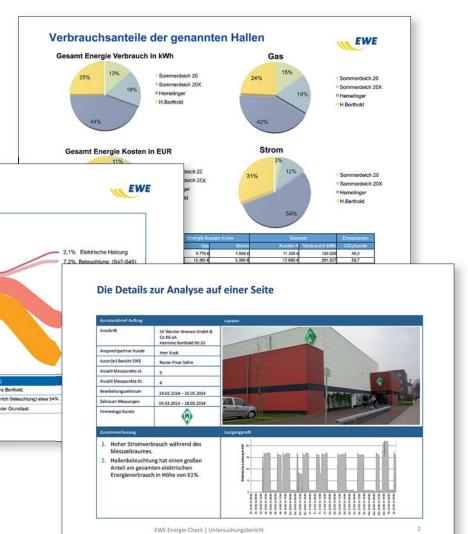
#### ENERGIEEFFIZIENZ IST EIN ZUKUNFTSTHEMA

Der aktive Anspruch an Klimaschutz und steigende Energiepreise sind wichtige Gründe für den SV Werder Bremen, beim Thema Energieeffizienz zu handeln. Darum haben wir mit unserem Partner EWE AG eine Beratung durchgeführt, um offensichtliche Schwachstellen unserer Gebäude bei der Strom- und Wärmeverwendung zu finden.

Darstellung der Energieflüsse HERMINE BERTHOLD HALLE ELEKTRISCH

131.916

Lüftung 49165 kWh/a 37,3% EL Regie 70416kWh/a 53,4% Beleuchtung 9512 kWh/a 7,2%



Im Rahmen der Vor-Ort-Begehung unserer Sporthallen wurden die Gebäudehülle, die Heizungsanlage sowie eingesetzte Anlagentechnik für Lüftung und Klimatisierung untersucht und bewertet.

Folgende Objekte wurden untersucht:

- Klaus-Dieter-Fischer-Halle, Hermine-Berthold-Str. 19/20
- Sporthalle Pauliner Marsch, Sommerdeich 20
- Werder-Halle, Hemelinger Straße 17
- Umkleidegebäude, Sommerdeich 20

Diese Schwachstellen wurden in den genannten Sportstätten gefunden. Sie lassen sich grob in folgende Themen unterteilen:

- Wärmeerzeuger und Energieverteiler wie Heiz- und Brennwertkessel, Lüftungsanlagen und Pumpen sind teilweise nicht auf dem neuesten technischen Stand oder optimiert.
- Die verwendete Beleuchtung ist aus Sicht moderner Anforderungen an Energieeffizienz verbesserungsbedürftig.
- Bei den älteren Sportstätten kann die Dämmung von Gebäudehüllen, Außenwänden und Dächern verbessert werden.
- Energieverbrauch ist auch eine Verhaltensfrage: Das Nutzerverhalten wurde nicht durchgängig als energieeffizient bewertet.

Folgende Verbesserungen sind bereits umgesetzt oder in Planung:

- Durchführung einer eintägigen Hausmeisterschulung im September 2014 mit den Themen: Optimierung der Heizkurve, Höhe der Raumtemperaturen, Lüftungsverhalten, Reduzierung des Stromverbrauchs, Optimierung von elektrischen Antrieben, Optimierung der Beleuchtung, Wassereinsparung
- Senkung des Strom- und Wärmeverbrauchs durch die Nutzung technischer Optimierungsmöglichkeiten der Anlagen

### "MISS ES ODER VERGISS ES" – UNSER CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK

Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ist eine Möglichkeit für uns, unser Engagement für den Klimaschutz systematisch auszubauen. Werder Bremen ist einer der ersten Bundesligisten, der sowohl einen Spieltag als auch eine ganze Saison erfasst hat. Die Analyse haben wir gemeinsam mit unserem Partner EWE AG durchgeführt.

#### Warum tun wir das?

CO<sub>2</sub>-Bilanzen bieten die Möglichkeit, Treibhausgas-Emissionen, die innerhalb eines festgelegten Zeitraums in einem Unternehmen auftreten, zu erkennen und zu bewerten. Sie können damit ein wichtiges Instrument zur Emissionssenkung sein.

#### Wie funktioniert das?

Als Basisjahr für die erste Erfassung ist das Kalenderjahr 2013 festgelegt.

Erfasst werden alle Liegenschaften (d.h. Stadion, Parkplätze und Kassenvorplatz) und die darauf befindlichen Anlagen, die im direkten Einflussbereich der Bremer Weser-Stadion GmbH liegen. Nicht in dieser Bilanz erfasst ist die Photovoltaik-Anlage, die Eigentum der EWE AG ist und Strom direkt in das swb-Netz einspeist. Bei der Messung wird nach drei Geltungsbereichen unterschieden.

#### Geltungsbereich 1 Direkte Emissionen

Direkte Emissionen sind Emissionen, die in Geschäftsbereichen entstehen, die im Besitz der Firma sind oder von der Firma kontrolliert werden.

#### Geltungsbereich 2 Indirekte Emissionen

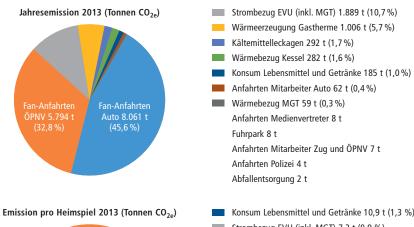
In Geltungsbereich 2 werden die Emissionen bilanziert, die bei der Erzeugung von eingekauftem Strom, Wärme oder Dampf anfallen. Für viele Unternehmen ist Strom eine der Hauptemissionsquellen und bietet eine wichtige Möglichkeit zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung.

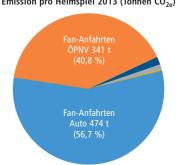
#### Geltungsbereich 3 Weitere indirekte Emissionen

Der Geltungsbereich 3 berücksichtigt auch die Nutzungsphase und das Nutzerverhalten im Bezug auf Produkte oder Dienstleistungen.

#### Was können wir verbessern?

- Bei den direkten Emissionen durch Mobilität unserer Mitarbeiter auf öffentlichen Nahverkehr oder Elektroautos setzen
- Bei den indirekten Emissionen eine Senkung des Stromverbrauchs durch Optimierungsmaßnahmen in den Bereichen Heizung, Stromverbrauch und Licht herbeiführen
- Bei weiteren indirekten Emissionen neue Konzepte für die Anreise unserer Fans ausarbeiten und die Steigerung des Anteils regionaler Produkte im Bereich Getränke und Lebensmittel ausbauen





Konsum Lebensimitter und Getranke 10,9 t (1,5
Strombezug EVU (inkl. MGT) 7,3 t (0,9 %)
Wärmeerzeugung Gastherme 1,0 t (0,1%)
Anfahrten Medienvertreter 0,5 t (0,1 %)
Wärmebezug MGT 0,4 t (0,1 %)
Anfahrten Polizei 0,2 t
Anfahrten Mitarbeiter Auto 0,2 t
Wärmebezug Kessel 0,2 t
Anfahrten Mitarbeiter Zug und ÖPNV 0,0 t

	Jahresemission 2013 (Tonnen CO <sub>2e</sub> )	Emission pro Heimspiel 2013 (Tonnen CO <sub>2e</sub> )
Geltungsbereich 1	1.306	1
Wärmeerzeugung Gastherme, Kältemittelleckagen, Fuhrpark		
Geltungsbereich 2	2.230	8
Wärme- und Strombezug auf Basis Strom-Mix		
Geltungsbereich 3	14.123	827
Anfahrten der Fans, Medienvertreter, Mitarbeiter, Polizei Verbrauch Lebensmittel und Getränke Abfallentsorgung		
Summe CO <sub>2</sub> -Emi	ssionen 17.659	836
CO <sub>2</sub> -Abzug des Strombezugs, da Ök	costrom -1.889	-7
CO <sub>2</sub> -Fußa	abdruck 15.770	829





### WIRTSCHAFT

### ETHIK, MORAL UND WIRTSCHAFT GEHÖREN FÜR WERDER BREMEN ZUSAMMEN

"Wir nehmen soziale Gerechtigkeit als Faktor für Nachhaltigkeit sehr ernst."



Redaktion: Wie stellt Werder Bremen sicher, dass Nachhaltigkeit auch im Alltag bei Werder Bremen eine Rolle spielt?

**Filbry:** Hier ist in erster Linie unsere CSR-Abteilung zu nennen. Sie arbeitet abteilungsund themenübergreifend an neuen Chancen für Verein und Unternehmen, intelligent mit Energie und Ressourcen umzugehen. Ein Beispiel: Wir haben erst kürzlich eine Energieund CO<sub>2</sub>-Analyse unserer Sportanlagen durchgeführt und dabei erhebliche Einsparpotentiale entdeckt.

Was denken Sie, wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit aus Sicht von Fans und Mitgliedern?

Grün und Weiß sind nicht nur unsere Trikotfarben. Der SV Werder Bremen gehört zur alternativen Fußball-Landschaft in Deutschland und ist der etwas andere Klub. Dies hat sicher auch etwas mit unserem liberalen Standort zu tun. Unser gesellschaftliches Engagement greift diese Grundhaltung auf. Gerade in der sozialen Projektarbeit sind wir klarer Tabellenführer und müssen uns in Zukunft daran messen lassen. Bei all dem dürfen wir aber nicht vergessen, was für den Großteil unserer Fans am wichtigsten und die Grundlage für unser soziales Engagement ist: Der Ball muss ins Tor!

Welche Rolle spielt Preisstabilität?

Die über Jahre vorhandene Stabilität unserer Eintrittspreise ist ein wichtiges Indiz dafür, dass Werder Bremen langfristig sozial und fair gegenüber Fans und Stadionbesuchern handelt. Am deutlichsten wird dies bei den Stehplätzen in der Ostkurve – hier gab es bis 2015 in den letzten sechs Jahren keine Preiserhöhungen. Insgesamt liegen wir im Vergleich mit anderen Bundesligisten im unteren Liga-Drittel. Da auch in Bremen die Erwartungen an das Produkt Bundesliga hoch sind, müssen wir investieren. Gestiegene Kosten für den Wareneinsatz, subventionierte Eintrittskarten als Fahrschein für den Nahverkehr, der Ausbau des Sicherheitskonzepts sowie des Stadionkomforts sind nur einige Beispiele. Trotzdem sehen wir uns in der Verantwortung, soziale Gerechtigkeit als Faktor für Nachhaltigkeit sehr ernst zu nehmen.

Handelt Werder bei der Zusammenarbeit mit Unternehmen nach festen Regeln in Sachen Ethik und Moral?

Standards of Engagement (Anm. Redaktion: Regeln über Gesellschafts- und Produkt-Verantwortung) sind üblich und werden von uns eingefordert – zum Beispiel im Hinblick auf Kinderarbeit oder Mindestlohn. Wir haben allerdings nicht die personellen Ressourcen, gerade bei internationalen Unternehmen wie Nike oder Wiesenhof selber die Einhaltung zu prüfen.

Wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit in der Zusammenarbeit mit Sponsoren?

Wir sind froh über jeden Sponsor, der sich mit den Themen unternehmerische Verantwortung und Klimaschutz beschäftigt. Werder Bremen ist wie jeder andere Bundesligist ein Spiegel der Gesellschaft, zu dem auch Unternehmen gehören. Wir sind auf Werbeeinnahmen angewiesen – daher können und wollen wir nicht mit erhobenem Zeigefinger auf Unternehmen zugehen. Unternehmerische Verantwortung ist trotzdem ein wichtiges strategisches Thema. Wir wissen, dass für immer mehr Unternehmen nachhaltiges Handeln eine bedeutsame Rolle spielt. Also ist es auch aus der Perspektive der Sponsorengewinnung notwendig, eigene Aktivitäten voranzutreiben.

Auf Werder bezogen – wo sehen Sie die Grenzen für nachhaltiges Handeln?

Die Grenzen werden einerseits durch Branchenstandards und andererseits durch die Bindung an Rahmenverträge bestimmt. Ich möchte dies praxisnah erklären: Um unser Produkt auf hohem Level anzubieten, muss die Spielfläche stets im bestmöglichen Zustand sein. Dafür benötigen wir eine Besonnungsanlage mit hohem Energieverbrauch für den Stadionrasen. In solchen Fällen sind unsere Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt.

Welche kommenden Meilensteine wollen Sie umsetzen?

Gut fände ich es, wenn wir es schaffen, im Stadion auch Bioware anzubieten. Ich meine, dass viele Menschen mittlerweile sehr bewusst mit dem Thema Ernährung umgehen und diesen Anspruch auch außerhalb der eigenen vier Wände erfüllt sehen möchten. Auch beim Thema Beleuchtung sehe ich weitere Möglichkeiten zur Optimierung. Bei den Energiekosten sollte uns mittelfristig eine Reduktion um zehn bis 15 Prozent gelingen, was auch einen positiven Klimaschutzeffekt mit sich bringt.

#### WAS UNS WICHTIG IST

Der SV Werder Bremen steht mit vielen Unternehmenspartnern in Verbindung. Dabei lautet unser Credo, dass wir langfristig und transparent mit unseren Partnern zusammenarbeiten. Ein fester Bestandteil dieser Geschäftsbeziehungen ist die Verwendung eines "Code of Conduct", in dem wir die Einhaltung verbindlicher Regeln von unseren Geschäftspartnern fordern. Themen wie die Einhaltung des Mindestlohns, aktive Maßnahmen gegen Antidiskriminierung oder die Einhaltung der Menschenrechte sind uns wichtig.

Unsere wichtigsten Regeln im Überblick:

- Wir führen Lieferantengespräche zum Thema Nachhaltigkeit und fordern Zertifikate entsprechend unseres "Code of Conducts" ein. Dies gilt für alle Fanartikel wie Textilien, Tassen, Schlüsselanhänger usw.
- Über ein externes Labor sichern wir ab, dass keine unerlaubten Schadstoffe in unseren Produkten Verwendung finden.
- Eine Arbeitsgruppe aus Mitarbeitern der Bereiche Fanbetreuung und Vertrieb beschäftigt sich regelmäßig mit dem Thema
- Nachhaltigkeit. Sie integriert die Wünsche unserer Fans und erarbeitet Vorschläge für die Geschäftsleitung.
- Verwendung von Recycling- oder FSC-zertifiziertem Papier für Kataloge und Flyer.

#### In Planung:

Künftig streben wir an, Verpackungsmaterialien zu schreddern und wieder zu verwerten.



### WIRTSCHAFT

### AUSGEWÄHLTE UNTERNEHMENS- UND PROJEKTPARTNER

Ob groß oder klein: Beim Thema CSR arbeiten wir bereits seit Jahren erfolgreich mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Ein Markenzeichen dieser Zusammenarbeit sind die konkreten Mehrwerte, die wir gemeinsam für die Menschen aus Bremen und darüber hinaus erzielen.

#### Mondelez International

Kinder und Jugendliche für eine ausgewogene Ernährung und Bewegung begeistern – das ist das Ziel unseres gemeinsamen Engagements mit dem SV Werder Bremen.

Für ein gesundes Gewicht ist vor allem die richtige Balance aus Ernährung und Bewegung entscheidend. Ein ausgewogener, aktiver Lebensstil beinhaltet aus unserer Sicht sehr wohl die Möglichkeit zum Genuss – wichtig ist das richtige Maß.

Als Snacking Unternehmen sind wir aber auch in der Verantwortung, unseren Beitrag zu einem bewussten Konsum zu leisten und eine ausgewogene, aktive Lebensweise zu fördern. Wir von Mondelez nehmen unsere Verantwortung für die Gesellschaft ernst.

Wir setzen uns für Projekte ein, die die Gesundheit und das Wohlergehen von Menschen in unserer Gesellschaft fördern. Dies unterstützen wir mit internationalen und lokalen Aktivitäten und kooperieren hierbei mit starken Partnern.



So arbeiten wir bereits seit 2004 mit dem SV Werder Bremen zusammen in Projekten wie "100% Fitter Werder-Partner" und "BesserEsser Messe".



#### AOK Bremen/Bremerhaven

Die AOK Bremen/Bremerhaven ist seit September 2013 "offizieller Gesundheitspartner" des SV Werder Bremen. Mit Hilfe einer Mitarbeiterbefragung und individueller Mitarbeiterberatung wurden Angebote für das betriebliche Gesundheitsmanagement entwickelt. Diese sollen neben der Bewältigung von Stress und der Verbesserung des Bewegungsverhaltens im Alltag und bei der Arbeit auch den verantwortungsbewussten Umgang mit dem eigenen Körper vermitteln.



"Die Zielrichtung dieser neuen Kooperation mit Werder Bremen ist klar: Wir wollen unser Engagement für mehr Bewegung und gesunde Ernährung insgesamt weiter verstärken", betont Olaf Woggan, Vorstandsvorsitzender der AOK Bremen/Bremerhaven.



#### Nike

In Kooperation mit unserem Sportausrüster Nike setzen wir seit 2011 das Programm SPIELRAUM in Bremen um. Ziel ist es, gemeinsam mit lokalen Initiativen ungenutzte oder neu entstandene Bolzplätze in lebendige Orte zu verwandeln. Im Ergebnis wollen wir über das Kicken den Zugang zu Kindern und Jugendlichen finden und sie für Sport, Teamgeist, Fairness und gemeinsamen Spaß begeistern. Damit bieten wir eine Ergänzung zu den klassischen Angeboten der Jugendsozialarbeit in unserer Stadt.



#### Molkerei Ammerland

Statt Cola in der Pause eine leckere Werder-Milch am "Milchmuhbil" abholen und die nächste Schulstunde mit Trainern des SV Werder Bremen in der Sporthalle statt im Klassenzimmer verbringen. Das war von 2012 bis 2014 für Schüler der Werder-Partnerschulen im Weser-Ems-Gebiet möglich.

# MOLKEREI AMMERLAND

In Kooperation mit der Molkerei Ammerland und der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V. kamen während der Aktionswochen "Ammerländer Milchmuhbil on tour" die Grün-Weißen vorbei und gaben Tipps zum Thema Bewegung und Ernährung.

#### **FOM**

Mit der privaten Hochschule FOM pflegt der SV Werder Bremen eine Bildungskooperation. Dazu gehört unter anderem die Unterstützung der internen Weiterbildungseinrichtung "Werder-Akademie" mit Lehrpersonal durch die FOM.

#### Traum-Ferienwohnungen

2014 ist WERDER BEWEGT – LEBENSLANG eine neue Kooperation mit dem Bremer Unternehmen Traum-Ferienwohnungen eingegangen. Gemeinsam wurde die CSR-Kampagne "Ferien mit Herz" ins Leben gerufen. Zehn Familien, die aufgrund von Schicksalsschlägen oder finanziellen Sorgen lange auf Ferien verzichten mussten, wurde ein zehntägiger Urlaub an der Nordseeküste im Seebad St. Peter-Ording ermöglicht.

#### Canvasco

Mit der Kult-Taschen-Marke Canvasco hat WERDER BEWEGT – LEBENSLANG ein Produkt für den guten Zweck entwickelt. Die nachhaltig produzierten Umhängetaschen im Werder-Design und in zwei verschiedenen Größen werden über die Werder Fan-Welt vertrieben. Dabei fließen bei jedem Taschenverkauf jeweils 40 Euro in das Projekt "Bleib am Ball".

#### FIM

Die gemeinnützige Stiftung FOOTBALL IS MORE ist ein internationales Netzwerk von Verbänden, Vereinen und Hilfsorganisationen. WERDER BEWEGT – LEBENSLANG gehört seit 2015 dazu und beteiligt sich aktiv an Fußballprojekten zur Unterstützung sozial, körperlich oder krisenbedingt benachteiligter Kinder und Jugendlicher.



# WERDER-AKADEMIE: WISSEN ALS GRUNDLAGE FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFTSSTRATEGIE

Jedes Unternehmen steht vor der Herausforderung, Wissen im eigenen Unternehmen zu bündeln, erfolgreich zu nutzen und weiterzugeben. Gerade als Profiverein der Bundesliga müssen verschiedenste Ansprüche koordiniert werden. Die wichtigste Aufgabe: Die richtige Balance zwischen Risiko und Sicherheit finden, ohne dabei die Orientierung oder den realistischen Blick auf die Konkurrenz zu verlieren. Hier sind ganz besonders unsere Mitarbeiter gefragt. Um sie stetig weiterzuentwickeln und Raum für Austausch zu schaffen, haben wir bei Werder Bremen kontinuierliche Mitarbeitergespräche und darauf aufbauend Personalentwicklungsmaßnahmen eingeführt. Diese Maßnahmen bündeln wir in unserer hierfür ins Leben gerufenen Werder-Akademie.



Sie hat die folgenden Aufgaben:

- Transport von neuem Wissen in den Verein in überfachlichen Themenfeldern wie Führungskompetenz, Kommunikation, Projektmanagement, Konfliktlösungsstrategien und Fremdsprachenkenntnisse
- Durchführung von Training on the Job-Maßnahmen (Hospitationen, Rotationen) und Intensivierung des Austausches zwischen den Mitarbeitern
- Vernetzung der Hierarchieebenen
- Rechtzeitige Förderung junger Führungskräfte und Potentialträger
- Entwicklung einer offenen, konstruktiven Dialogkultur

Gezielt für die Führungskräfte:

- Förderung des Change- und Strategieprozesses bei Werder Bremen durch Instrumente, die Führungskräfte im Veränderungsprozess aktiv einsetzen können
- Verankerung einer unternehmensweiten, unternehmerisch geprägten Führungskultur
- Entwicklung von Kompetenzen zur gezielten Steuerung von Teams und Strukturierung des Bereichs

### WIRTSCHAFT

#### NACHHALTIGE TALENTFÖRDERUNG

Das WERDER Leistungszentrum ist seit Jahrzehnten für seine erfolgreiche Talentförderung bekannt. Mehr als 100 Aktive spielten sich seit Ende der 70er Jahre aus der "Kaderschmiede" der Grün-Weißen auf die große Fußballbühne. Die Ansprüche der Talentförderung sind hoch: Unsere jungen Talente sollen auf ihrem Weg in den Profifußball optimal begleitet werden. Darum setzen wir auf ein hochqualifiziertes Team aus DFB-Fußball-Lehrern, Psychologen, Pädagogen, Medizinern und über sechzig weiteren Mitarbeitern. Die Arbeit mit dem Nachwuchs geht dabei weit über den sportlichen Aspekt hinaus. Denn die Erfahrung zeigt: Talent zu haben, ist eine Sache. Es auch bestmöglich zu fördern eine andere. Schließlich ist die Belastung enorm: Meisterschaft, Auswahltraining, Nationalmannschaft, dazu Schule, Ausbildung, Freizeit und Familie – Werder arbeitet nach dem Motto "fordern und fördern".

Werte wie Fair Play, Toleranz und Teamgeist sowie Respekt und Willensstärke sollen dazu beitragen, die Identifikation mit dem SV Werder hochzuhalten. Das Trikot mit der Werder-Raute auf der Brust zu tragen, ist ein Privileg und Verantwortung zugleich. Die besten Nachwuchsfußballer sollen die Werte des SV Werder national und international vertreten.





Ein Garant für langfristigen Erfolg ist der optimale Umgang mit den Themen Talentförderung und verantwortungsbewusstes Scouting. Es gilt, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Spielerbedürfnissen und Wirtschaftlichkeit langfristig abzusichern und auch Verantwortung für die zu übernehmen, die es nicht in den Profifußball schaffen.

### Das WERDER Nachwuchskonzept im Überblick

"In den letzten 30 Jahren haben über 100 Spieler aus Werders Leistungszentrum den Sprung in den bezahlten Profifußball geschafft", betont der Direktor des WERDER Leistungszentrums, Björn Schierenbeck.

Der SV Werder Bremen hat ein Nachwuchskonzept entwickelt, das nicht nur die fußballerische Entwicklung fördert, sondern auch psychologische, sportwissenschaftliche und soziale Entwicklungsprozesse der Kinder und Jugendlichen einschließt.



 $\label{thm:continuous} \mbox{ Die wichtigsten Aspekte, die im WERDER Nachwuchskonzept Berücksichtigung finden. } \\$ 

#### PREISSTABILITÄT = SOZIALE VERANTWORTUNG



Der Besuch eines Heimspiels soll bezahlbar bleiben. Dazu bekennt sich der SV Werder Bremen mit seinen Ticketpreisen. Mit verschiedenen Preiskategorien macht der Verein das Erlebnis Fußball allen sozialen Schichten zugänglich. SV Werder Bremen wurde 2015 für das Sicherheitsmanagement im Weser-Stadion ausgezeichnet. Damit haben die Grün-Weißen ein Pilotprojekt des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL) durch die externe Gutachterprüfung der Sicherheitsmaßnahmen im Weser-Stadion erfolgreich abgeschlossen. Der SV Werder Bremen ist sich seiner Verantwortung gegenüber den Stadionbesuchern bewusst und versucht für die Besucher ein auf allen Ebenen sicheres Fußballerlebnis zu ermöglichen.

Dank der wirtschaftlichen Stabilität des Vereins erfolgten in den letzten Jahren nur moderate Preisanpassungen für die Sitzplätze in der Nord- und Südgerade und West- bzw. Ostkurve. Tickets für Stehplätze in der Ostkurve sind seit Jahren für den gleichen Preis erhältlich. Das gleiche gilt für die Plätze der Rollstuhlfahrer.

Wer sich für eine Mitgliedschaft im Verein entschieden hat, zahlt seit Juli 2010 den selben monatlichen Mitgliedsbeitrag. Dieser liegt bei 12 Euro für einen Erwachsenen als Vollmitglied. Arbeitslose, Jugendliche bis 18 Jahre, Auszubildende, Wehrdienstleistende, Studenten, Schüler und Schwerbehinderte erhalten eine Ermäßigung von über 50 Prozent. Senioren zahlen ab dem 60. Lebensjahr nach eigenem Ermessen. Und auch Familien können sich freuen: Hier bietet der Verein einen Kombivorteil für Ehepaare und Familien mit Kindern.

#### SV WERDER BREMEN STIFTUNG

Um einzelne Projekte finanziell unterstützen zu können, haben der Sport-Verein "Werder" von 1899 e.V. und die SV Werder Bremen GmbH & Co KG aA gemeinsam 2009 eine eigene Stiftung gegründet. Sie dient der Förderung des Sports, der Bildung und Erziehung, der Völkerverständigung, der Gewaltprävention sowie mildtätiger Zwecke. Gefördert werden ausgewählte Projekte im In- und Ausland im sozialen, sportlichen und ausbildenden Bereich (wie Benefizturniere, Anti-Rassismus-Kampagnen, Ausbildungshilfen u.ä.).

#### Ausschüttungen

2010: 20.000 Euro 2011: 25.000 Euro 2012: 30.000 Euro 2013: 60.000 Euro 2014: 60.000 Euro

#### 2011 Buchholzer FC

Im Rahmen des Freiwilligen Sozialen Jahres übernehmen die FSJIer des BFC nach Erwerb eines Trainerscheins an fünf Grundschulen insgesamt 8 Fußball-AGs.

#### 2012 Refugio

#### (Beratungszentrum für Flüchtlinge)

"Der Gewalt keine Chance" – Präventionsprojekt für jugendliche Flüchtlinge

#### Wilde Bühne Bremen

Theaterstück über Fußball, Ultras und Rechtsextremismus

#### Martinsclub Bremen

Schwimmkurs für Kinder mit und ohne Behinderung

#### 2013 Bundesstiftung Magnus Hirschfeld

Erarbeitung und Durchführung eines wissenschaftlichen Projektes zur Aufklärung und Sensibilisierung von Homophobie im Sport

#### Pan-Afrikanischer Kulturverein e.V.

Bau eines Mädchen-Internats in Nigeria (ca. Ende 2013-2016)

#### KoFaS/Institut für Sportwissenschaft/ Universität Hannover

Dialogprozess im Umfeld der Ultraszene des SVW mit Fanprojekt Bremen und Fan- und Mitgliederabteilung SVW

#### 2014 Startschuss SLSV Hamburg e.V.

Ausrichtung der Fußballeuropameisterschaft des schwul-lesbischen Verbandes

#### Focke-Museum

Wanderausstellung "Fußball. Halleluja!"

### UNSERE BOTSCHAFTER

#### Ehrenpräsident und Ehrenbotschafter



Klaus-Dieter Fischer "Ich sehe meine Aufgabe darin, Menschen, Unternehmen und Partner von unserer Idee zu überzeugen. Gesellschaftliches Engagement braucht Vorbilder und muss begeistern."

### Lebenslang grün-weiß



Thomas Schaaf "Werder hat mich in besonderem Maße geprägt. Schon immer stand der Club für mehr als Fußball. Durch mein Engagement als Botschafter möchte ich Danke sagen und etwas zurückgeben."

#### Lebenslang grün-weiß



Marco Bode "Als Werderaner ist es für mich selbstverständlich zu helfen, wo ich kann. Lebenslang grün-weiß bedeutet für mich nicht nur lebenslang sportlich, sondern auch lebenslang sozial engagiert."

#### Lebenslang aktiv



Otto Rehhagel "Der SV Werder Bremen ist aktiv und verlässlich – und deshalb ein Partner lebenslang. Was ich bei Grün-Weiß erleben durfte, möchte ich weitergeben."

#### Lebenslang aktiv



Wigald Boning "Mein Steckenpferd ist der Sport. Zusammen mit Werder möchte ich andere davon überzeugen, dass sich Bewegung immer lohnt. Wer rastet, der rostet."

#### Lebenslang aktiv



Frank Baumann "Unsere Gesellschaft braucht Vorbilder. Daher finde ich es wichtig, sich auch außerhalb des Fußballplatzes zu engagieren."

#### Lebenslang gesund



Dagmar Freifrau von Cramm "In der heutigen Gesellschaft prasselt viel auf uns ein. Dabei die richtigen Prioritäten zu setzen, fällt oft nicht leicht. Wichtigen Themen wie einer ausgewogenen Ernährung wird oft viel zu wenig Beachtung geschenkt. Arbeiten wir daran, um uns und der Gesellschaft etwas Gutes zu tun!"

#### Lebenslang gesund



Tjalf Hoyer

"Mir ist es wichtig, Menschen für gesellschaftlich relevante Themen zu sensibilisieren. Vor allem die Gesundheit liegt mir dabei am Herzen. Im Rahmen von WERDER BEWEGT – LEBENSLANG sehe ich es als eine meiner Aufgaben, Strategien und Wissen zu vermitteln, um sich in den Spannungsfeldern der modernen Gesellschaft gesund zu verhalten."

#### Lebenslang tolerant



Matthias Brandt

"Mein Engagement als "Lebenslang tolerant"-Botschafter ist mir eine Herzensangelegenheit, denn ich will weiter in einer vielfältigen und bunten Gesellschaft leben. Gemeinsam mit Werder sage ich deshalb: null Toleranz für Intoleranz."

#### Lebenslang tolerant



Jan Delay

"Ich engagiere mich bei WERDER BEWEGT – LEBENSLANG, weil ich gerne Lobbyarbeit für die Toleranz leiste. Werder ist in diesem Bereich vorbildlich und das möchte ich unterstützen. Es gibt nichts Gutes, außer man tut es."

#### Lebenslang hilfsbereit



Willi Lemke

"Ich bin davon überzeugt, dass Sport hilft, den Entwicklungs- und Friedensprozess in der Welt zu fördern. Das möchte ich in meiner Funktion als Botschafter bei WERDER BEWEGT – LEBENSLANG zeigen."

#### Lebenslang hilfsbereit



Moritz Rinke

"In einer Mannschaft ist Zusammenhalt alles. Wie schön wäre es, wenn wir den Teamgeist über den Fußballplatz hinaus auch in die Gesellschaft tragen könnten? Dabei helfe ich gern."

#### Lebenslang umweltbewusst



Dr. Werner Brinker

"Energie und Umwelt sind Themen, die uns täglich bewegen und von uns sehr schonend behandelt werden müssen. Daher ist es wichtig, mit positivem Beispiel voranzugehen."

#### Lebenslang umweltbewusst



Johannes Strate

"Umweltschutz geht uns alle an. Energie und Ressourcen sind unsere Lebensgrundlage; diese gilt es zu schützen. Seien wir verantwortungsvoll und sensibel – dafür setze ich mich gemeinsam mit Werder ein."

### **IMPRESSUM**

#### **HERAUSGEBER**

SV Werder Bremen GmbH & Co KG aA Sport-Verein "Werder" von 1899 e.V. Franz-Böhmert-Straße 1c 28205 Bremen www.werder.de

#### KONTAKT

#### WERDER BEWEGT - LEBENSLANG

Anne-Kathrin Laufmann
Direktorin CSR-Management/Fan- und Mitgliederbetreuung
Franz-Böhmert-Straße 1c
28205 Bremen
anne-kathrin Jaufmann@werder.de

#### BERATUNG/INHALTLICHES KONZEPT/REDAKTION

**denkBar – PR & Marketing GmbH** www.denkBar-pr.de

Redaktionsschluss: Juni 2015

#### LAYOUT/UMSETZUNG

**k wie gestaltung** www.kwiegestaltung.de

#### **DRUCK**

MHD Druck und Service GmbH

www.mhd-druck.de

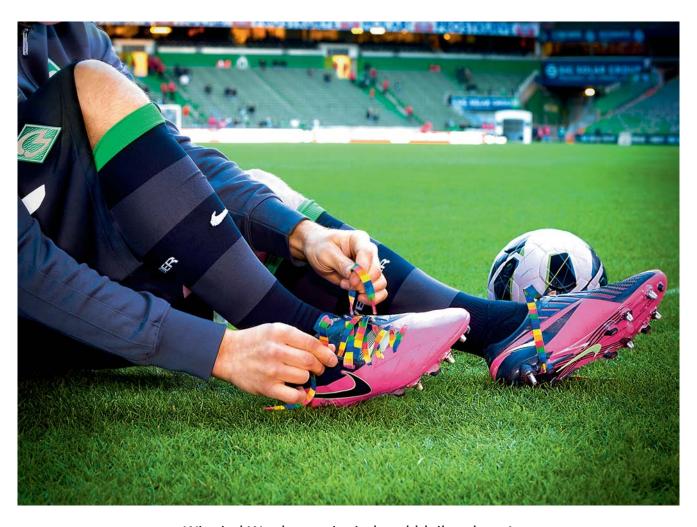
Klimafreundlicher Druck auf 100% Recyclingpapier Circlematt White

#### **BILDNACHWEISE**

Alle Fotos von SV Werder Bremen, außer: Aufklappdoppelseite Nov. '02 (Christian Valek), S. 2, S. 4, S. 5, S. 28 (Martin Rospek), S. 8 oben, S. 33 (Hartmut Müller), Aufklappdoppelseite Jan., Mai u. Jul. '08,, Jan. '09, S. 8/9 unten, S. 10 oben li. u. unten re., S. 24, S. 30 Klaus-Dieter Fischer, Thomas Schaaf, Otto Rehhagel, Frank Baumann, S. 31 Willi Lemke, Dr. Werner Brinker (Carsten Heidmann), S. 14 (Scort Foundation), S. 20 (EWE AG), S. 26 mitte (Molkerei Ammerland), S. 27 oben (Andreas Gumz), S. 30 Marco Bode (Witters GmbH), S. 30 Wigald Boning (Stefan Menne), S. 30 Dagmar Freifrau von Cramm (Peter Schulte), S. 30 Tjalf Hoyer (Jan Kulke), S. 31 Matthias Brandt (Matthias Steuer), S. 31 Jan Delay (Matthias Arfmann), S. 31 Moritz Rinke (Joscha Jennessen), S. 31 Johannes Strate (Felix Krüger), S. 12-15 Leuchtturmillustration (© Seamartini Graphics — Fotolia.com)







Wir sind Werder – wir sind und bleiben bunt!





SV Werder Bremen GmbH & Co KG aA Sport-Verein "Werder" von 1899 e.V. Franz-Böhmert-Str. 1 c · 28205 Bremen Telefon 0421/43 45 90 · www.werder-bewegt.de