

NACH HALTIG KEITS BERICHT

2025



UNSERE NACHHALTIGKEITS- PARTNER



AOK Rheinland/Hamburg
Die Gesundheitskasse.



Switch to Smart

PORSCHE®



Powered by Difference



LIEBE LESERINNEN & LESER,

Nachhaltigkeit ist fest in der Vereinsidentität von Borussia Mönchengladbach verankert und nicht nur das: Sie ist sogar in der Satzung festgeschrieben. Auch im Jahr 2025 war es daher für uns selbstverständlich, die entsprechenden Aktivitäten in diesem Bereich konsequent weiterzuentwickeln. Mit dem nunmehr bereits vierten Nachhaltigkeitsbericht legt der Verein erneut offen, wo er steht und welche Schwerpunkte im vergangenen Jahr und in der Zukunft gesetzt wurden und werden.

Energetisch gesehen ein wichtiger Meilenstein war beispielsweise der Start einer sechsjährigen Nachhaltigkeitspartnerschaft mit dem Energiedienstleister ista. Ziel ist es, den Borussia-Park schrittweise mit intelligenter Messtech-

nik auszustatten. Dadurch entsteht eine verlässliche Datenbasis für den Verbrauch von Strom, Wärme und Wasser, um Einsparpotenziale gezielt zu erkennen und zu steuern.

Ein wichtiger Schritt war hier auch die Einführung eines Energiemanagementsystems nach ISO 50001 und einer Energiepolitik. Das System unterstützt uns dabei, Energieeffizienz strategisch zu verankern und unsere Klima-Ziele nachhaltig umzusetzen.

Eine gelungene Verbindung der Themen Ökologie und schulische Bildung schafft unser von der nordrhein-westfälischen Landesregierung gefördertes Modellprojekt zur Dachbegrünung. Auf 1.867 Quadratmetern werden Gründächer auf

Nebengebäuden des Borussia-Parks realisiert. Sie leisten einen Beitrag zum Klimaschutz und sollen künftig auch in Bildungsangebote eingebunden werden.

Ein weiterer Fokus lag auf Themen der Bewegungs- und Gesundheitsförderung. Mit dem Programm „Borussia bewegt“ engagiert sich Borussia Mönchengladbach gezielt für regelmäßige Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche in der Region. Zudem wurde das Präventionsprogramm „Fußballfans im Training“ gemeinsam mit der AOK Rheinland/Hamburg fortgeführt.

Der Ihnen vorliegende Nachhaltigkeitsbericht schafft Transparenz über Maßnahmen und Fortschritte von Borussia Mönchengladbach im Jahr 2025. Unser übergeordnetes Ziel bleibt es, sportlichen Erfolg, wirtschaftliche Stabilität sowie ökologische und soziale Verantwortung dauerhaft miteinander zu verbinden. Einem Bundesliga-Klub wie Borussia Mönchengladbach kommt hier eine ganz besondere Bedeutung zu. Denn der Fußball erreicht Millionen Menschen in Deutschland und hat nicht nur deshalb eine besondere Stellung und Vorbildfunktion in unserer Gesellschaft.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts! ♦



**STEFAN
STEGEMANN**
GESCHÄFTSFÜHRER



**MARKUS
ARETZ**
GESCHÄFTSFÜHRER

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2025

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Philosophie & Werte Interview mit Geschäftsführer Markus Aretz -----	8
Anspruchsgruppenanalyse Im Gespräch bleiben – eine Strategie entwickeln -----	10
Kapazitäten Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit -----	12
Lernprozess Digitale Schulungsmodule -----	13
Personal Vertrauenspersonen & Whistleblowing -----	14
Fanarbeit Borussias Fanbeauftragte -----	16
De Kull Angebote des Jugendzentrums -----	18
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	20

WIRTSCHAFT

Merchandise Nachhaltiger shoppen -----	38
Stiftung Tätigkeitsbericht der Borussia-Stiftung -----	40
Sponsoring Mit ista in die Zukunft -----	42
Partner Mit Porsche „Hand in Hand“ -----	44
Finanzen Schulung für die U19 -----	46
Internationalisierung Die FohlenAkademie -----	48
Digitalisierung Gaming mit Verantwortung -----	50
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	52

UMWELT

Klima Borussias Fußabdruck -----	24
Energie Energiemanagement des Borussia-Park -----	26
Abfall Kronkorken für den guten Zweck -----	28
Mobilität Reiseverhalten -----	29
Biodiversität Es ergrünen die Dächer -----	30
Infografik So grün ist der BORUSSIA-PARK -----	32
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	34

SOZIALES

Regionales Engagement Borussia bewegt -----	56
FohlenElf Adventscaffee & Krankenhaus-Besuch -----	58
Arbeitssicherheit Psychische Ersthelfer -----	60
Gesundheit Fußballfans im Training -----	62
Demografie Bündnis Berufliche Orientierung -----	64
Unterstützung Neugestaltung im Elisabeth-Krankenhaus -----	65
Kultur der Vielfalt Der Lebenshilfe-Cup -----	66
Kultur der Vielfalt Fußball trifft Kultur -----	68
Politische Bildung Podiumsdiskussion zur Kommunalwahl -----	70
FohlenStall Der neue FohlenPeis -----	72
Bildungspark MG Antisemitismus-Workshop -----	74
Frauen & Mädchen Girls Day & Orange Day -----	76
Kinderschutz Borussias Konzept für Kinderschutz -----	78
Barrierefreiheit Borussias Inklusionsbeauftragte -----	80
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	84

Fazit: Stolz er Blick zurück, volle Kraft nach vorn -----	86
Zahlen und Fakten: Verbräuche und Daten des Jahres 2025 -----	88
Überblick: Ziele und Zielerreichungsgrad auf einen Blick -----	90

Herausgeber Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH • Hennes-Weisweiler-Allee 1 • 41179 Mönchengladbach • T +49 1806 1819-00 (0,20 €/Anruf aus dem Fest- und Mobilfunknetz) • F +49 2161 9293-1309 • **Kontakt** nachhaltigkei@borussia.de • **Redaktion** Torsten Franken, Matthias Rech, Joel Horz, Andreas Kötter, Markus Hoffmann, Robert Krieger • **Gestaltung, Satz und Reproduktion** Annika Bruns, Christian Bruns, Lana Amann, Marius Wex, Arne Wagner, Nadine Pommerening, Lydia Dombrowsky, Annika Jansen • **Cover** Verheyen • **Fotos** Verheyen, Ullrich, Amann und Fourgon für Borussia, De Kull, Zimdahl, Bowinkelmann, Porsche AG, Bildungspark Mönchengladbach • **Verantwortlich für Gesamtkoordination** Markus Aretz, Michael Lessenich, Sebastian Otten • **Anlaufstelle für Fragen bezüglich dieses Berichtes und der Nachhaltigkeitsstrategie** Markus Friebe, Christina Krügerke, Anna Froneberg

UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

Philosophie & Werte Interview mit Geschäftsführer Markus Aretz -----	8
Anspruchsgruppenanalyse Im Gespräch bleiben – eine Strategie entwickeln -----	10
Kapazitäten Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit -----	12
Lernprozess Digitale Schulungsmodule -----	13
Personal Vertrauenspersonen & Whistleblowing -----	14
Fanarbeit Borussias Fanbeauftragte -----	16
De Kull Angebote des Jugendzentrums -----	18
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	20

99 GG

NACHHALTIGKEIT IST TEIL UNSERER VEREINSIDENTITÄT

Vfl-Geschäftsführer Markus Aretz blickt im Interview auf die nachhaltige Entwicklung Borussias im Jahr 2025 zurück und gibt einen Ausblick in die Zukunft

Herr Aretz, Nachhaltigkeit ist bei Borussia Mönchengladbach seit vielen Jahren fest verankert. Wie bewerten Sie die Entwicklung im Jahr 2025?

MARKUS ARETZ: Nachhaltigkeit ist für Borussia Mönchengladbach weiterhin kein Zusatzthema, sondern Bestandteil unserer Vereinsidentität und in der Satzung verankert. Auch 2025 haben wir unsere Aktivitäten konsequent weiterentwickelt. Mit der Veröffentlichung dieses – insgesamt nun schon vierten – Nachhaltigkeitsberichts legen wir

erneut transparent dar, wo wir stehen und welche Schwerpunkte wir setzen. Umwelt, Soziales und verantwortungsvolle Unternehmensführung sind dabei gleichwertige Handlungsfelder.

Welche inhaltlichen Schwerpunkte hat Borussia 2025 im Bereich Umwelt und Energie gesetzt?

ARETZ: Ein zentraler Schritt war der Beginn der sechsjährigen Nachhaltigkeitspartnerschaft mit dem

Energiedienstleister ista. Ziel ist es, den Borussia-Park sukzessive mit intelligenter Messtechnik auszustatten. Damit schaffen wir eine belastbare Datengrundlage für Strom-, Wärme- und Wasserverbräuche, um Effizienzpotenziale systematisch zu identifizieren und zu steuern. Darüber hinaus haben wir ein gefördertes Modellprojekt zur Dachbegrünung gestartet. Auf insgesamt 1.867 Quadratmetern entstehen Gründächer auf Nebengebäuden des Borussia-Park. Diese Maßnahme leistet einen Beitrag zum Klimaschutz und soll künftig auch in Umweltbildungsangebote eingebunden werden.

Auch nachhaltige Mobilität spielte 2025 eine Rolle. Welche Bedeutung hatte hier z.B. die Teilnahme am Stadtradeln?

ARETZ: Mit unserer Teilnahme am Stadtradeln haben wir Mitarbeitende, Mitglieder und Fans aktiv eingebunden. Gemeinsam wurden 18.101 Kilometer mit dem Fahrrad zurückgelegt. Solche Aktionen sind für uns ein sinnvoller Baustein, um nachhaltige Mobilität sichtbar zu machen und gleichzeitig den regionalen Klimaschutz zu unterstützen. Auch unsere Beteiligung am Mitfahrportal der Deutschen Fußball Liga zählt darauf ein.

Neben ökologischen Themen engagiert sich Borussia stark im sozialen Bereich. Welche Programme standen 2025 im Fokus?

ARETZ: Ein Schwerpunkt lag auf Bewegungs- und Gesundheitsangeboten. Mit dem Programm „Borussia bewegt“ engagieren wir uns erstmals gezielt für regelmäßige Bewegungsangebote für Kinder und Jugendliche in unserer Region, unter anderem in Kitas, Schulen und Vereinen.

Außerdem haben wir unser etabliertes Präventions- und Gesundheitsprogramm „Fußballfans im Training“ in Kooperation mit unserem Gesundheitspartner der AOK Rheinland/Hamburg fortgeführt. 2025 wurde die zehnte Runde des zwölfwöchigen Programms

abgeschlossen. Ziel ist es, erwachsene Fans niedrigschwellig an Bewegung, Gesundheitsbewusstsein und einen aktiveren Lebensstil heranzuführen.

Viele dieser Aktivitäten sind regional ausgerichtet. Welche Rolle spielt dabei die Borussia-Stiftung?

ARETZ: Die Borussia-Stiftung ist ein zentrales Element unseres regionalen Engagements. Über sie bündeln und strukturieren wir unsere soziale Verantwortung. Im Kalenderjahr 2025 flossen rund 144.000 Euro über die Stiftung in die Region. Gefördert wurden unter anderem soziale Projekte, Bildungs- und Gesundheitsinitiativen sowie Maßnahmen zur Unterstützung benachteiligter Kinder und Jugendlicher. Unser Anspruch ist es, diese Mittel gezielt, wirksam und langfristig einzusetzen.

Welche Bedeutung messen Sie der Transparenz bei diesen Maßnahmen bei?

ARETZ: Transparenz ist eine grundlegende Voraussetzung für Glaubwürdigkeit. Mit unserem Nachhaltigkeitsbericht machen wir Ziele, Maßnahmen und Fortschritte nachvollziehbar. Durch den Ausbau unserer Datenstrukturen – insbesondere im Energie- und Ressourcenmanagement – werden wir unsere Berichterstattung künftig weiter vertiefen und belastbarer gestalten.

Wie sehen Sie die zukünftige Ausrichtung von Borussia Mönchengladbach im Bereich Nachhaltigkeit?

ARETZ: Unser Ziel ist es, sportlichen Erfolg, wirtschaftliche Stabilität sowie

ökologische und soziale Verantwortung dauerhaft miteinander zu verbinden. Die Fortschritte aus dem Jahr 2025 – von Energieeffizienzmaßnahmen über Dachbegrünung bis hin zu sozialen Programmen, der Arbeit der Borussia-Stiftung und dem Ausbau nachhaltiger Partnerschaften – sind wichtige Bausteine auf diesem Weg. Gemeinsam mit Partnern wie ista im Bereich Energie- und Verbrauchsmonitoring, Porsche im Kontext Talentförderung und Wertebildung, der AOK Rheinland/Hamburg mit Fokus auf Prävention und Gesundheitsförderung sowie Sonepar bei der Weiterentwicklung effizienter und zukunftsfähiger Infrastruktur verankern wir Nachhaltigkeit zunehmend auch entlang unserer Wertschöpfungskette. Gleichzeitig bereiten wir uns intensiv auf neue regulatorische Anforderungen vor, etwa im Rahmen einer möglichen CSRD-Berichterstattung, und treiben Themen wie Barrierefreiheit unserer digitalen Angebote weiter voran. Nachhaltigkeit verstehen wir als kontinuierlichen Entwicklungsprozess, den wir konsequent fortsetzen. ◆

NACHHALTIGKEIT MIT KLAREM FOKUS

Nachhaltigkeit gehört für Borussia Mönchengladbach zur Verantwortung als Fußballverein, Arbeitgeber und Unternehmen in der Region.

Borussias Handeln wirkt über den Spieltag hinaus – in die Stadt, in die Region und zu den Menschen, die den Klub begleiten. Wer dauerhaft erfolgreich sein will, braucht stabile Strukturen, klare Werte und eine langfristige Perspektive. Genau hier setzt Borussias Nachhaltigkeitsstrategie an.

Unsere Vision lautet:

Wir wollen ein leidenschaftliches Vorbild in der Gestaltung einer vielfältigen und solidarischen Gemeinschaft sein, in der alle Menschen dieselben Chancen auf ein selbstbestimmtes und gesundes Leben haben.

Unsere Mission konkretisiert diesen Anspruch:

In Anerkennung unserer Verantwortung für künftige Generationen wollen wir eine aktive Rolle in der Transformation zu einer ganzheitlich nachhaltigen Gesellschaft einnehmen.

Mit der bis 2030 gültigen und zum 1. Januar 2025 aktualisierten Strategie verbindet Borussia ökologische Verant-

wortung, gesellschaftliche Wirkung und wirtschaftliche Stabilität.

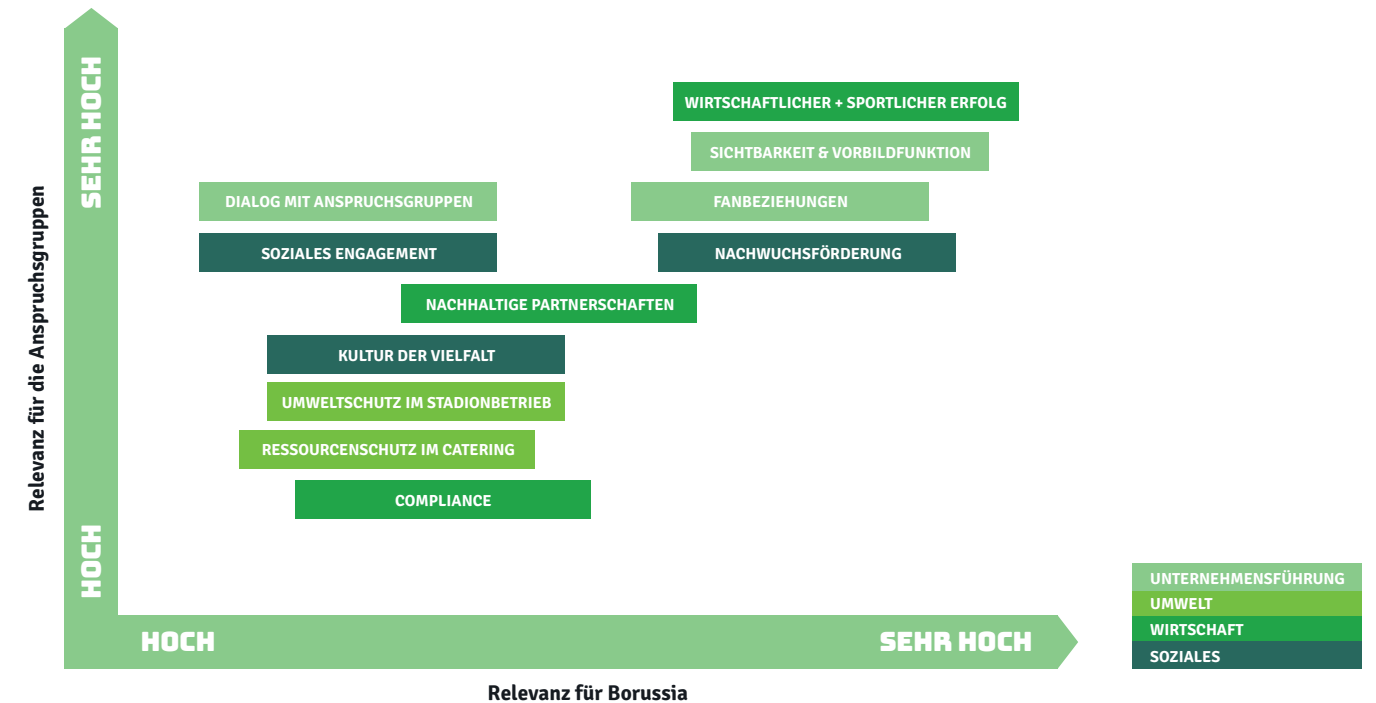
Am Anfang steht für den VfL der Dialog. Mit Fans und Mitgliedern, mit Mitarbeitenden, Partnern, Lieferanten, Verbänden sowie mit Stadt und Region. Borussia will verstehen, was erwartet wird und wo man besser werden kann. Aus diesem Austausch entsteht die einfache Wesentlichkeit. Sie beantwortet die Frage, welche Themen für die Anspruchsgruppen und für den Klub selbst besonders relevant sind. Klimaschutz, Diversität, faire Lieferketten, nachhaltige Partnerschaften oder transparente Entscheidungsprozesse gehören dazu. Die einfache Wesentlichkeitsmatrix macht diese Prioritäten sichtbar und bildet die Grundlage des gesellschaftlichen Handelns.

Doch Borussia geht einen Schritt weiter. In der Doppelten Wesentlichkeit betrachtet der Verein zusätzlich, welche Auswirkungen die eigene Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft hat – und welche Entwicklungen Einfluss auf die wirtschaftliche Stabilität

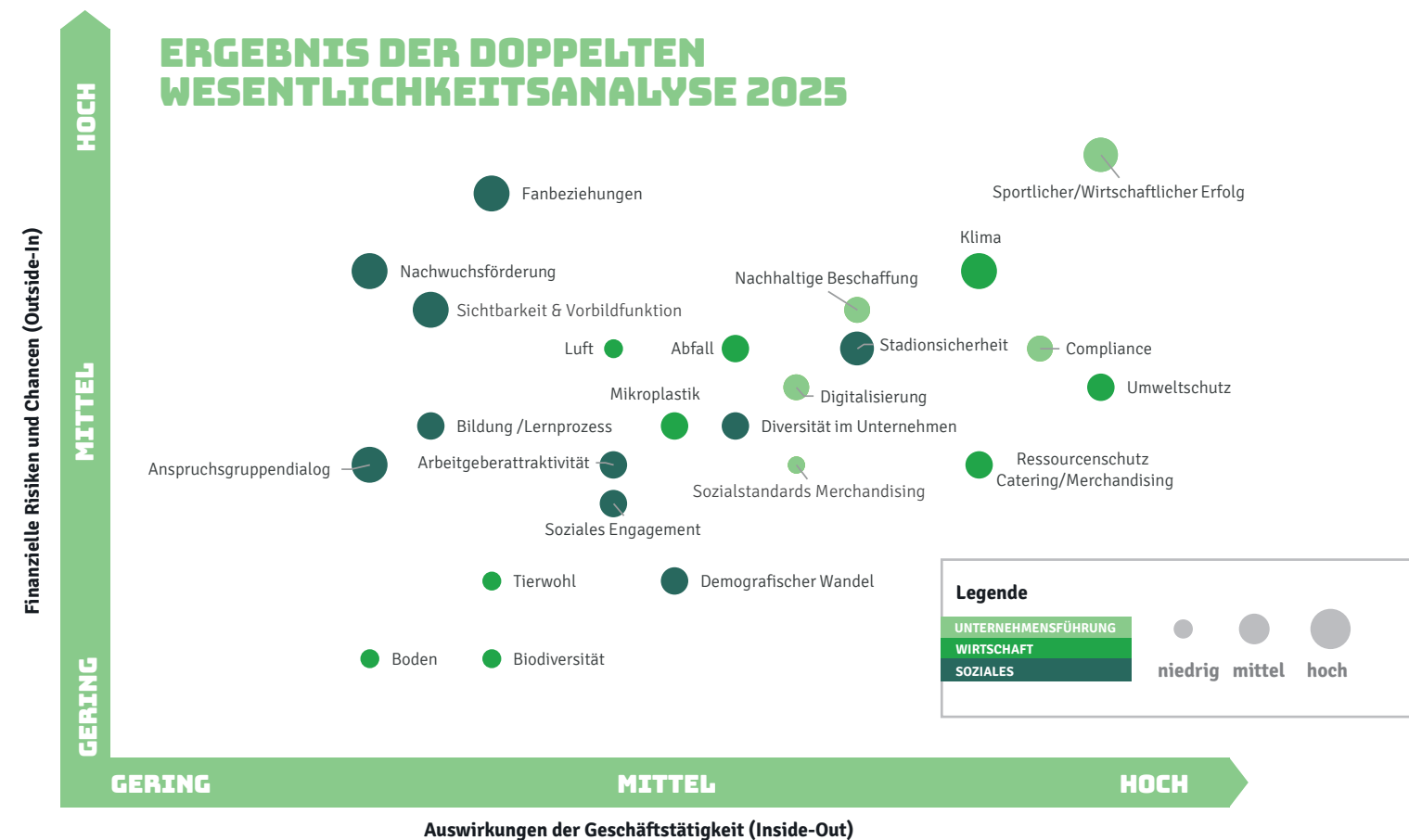
nehmen können. So wird aus dem Dialog eine klare Steuerungsgrundlage. Themen wie Klimaschutz, nachhaltige Beschaffung oder Governance werden nicht nur gesellschaftlich bewertet, sondern auch unter dem Gesichtspunkt von Wirkung, Risiko und wirtschaftlicher Bedeutung eingeordnet. Erst das Zusammenspiel beider Perspektiven ergibt ein vollständiges Bild der Prioritäten.

Klimaschutz ist damit nicht nur eine Frage der Haltung, sondern auch der Planungssicherheit. Nachhaltige Beschaffung bedeutet nicht nur Verantwortung, sondern auch stabile Partnerschaften. Klare Governance schafft Transparenz und sichert Vertrauen. Besonders relevant sind für Borussia Themen, bei denen gesellschaftliche Erwartungen und wirtschaftliche Bedeutung zusammenkommen. Die doppelte Wesentlichkeitsmatrix macht diese Zusammenhänge sichtbar und unterstützt den Klub bei der Priorisierung seiner Maßnahmen. ◆

ERGEBNIS DER EINFACHEN WESENTLICHKEITSANALYSE 2025



ERGEBNIS DER DOPPELTEN WESENTLICHKEITSANALYSE 2025



STABSSTELLE CSR & NACHHALTIGKEIT

Die Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit ist bei Borussia unmittelbar an die Geschäftsführung angeschlossen

Der Stellenwert der Themenkomplexe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) lässt sich bei Borussia auch an der Firmenstruktur des Vereins ablesen. Zum einen hat der VfL im Jahr 2022 eine eigene Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit eingeführt. Zum anderen ist diese unmittelbar an die Geschäftsführung angeschlossen (siehe Organigramm). Als einer der beiden Geschäftsführer Borussias konzentriert sich Markus Aretz dabei besonders auf die Bereiche CSR, Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung. Die Stabsstelle leitet Markus Friebe und wird von den Nachhaltigkeitsmanagerinnen Christina Krügerke und Anna Froneberg komplettiert. Durch ihre besondere Position im Unternehmensorganigramm wird deutlich, dass Nachhaltigkeitsthemen keinen abgesonderten Bereich umfassen. Vielmehr sind sie in allen Bereichen des Vereins präsent und gleichermaßen wichtig. ◆



KONTAKT

Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit

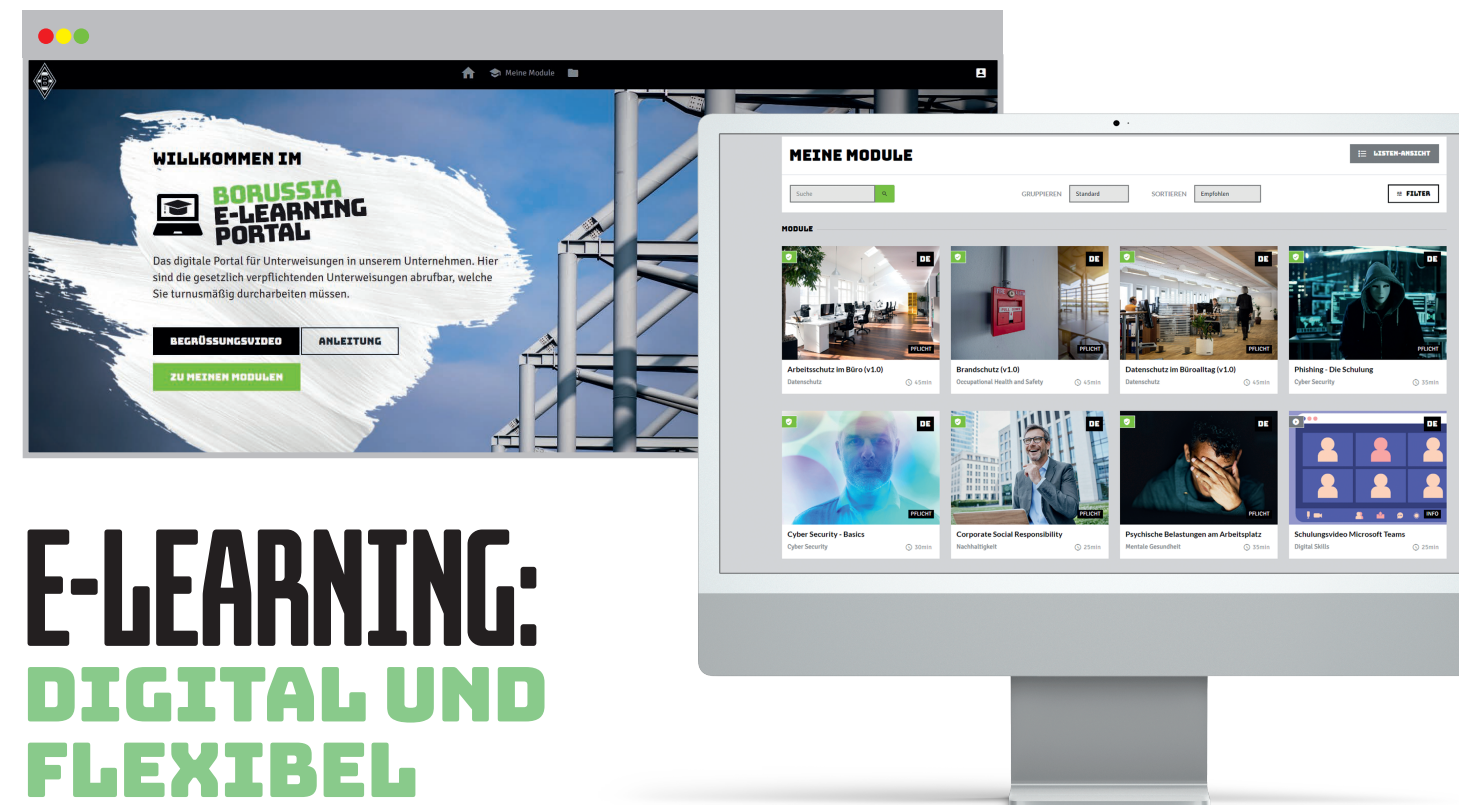
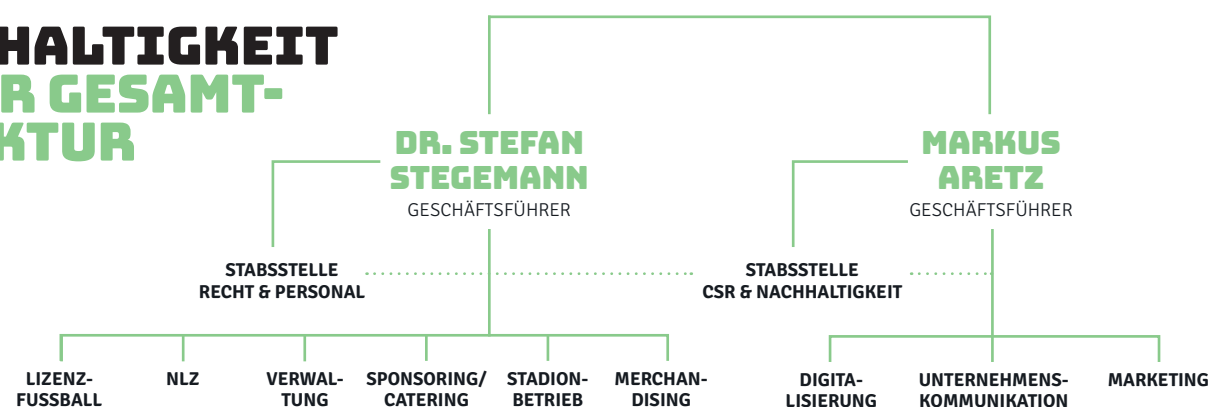
MARKUS FRIEBE
Stabsstellenleiter

ANNA FRONEBERG
Nachhaltigkeitsmanagerin

CHRISTINA KRÜGERKE
Nachhaltigkeitsmanagerin

Kontakt: nachhaltigkeit@borussia.de

CSR & NACHHALTIGKEIT IN DER GESAMT-STRUKTUR



E-LEARNING: DIGITAL UND FLEXIBEL

Borussia bietet allen Angestellten gleich zwei Portale für digitale Schulungen und Weiterbildungsmöglichkeiten

Die Sicherheit am Arbeitsplatz spielt in Unternehmen eine essenzielle Rolle. Fortbildungen und Unterweisungen helfen dabei, den Arbeitsalltag im Büro nachhaltig sicher zu gestalten. Die Zeit, in welcher alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Borussia Mönchengladbach zu einem bestimmten Termin für Unterweisungen zusammengerufen werden, ist allerdings vorbei. In Zeiten der Digitalisierung gibt es längst neue Wege, um Angestellte beispielsweise zum Thema Brandschutz zu unterweisen oder sie auf Gefahren im Bereich der psychischen Gesundheit zu sensibilisieren.

Borussia setzt dabei seit 2021 auf ein E-Learning-Portal. Der digitalisierte Weg bringe dabei für alle Beteiligten des Unternehmens ausschließliche Vorteile. Das Portal entstand in Kooperation mit der „mybreev“-Academy. Die Firma mit Sitz im nahen Viersen hat bereits das Beschulungstool zur „Qualifizierung von Sicherheitsmitarbeitern im Stadion“ (QuaSOD) für den Deutschen Fußball-Bund (DFB) entwickelt.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich frei einteilen, wann sie die Fortbildungen und Unterweisungen absolvieren wollen. Des Weiteren ist der Lernvorgang individualisierter als zuvor und das Lerntempo kann selbstbestimmt werden. Zudem können die online verfügbaren Lerninhalte von Borussia jederzeit aktualisiert werden. Sie sind somit niemals überholt oder veraltet.

Darüber hinaus bietet Borussia seit 2025 weitere digitale Lerninhalte über die Plattform Masterplan, die Zugang zu einer Vielzahl von hochwertigen interaktiven Kursen mit sich bringt. Masterplan nutzt verschiedene Lernmethoden wie Videos, Quiz und praktische Übungen, um das Lernen abwechslungsreich und effektiv zu gestalten. Von Grundlagen der digitalen Transformation über Zeitmanagement bis hin zu Themen wie Künstliche Intelligenz oder Rhetorik ist das Angebot enorm vielfältig und kann von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Borussias dazu genutzt werden, sich sowohl beruflich als auch persönlich voranzubringen. ◆

INFO

UND SO FUNKTIONIERT ES

Die Angestellten bei Borussia können sich im E-Learning-Portal einloggen und zu den verschiedenen Online-Modulen navigieren. Zu den Themen gehören neben Brandschutz, Cyber-Security und CSR auch Fortbildungen zum Thema psychische Belastung am Arbeitsplatz. Beim Erledigen der verschiedenen Einheiten wird unterschieden zwischen Pflicht- und Info-Modulen. Nach Beendigung eines Lerninhaltes erhält der Mitarbeiter ein Zertifikat, welches das Bestehen nachweist. Dieses Zertifikat muss danach beim Arbeitgeber hinterlegt werden. Die Unterweisung und/oder Fortbildung ist abgeschlossen.

ANSPRECH-PARTNER BEI PROBLEMEN

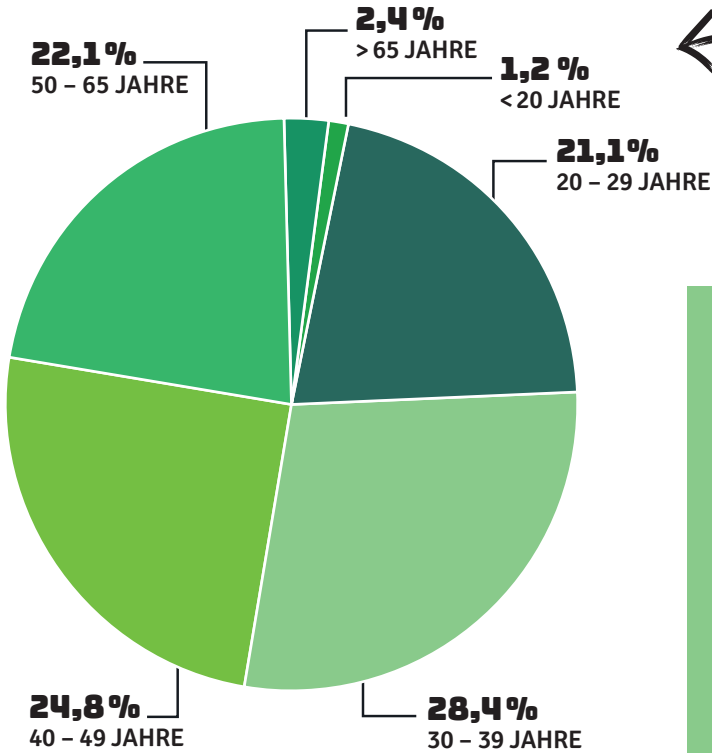
Mit zwei Vertrauenspersonen tritt Borussia möglichen Missständen im Verein proaktiv entgegen und hilft den Mitarbeitenden zusätzlich bei Problemen aller Art

Borussias Mitarbeitenden stehen zwei Vertrauenspersonen für alle Probleme, psychosozialen Risiken am Arbeitsplatz (Mobbing, Überlastung, Stress, Unzufriedenheit etc.) sowie als Vermittler bei Konflikten zur Verfügung. Dabei haben sie die freie Wahl, ob sie mit Lena Lange oder mit Psychologe Christopher Wilting in den Austausch treten wollen. So unterschiedlich der Background der beiden Vertrauenspersonen auch ist, so gut ergänzen sich die beiden bei dieser Aufgabe.

Dabei ist es nicht entscheidend, ob der Gesprächsbedarf beim Mitarbeitenden unmittelbar mit der Arbeit bei Borussia zu tun hat oder ob es sich um ein Thema aus dem Privatleben handelt. Lange und Wilting sind der Überzeugung, dass sie in allen Fällen als Gesprächspartner herangezogen werden sollten, denn schlussendlich nehme man auch private Probleme und Sorgen mit an den Arbeitsplatz, wo sie den Alltag beeinflussen können. Der Zyklus und die Dauer der Begleitung variieren von Fall zu Fall. „Unsere Begleitung ist abhängig vom Anliegen und dementsprechend sehr individuell. Einige nehmen aus dem Erstkontakt bereits viele Impulse für

sich mit, manche wünschen sich eine längerfristige Unterstützung“, sagt Wilting.

Wichtig sei den beiden Ansprechpartnern nur, dass jeder Borussia-Mitarbeitende die Möglichkeit nutzt, die Arbeit der Vertrauenspersonen kennenzulernen und für sich selbst zu entscheiden, ob man die Hilfe in Anspruch nehmen möchte oder nicht. „Es geht um unkomplizierte Hilfe in einem vertrauensvollen Umfeld“, betont Lange. „Daher sind unsere Türen immer offen.“ Sollte sich dennoch ein Mitarbeitender eine passende Psychotherapie außerhalb der Arbeitsstelle wünschen, können Lange und Wilting auch bei der Suche unterstützen. ♦



ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

PERSONALKENNZAHLEN VERWALTUNG

Mitarbeiterstruktur	Gesamt	Führungskräfte
Mitarbeiteranzahl gesamt	335	28
Mitarbeiter in Vollzeit	300	28
Mitarbeiter in Teilzeit	35	0
Frauenanteil	102 (30,45 %)	2 (7,14 %)
Männeranteil	233 (69,55 %)	26 (92,86 %)
Mitarbeiteranzahl mit einer Schwerbehinderung	9 (2,67 %)	1 (3,57 %)

FLUKTUATION UND KRANKHEITSTAGE

Mitarbeiterfluktuation	8,06 %
Mitarbeiter in Elternzeit	2
Anzahl der krankheitsbedingten Ausfalltage	3167,5
Krankheitsquote	4,30 %

KONTAKT



LENA LANGE

T +49 2161 9293-1601
E lena.lange@borussia.de



CHRISTOPHER WILTING

T +49 2161 9293-2604
E christopher.wilting@borussia.de

WHISTLEBLOWING

Misstände im Verein sollen aktiv angesprochen werden. Deshalb hat Borussia das Whistleblowing-Tool „whizzla“ im Unternehmen implementiert. Das System wird von einem Drittanbieter (lexato GmbH) betrieben und bezogen, die Kommunikation innerhalb des Tools erfolgt via „end-to-end“ Verschlüsselungen. Das heißt, es werden keine (personenbezogenen) Daten gesammelt oder gespeichert, so dass ein hohes Maß an Sicherheit geboten wird und alle gesetzlichen und datenschutzrelevanten Vorgaben erfüllt sind.

Das Tool ermöglicht eine einfache und intuitive, aber auch sicherere und anonyme Meldung von Missständen. „whizzla“ unterstützt somit beim Abbau von eventuellen Meldungs-Hürden bei unangenehmen oder brisanten Themen und erhöht die Transparenz, was Vertrauen schafft bzw. das Vertrauen in die eigene Unternehmenskultur bestärkt.

Das Meldeportal ist erreichbar unter: borussia.whizzla.com.



Borussias Fanbeauftragte: Patrick Wolf, Thomas „Tower“ Weinmann, Jennifer Albers und Jan Ruoff (v.l.).

BORUSSIAS FANARBEIT: EIN ZWEI-SÄULEN- PRINZIP

Etwa 39.000 VfL-Fans sind in den 1.280 offiziellen Borussia-Fanclubs aktiv. Um ihre Belange kümmern sich Borussias Fanbeauftragte

„Sei willkommen im Herzen von Borussia Mönchengladbach. Hier in der Nordkurve gilt: ‚Einer für alle, alle für einen!‘“ So beginnt der „Borussen-Kodex“, den sich die VfL-Fans selbst auferlegt und 2017 in einer überarbeiteten Version angepasst haben. „Zeige deine Leidenschaft für unseren Verein und für den Fußball, den wir kennen und lieben! Aber mach das ohne Ausgrenzung, Gewalt und Diskriminierung in jeglicher Form!“, ist ein zentraler Abschnitt daraus. Unterm Stadionsdach des Borussia-Parks hängen Banner, die diese Aussage auf vier Schlagworte verkürzen: „Gegen Diskriminierung. Gegen Rassismus. Für Toleranz. Für Borussia.“



„Daran muss sich jeder halten. Wer das nicht macht, kann nach Hause gehen“, stellt Thomas „Tower“ Weinmann klar. Weinmann ist seit 1994 als Geschäftsführer beim FPMG Supporters Club e.V. aktiv und seit 2003 Fanbeauftragter des VfL. „Jeder Fanclub mit Raute auf der Brust identifiziert sich mit den Werten von Borussia. Und jeder Fan ist auch gleichzeitig eine Visitenkarte des Vereins. Das muss jedem klar sein.“

Jeder der etwa 1.280 offiziellen Borussia-Fanclubs – ob in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Schleswig-Holstein oder Bayern oder international von

Algerien bis Zypern – hat zudem schon bei der offiziellen Anerkennung vonseiten des Vereins eine Gewaltverzichteerklärung unterzeichnet. In Mönchengladbach wird seit den Achtzigerjahren bei der Fanarbeit Borussia von einem Zwei-Säulen-Prinzip, das heißt einer internen und einer externen Fanarbeit, gesprochen. Dabei war und ist das damalige Fanprojekt MG e.V., der heutige FPMG-Supporters Club e.V., die Keimzelle der gesamten Fanarbeit Borussia. Historisch gewachsen arbeiten hier mittlerweile sechs Festangestellte, circa 30 Teilzeitkräfte und viele Ehrenamtler. Beide „Parteien“ laufen dabei nicht parallel, sondern sind eng miteinander verzahnt und bilden im Sinne der Fans eine Einheit. Was aber damals noch fehlte, war die sozialpädagogische Arbeit mit Fußballfans der im Nationalen Konzept für Sport und Sicherheit beschriebenen Fanprojekte. Im Jahre 2014 wurde daher zusätzlich zum Fanprojekt MG e.V. ein zweiter Verein gegründet: De Kull e.V.

Borussia hat beim Thema Fanarbeit eine Vorreiterrolle inne: Der VfL war der erste Verein, der einen hauptamtlichen Fanbeauftragten eingestellt hat – weit bevor

dies ein Lizenzierungskriterium der DFL und des DFB wurde. Das unabhängige Fanprojekt Mönchengladbach e.V. wurde 1988 ins Leben gerufen. Damit war die Basis gelegt für das bis heute funktionierende stabile System des Zwei-Säulen-Prinzips: Fanarbeit direkt bei Borussia und Fanarbeit extern, beim FPMG Supporters Club e.V. und dem Fanprojekt im De Kull e.V. Darüber hinaus hat Borussia auch die Bedürfnisse ihrer Fans mit Beeinträchtigung stets im Blick. Patrick Wolf ist als Inklusionsbeauftragter der entsprechende Ansprechpartner. Andrea Hanisch kümmert sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und Rollstuhlfahrer. ♦

KONTAKT

Fanbeauftragte:
fans@borussia.de

Patrick Wolf,
Inklusionsbeauftragter:
barrierefrei@borussia.de

Andrea Hanisch,
Betreuerin Rollstuhlfahrer:
andrea.hanisch@borussia.de

DE KULL

TRÄGER DER
FREIEN
JUGENDHILFE

**Der Jugendhilfeträger
De Kull leistet wichtige
soziale und bildungspo-
litische Arbeit rund um
den Borussia-Park**



Angefangen hat alles vor über 15 Jahren mit einem ersten Jugendlernachmittag im Fanhaus. Inzwischen beschäftigt der Jugendhilfeträger De Kull knapp 150 Mitarbeiter - ins Leben gerufen wurde er mit lediglich dreien. Interdisziplinäre Teams beleben die Tätigkeiten in den Arbeitsbereichen „Soziale Arbeit“, „Bildung“ und „Sport“. Der Bedarf an den Angeboten wächst stetig, berichtet Philip Hülsen, Gründer und Geschäftsführer von De Kull. „Wir erreichen zwar schon viele Menschen, aber vor allem der Bedarf bei sozial schwächeren oder ärmeren Kindern und Jugendlichen muss mehr gedeckt werden.“

In den verschiedensten Arbeitsfeldern arbeiten der Jugendhilfeträger De Kull und Borussia Hand in Hand. Diese Zusammenarbeit wird beispielsweise im Jugendzentrum oder der Bolzplatzliga erlebbar. Im Bereich der Fan-Sozialarbeit schafft De Kull für Jugendliche verschiedene Randzeitangebote. Das Jugendzentrum auf der Hehner Straße bildet dabei ein wichtiges Standbein. Dort besuchen die Jugendlichen die Räumlichkeiten des Trägers aus eigener Motivation. Durch diese Struktur entsteht ein regelmäßiger Kontakt und Austausch. Schulische, familiäre, fan-technische oder private Problematiken können im Rahmen einer Einzelfallhilfe besprochen werden.

Neben den wöchentlichen Angeboten bietet De Kull auch am Wochenende Kontaktmöglichkeiten an. Beim Projekt „Junge Kurve“ haben Jugendliche die Möglichkeit, in einem geschützten Rahmen Bundesligaspiele von Borussia zu erleben. Dafür stellt der Träger durch die Unterstützung Borsussias Karten für die Nordkurve bereit und nutzt dieses Projekt einmal mehr dazu, um Jugend-

liche für den Fußball und die Fankultur zu sensibilisieren und Werte zu vermitteln. Im Rahmen dieses Projektes fanden zuletzt auch organisierte Touren zu Auswärtsspielen der FohlenElf statt.

Die Bolzplatzliga ist ein weiteres Angebot mit einer Schnittstelle zu Borussia. Diese wird jährlich von der Borussia-Stiftung gefördert. Dabei handelt es sich um eine Straßenfußballliga für Jugendliche im Alter von 12 bis 17 Jahren an wechselnden Standorten in Mönchengladbach. Im Jahr 2025 fand die Bolzplatzliga in zwei Altersklassen statt, knapp 400 Jugendliche aus der Stadt nahmen an ihr teil. „Bolzplätze sind enorm wichtig für die Sozialisierung von jungen Menschen - sie sind die Sozialräume der Jugendlichen, die wir aufsuchen, um mit Ihnen in Kontakt zu kommen.“, erzählt Leon Glitt, Leiter der Bolzplatzliga bei De Kull.

Seit 2016 ergänzt der Bildungspark MG (BPMG) das Angebot um die politische Bildung des Jugendhilfeträgers. Dieser wird ebenfalls von der Borussia-Stiftung finanziell unterstützt. Als Teil des deutschlandweiten Netzwerkes Lernort Stadion e.V. werden Workshops zu Themen wie Anti-Diskriminierung, Geschlechterrollen, Social Media und Hate Speech, Suchtprävention, Nachhaltigkeit, Teambuilding, Gewaltprävention und Antisemitismus in den Räumlichkeiten des Borussia-Park angeboten.

Dabei unterstützt De Kull Borussia unter anderem bei der Lizenzierung des Nachwuchsleistungszentrums (NLZ). Dafür richtet der BPMG mit den Jugendmannschaften des Vereins regelmäßig Workshops aus. Seit 2024 im Portfolio von De Kull ist das Quartiersprojekt

im Mönchengladbacher Stadtteil Hardterbroich/Pesch. An zwei Tagen in der Woche findet an der alten Radrennbahn im Volksgarten ein offener Treff für Kinder, Jugendliche und deren Eltern statt. Hier steht ein abwechslungsreiches Programm, von Spielenachmittagen hin zu angeleiteten Aktivitäten, auf dem Plan. Mit dem Angebot will man Ansprechpartner für alle Menschen des Stadtteils sein und Ideen und Projekte gemeinsam vorantreiben. Das Quartiersprojekt ist ein Erfolgsmodell und hat sich bereits weiterentwickelt. In Kooperation mit der Katholischen Kirche betreibt De Kull dort nun eine Jugendeinrichtung mit dem Namen „Das Dock“. Eine neue Anlaufstelle für die Jugendlichen im Quartier. ◆

KONTAKT

De Kull Jugendhilfeträger e.V.
Helmut-Grashoff-Straße 20
41179 Mönchengladbach
Tel.: 02161/9850400
info@dekull.de

KURZPASS

STADTRADELN

Im Mai 2025 hat das „Team Borussia“ erneut am Stadtradeln teilgenommen. 64 Radelnde legten an den 21 Tagen der Aktion insgesamt 18.101 Kilometer zurück – knapp 3.000 Kilometer mehr als im Jahr zuvor. Mit dem fünfthöchsten Wert in der Kommune wurden so umgerechnet 2.968,5 kg CO₂-Ausstöße vermieden.

RUN & FUN

Eine weitere Tradition bei Borussia ist die Teilnahme am „Run & Fun“-Firmenlauf. Erneut gingen rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fohlen auf die etwa fünf Kilometer lange Strecke. Insgesamt waren fast 6.000 Läuferinnen und Läufer aus 220 Unternehmen der Region am Start.



LEASE A BIKE

Im Jahr 2025 nutzten 57 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit, über Borussia und „Lease a Bike“ eines oder mehrere Fahrräder zu leasen. 83 Fahrräder werden so aktuell finanziert.

TÜREN AUF MIT DER MAUS

Jedes Jahr am 3. Oktober öffnen sich für die bekannte WDR-Maus deutschlandweit all- hand Türen, die sonst für die Allgemeinheit verschlossen bleiben. Auch bei den Fohlen gab es besondere Räume zu sehen. Rund 100 Kinder erkundeten den Borussia-Park und erhielten beispielsweise exklusive Einblicke in das Vereinsarchiv und die FohlenWelt.



DANKE AN DAS EHRENAMT

Rund um den internationalen Tag des Ehrenamts am 5. Dezember hat sich Borussia als einer von 61 Vereinen an der jähr- lichen Initiative „Danke ans Ehrenamt“ beteiligt, die vom DFB und der DFL gemeinsam ins Leben gerufen wurde. Um den ehrenamtlichen Helfern zu danken, lud Borussia ehrenamtliche Helfer ihrer Partnervereine zum Heimspiel gegen den VfL Wolfsburg in den Borussia-Park ein. Rund 1,7 Millionen Menschen investieren ihre Freizeit, um den Amateur- und Profifuß- ball zu unterstützen.

AUSZEICHNUNG FÜR AKTIONSSPIELTAG

Für ihr Engagement am Aktionsspieltag unter dem Motto „Unzählbar für Kinderrechte“ ist Borussia mit dem German Brand Award ausgezeichnet worden. Ziel des Aktionsspieltags war, den Rechten und Anliegen von Kindern und Jugendlichen mehr Sichtbarkeit zu geben. Der German Brand Award würdigt jährlich die innovativsten Markenauftritte und herausragende Kreativkampagnen.



UMWELT

Klima Borussias Fußabdruck ----- **24**

Energie Energiemanagement des Borussia-Parks ----- **26**

Abfall Kronkorken für den guten Zweck ----- **28**

Mobilität Reiseverhalten ----- **29**

Biodiversität Es ergrünen die Dächer ----- **30**

Infografik So grün ist der Borussia-Park ----- **32**

Kurzpass Weitere Meldungen 2025 ----- **34**

BORUSSIAS FUSSABDRUCK

Auch für die vergangene Saison 2024/25 hat Borussia wieder gemeinsam mit der Fjol GmbH und basierend auf dem international anerkannten Standard des Greenhouse Gas Protocol ihren CO₂-Fußabdruck errechnet

Die Berechnung des Corporate Carbon Footprint (CCF) erfolgte erneut auf Basis der international anerkannten Standards des Greenhouse Gas Protocol und bildet die Klimawirkung der Geschäftstätigkeiten im Bundesliga-Spielbetrieb sowie im Nachwuchsleistungszentrum ab.

Im Berichtszeitraum der Saison 2024/25 verursachte Borussia Mönchengladbach insgesamt 13.926 Tonnen CO₂-Äquivalente. Gegenüber der Vorsaison entspricht dies einer Reduktion um rund 8 Prozent. Zurückzuführen ist dies vor allem auf die Aspekte „Gekaufte Waren und Dienstleistungen“ sowie auf die Mitarbeiter- und Fanmobilität.

Bei den gekauften Waren und Dienstleistungen hat sich positiv ausgewirkt, dass Borussia den Anteil von Recycling- und Bio-Baumwoll-Produkten spürbar erhöht hat. In puncto Mobilität nutzen immer mehr Fans und Mitarbeiter elektrische Antriebe (E-Bikes oder E-Autos) oder das vom Unternehmen geförderte Deutschland-Ticket. Auch dies hat sich auf die Zahlen beim Fußabdruck ausgewirkt.

Gleichzeitig zeigen einzelne Bereiche auch gegenläufige Entwicklungen. So sind Emissionen im Zusammenhang mit Abfällen sowie bei energiebezogenen Vorketten gestiegen. Diese Veränderungen sind unter anderem auf methodische Anpassungen und eine vollständigere Erfassung von Emissionen – etwa am Ende des Produktlebenszyklus von Merchandise-Artikeln – zurückzuführen. Borussia verfolgt hier bewusst einen konservativen Ansatz, um eine Unterbewertung der eigenen Klimawirkung zu vermeiden.

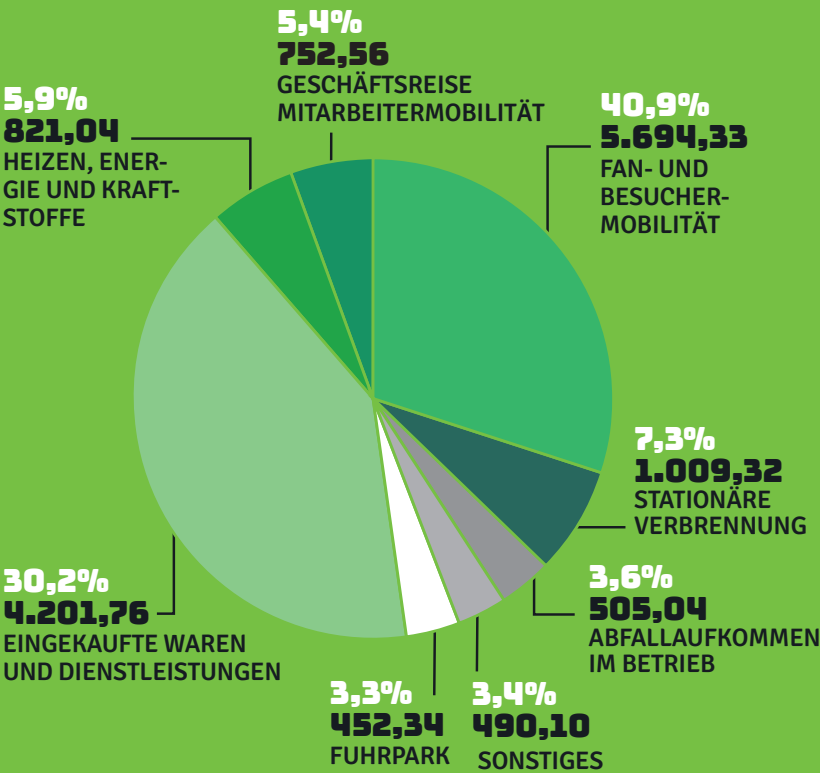
Wie bereits in den Vorjahren zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Emis-

sionen nicht aus dem unmittelbaren Stadionbetrieb stammt, sondern entlang der Wertschöpfungskette entsteht. Rund 90 Prozent der Treibhausgasemissionen entfallen auf Scope 3, also auf indirekte Emissionen, die nur begrenzt direkt steuerbar sind.

Im Laufe des Jahres 2026 könnte die Optimierung des Energiemanagements gemeinsam mit Partner ista weiteres Verbesserungspotenzial bieten und den Borussia-Park noch effizienter und nachhaltiger machen. ♦

SCHADSTOFFEMISSIONEN BEI BORUSSIA

13.926,49 TONNEN CO₂
(BILANZIERUNGSZEITRAUM: SAISON 2024/25)



Es gibt drei Geltungsbereiche, in denen Unternehmen oder Organisationen Treibhausgase emittieren. Diese Geltungsbereiche werden als „Scopes“ bezeichnet.

SCOPE 1:
Emissionen aus Quellen, die direkt im Unternehmensbesitz oder Geltungsbereich sind (z.B. der eigene Fuhrpark oder Heizkessel).

SCOPE 2:
Emissionen aus der Nutzung von Energie, die eingekauft wird (z.B. Strom).

SCOPE 3:
Emissionen, die aus Aktivitäten resultieren, die nicht direkt zum Unternehmen gehören, aber aufgrund der Tätigkeit der Firma entstehen (z.B. Fan-Anreisen).

VERGLEICH ZUM VORJAHR (in Tonnen CO₂e)

	2024/25	2023/24
Stationäre Verbrennung	1.009,32	954,49
Fuhrpark	452,34	507,49
Gesamt SCOPE 1	1461,66	1461,98
Strom	10,39	5,61
Gesamt SCOPE 2	10,39	5,61
Gekaufte Waren und Dienstleistungen	4.201,76	5.442,15
Anlagegüter	326,70	230,17
Kraftstoff- und energiebezogene Emissionen	821,04	430,9
Vorgelagerte Transporte	43,77	92,55
Abfallaufkommen im Betrieb	505,04	274,54
Geschäftsreisen	348,18	311,74
Mitarbeitermobilität	404,38	683,4
Fan- und Besuchermobilität	5.694,33	6.256,98
Entsorgung verkaufter Produkte	109,24	0,9
Gesamt SCOPE 3	12.454,44	13.723,42
TOTAL	13.926,49	15.191,01

SCHRITT FÜR SCHRITT

EFFIZIENTER WERDEN

Der Borussia-Park ist ein Areal mit spürbarem Energieverbrauch. Mit der Einführung eines Energiemanagements sowie der Umstellung auf LED-Technologie beim Flutlicht hat der VfL weitere Schritte unternommen, hier noch effizienter zu werden

Der nachhaltige Schutz der Umwelt und damit das Senken des eigenen Energieverbrauchs sind elementare Bestandteile der Unternehmensphilosophie von Borussia Mönchengladbach. Daher versteht es der Verein als seine Pflicht, den Energieverbrauch im Rahmen der wirtschaftlichen und technischen Möglichkeiten auf das mögliche Minimum zu reduzieren.

Es ist für den Verein selbstverständlich, sämtliche Tätigkeiten zu unterstützen, die einen positiven Effekt auf die Energieeffizienz haben. Das erfordert die systematische Ermittlung und Bewertung der bedeutenden Energieaspekte ebenso wie die Festlegung klarer Energieziele und -programme. Nur durch Transparenz bei Verbrauchsdaten und durch kontinuierliches Monito-

ring lassen sich Optimierungspotenziale erkennen und gezielt nutzen. Die kontinuierliche Verbesserung der energiebezogenen Leistung ist dabei ein zentraler Bestandteil des Managementansatzes und mittel- und langfristig auch Voraussetzung für eine wirksame Senkung der Kosten und ein bedeutender Beitrag zum Schutz der Umwelt. Dazu zählt ausdrücklich auch die Beschaffung energieeffizienter Produkte und Dienstleistungen, die sich positiv auf die energiebezogene Leistung des Unternehmens auswirken. Eine störungsfreie Veranstaltungsorganisation, fortschrittliche Managementmethoden und der Einsatz moderner Technik bilden hierfür den notwendigen Rahmen. Führungskräfte sind verpflichtet, die geltenden Managementpraktiken in ihrem Verantwortungsbereich anzuwenden, deren

Wirksamkeit kontinuierlich zu überwachen und sie an neue Erkenntnisse sowie Anforderungen anzupassen.

Dies ist im Jahr 2025 mit einer ISO 50001 Zertifizierung und mit der Einführung eines Energiemanagements auf den Weg gebracht worden. „Für Unternehmen, die mehr als sieben Megawatt im Jahr an Energie (z.B. Strom und Gas) verbrauchen, ist eine gesetzliche Zertifizierung vorgesehen“, erklärt Ben Muckel. Der damit verbundene Prozess habe sich über mehrere Monate erstreckt. „Im Juni 2025 wurde Borussia das Zertifikat ohne Auflagen erteilt – ein Beleg dafür, dass die Anforderungen umfassend erfüllt werden“, so Borussia's Abteilungsleiter Betriebs- und Veranstaltungstechnik.

ENERGIEVERBRAUCH 2024/25

4.883.213 KWH
Strom (inklusive E-Mobilität)

4.611.079 KWH
Erdgas/Flüssiggas

1.995.076 KWH
Heizöl, Benzin, Diesel

2.293,09
CO₂e-Emissionen in Tonnen

11.489.368 KWH Gesamtenergiemenge

Ergänzend zum grundsätzlichen Energiemanagement hat der Verein mithilfe seines Nachhaltigkeitspartners ista ein smartes Zählermanagement aufgebaut. „Im gesamten Stadionbereich werden annähernd 300 Zähler installiert, um detailliert zu erfassen, wann wo wieviel Wasser, Strom oder Gas verbraucht wird“, sagt Muckel. Während bislang zum Beispiel im Stadion ein zentraler Zähler den Gesamtverbrauch ermittelte, verfügen künftig jede Etage und jeder Bereich über eine eigene Messeinheit. Dadurch könne man Einsparungen nun unmittelbar nachvollziehen. „So kann nun unter anderem exakt berechnet werden, wie sich eine Absenkung der Raumtemperatur um ein Grad in einem

bestimmten Bereich auf den Energieverbrauch auswirkt“, erklärt der Experte für Betriebstechnik.

Zudem wurden die bisherigen Kälteanlagen, die das Kaltwasser für die Lüftungsanlagen bereitstellten, durch moderne Wärmepumpen ersetzt, die sowohl kühlen als auch heizen können. Im Winter können diese Pumpen über die bestehenden Register in den Lüftungsanlagen Warmwasser bereitstellen, sodass der Bedarf an Gas deutlich reduziert wird. Und auch das Flutlicht wurde durch die Umstellung auf LED-Technologie umweltfreundlicher. „Wo zuvor ein einzelner Strahler eine Leistung von 2,2 Kilowatt benötigte, sind es jetzt ledig-

lich 1,6 Kilowatt, und auch die Anzahl der eingesetzten Strahler konnte reduziert werden“, so Muckel. Borussia zeigt mit diesen Maßnahmen, dass sich durch den Einsatz moderner Technik und den Aufbau eines smarten Energiemanagements ökologische Verantwortung und wirtschaftliche Vernunft sehr erfolgreich miteinander verbinden lassen. ♦

KRONKORKEN, DIE HOFFNUNG SCHENKEN

**Kleine Flaschenver-
schlüsse können Großes
bewirken. Statt im Abfall
zu landen, verwandeln
sie sich durch eine Sam-
melaktion in Hilfe für
kranke Kinder**

Kronkorken wirken auf den ersten Blick wertlos – doch ihr Metall bringt in großen Mengen beim Verkauf beachtliche Summen ein. So entstand vor einigen Jahren beim Karnevalsklübchen Kraus e.V. in Bad Breisig die Idee, die kleinen Deckel im großen Stil zu sammeln und die Erlöse an den Förderkreis für krebskranke Kinder und Jugendliche e.V. in Bonn weiterzugeben. Eine Aktion, die eindrucksvoll zeigt, wie aus etwas Kleinem etwas Großes werden kann.

Borussias Fanclub Fohlenstall Bonn unterstützt die Idee seit Jahren. Über Mitglied Ralf Schleheck kam der Kontakt zu den Borussia-Verantwortlichen zustande. Ein Gespräch mit Borussias Prokurist Guido Uhle brachte schließlich eine besondere Unterstützung ins Rollen: Seitdem sammelt Borussia alle Kronkorken aus der FohlenSportsbar und dem Business-Bereich an Spieltagen und stellt sie zur Verfügung.

So konnte der Fanclub im vergangenen Jahr im Borussia-Park eine stattliche Menge von insgesamt 550 Kilogramm auf die Ladefläche des grünen VW-Bullis laden und zur Sammelstelle nach



Bad Breisig bringen, wo alle Kronkorken-Spenden zusammenfließen.

Höhepunkt des Projekts ist das jährliche große Kronkorkenfest in Bad Breisig im August, bei dem gemeinsam gefeiert wird, was durch viele helfende Hände möglich wurde. Das Ergebnis des Wiegens war erneut beeindruckend: Seit August 2024 wurden 96.614 Kilogramm Kronenorken gesammelt – fast zehn Tonnen mehr als im Vorjahreszeitraum und ein neuer Rekord. Beim Altmetallhandel brachte diese Menge 27.272 Euro ein, durch private Spenden wurde auf 34.000 Euro aufgestockt. Geld, das direkt Familien unter-

stützt, die sich in der schwersten Zeit ihres Lebens befinden.

„Gemeinsam sind wir stark und jeder einzelne Kronkorken hilft. Wir freuen uns, einen Teil dazu beitragen zu können.“, sagt Rainer Abels vom Fohlenstall Bonn. Und auch Guido Uhle betont: „Wir können mit kleinem Aufwand Großes bewegen und unterstützen diese Aktion sehr gerne.“ Bleibt nur noch auf eine erfolgreiche Saison mit vielen Siegen zu hoffen – damit im Borussia-Park viele Flaschen geöffnet werden und deren Verschlüsse weiterhin Gutes bewirken können. ♦

DIE FOHLEN UNTERWEGS

MANNSCHAFTSREISEN

Wettbewerb	Gegner	Reisedistanz (Hin- und Rückfahrt)	Verkehrsmittel
DFB-Pokal	Erzgebirge Aue	1.400 km	Flugzeug
DFB-Pokal	Eintracht Frankfurt	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfL Bochum	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Eintracht Frankfurt	520 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	FC Augsburg	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	1. FSV Mainz 05	570 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	RB Leipzig	1.400 km	Flugzeug
Bundesliga	SC Freiburg	1.000 km	Flugzeug
Bundesliga	TSG Hoffenheim	700 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfL Wolfsburg	800 km	Flugzeug
Bundesliga	Bayer Leverkusen	130 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	VfB Stuttgart	820 km	Flugzeug
Bundesliga	Union Berlin	1.200 km	Flugzeug
Bundesliga	1. FC Heidenheim	1.020 km	Flugzeug
Bundesliga	SV Werder Bremen	660 km	Flugzeug/ Mannschaftsbus
Bundesliga	FC St. Pauli	900 km	Flugzeug
Bundesliga	Borussia Dortmund	200 km	Mannschaftsbus
Bundesliga	Holstein Kiel	1.040 km	Flugzeug
Bundesliga	FC Bayern München	1.260 km	Flugzeug
TL Sommer	Rottach-Egern	1.380 km	Flugzeug

Gesamtkilometer **16.920 km**
(Vorjahr: 15.182 km)

CO₂-Emissionen in Tonnen **178,25** (Vorjahr: 153,09)

FANMOBILITÄT

Verkehrsmittel	Dauerkarten*	Tageskarten*
ÖPNV Nahverkehr	23 %	17 %
ÖPNV Fernverkehr / Reisebusse	5 %	9 %
Fahrrad / zu Fuß	12 %	5 %
PKW Benzin	30 %	37 %
PKW Diesel	17 %	21 %
PKW elektrisch	5 %	4 %
PKW Hybrid	6 %	6 %
Sonstige	2 %	2 %

Durchschnittliche Anreisedistanz **21 km** **72 km**

*Fanumfrage Oktober 2025 mit 9.536 Teilnehmenden



FÖRDERUNG FÜR GRÜNDÄCHER



Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit, übergab Borussia den offiziellen Förderbescheid.

Borussia Mönchengladbach hat vom Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUKN) einen Förderbescheid im Rahmen des Förderprogramms „Kommunale Modellvorhaben zur Umsetzung der ökologischen Nachhaltigkeitsziele in Strukturwandelregionen“ – kurz KoMoNa – erhalten

Mithilfe der KoMoNa-Förderung wird auf den Nebengebäuden des Borussia-Parks ein Modellprojekt zur Dachbegrünung umgesetzt. Auf insgesamt 1.867 Quadratmetern entstehen Gründächer, die mit einem innovativen

Kassetten-System ausgestattet werden. Darin sind bereits alle Schichten, die zu einer professionellen Dachbegrünung gehören, enthalten, sodass die positiven Effekte der Begrünung sofort entstehen: Die neuen Dachflä-

chen kühlen die Umgebung, speichern Regenwasser, verbessern die Luftqualität und schaffen Lebensräume für Pflanzen und Insekten. „Das Projekt hat Vorbildcharakter: Es zeigt, wie nachhaltige Begrünung auch an großen Sportstätten umgesetzt werden kann“, sagt Geschäftsführer Markus Aretz.

Ergänzt wird die bauliche Maßnahme durch Umweltbildungsangebote. Kinder und Jugendliche können den Borussia-Park künftig als Lernort erleben und praxisnah erfahren, wie Natur- und Klimaschutz funktioniert. „Über Stadionführungen und Mitmach-Angebote machen wir ökologische Themen für Zielgruppen wie Schulklassen und Fußballfans zugänglich“, so Markus Friebe, Borsussias Leiter Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. Auf einer neu geplanten Terrasse, die als Lernort fungieren soll, wird den jungen Menschen das Thema in Zukunft nähergebracht. Es sind verschiedene Projekte geplant, unter anderem ein Insektenhotel.

Der offizielle Förderbescheid wurde Borussia durch Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Mitte Oktober 2025 überreicht. „Der Kohleausstieg stellt die Menschen in den einstigen Kohlere Regionen vor große Veränderungen.



Auf dem Dach der FohlenSportsbar-Küche wurden bereits zuvor Grünflächen installiert. Insgesamt **1.867** weitere Quadratmeter im Borussia-Park folgen im Frühjahr 2026.

Nachhaltiger Strukturwandel gelingt nur, wenn die Menschen vor Ort ihn mitgestalten. Wenn Bürgerinnen und Bürger am Wandel aktiv beteiligt sind, können sie sich auch künftig mit ihrer Region identifizieren. Das geförderte Projekt ist dafür ein überzeugendes Beispiel, das zum Nachahmen auffordert. Es trägt viel dazu bei, die Attraktivität des Rheinischen Reviers zu erhalten und neu auszugestalten“, erklärt Rita Schwarzelühr-Sutter.

Auch den Aspekt der Einbindung von Kindern und Jugendlichen hält Schwarzelühr-Sutter für wichtig, wie sie bei ihrer Rede zur Übergabe des Förderbescheids im Borussia-Park erwähnte: „Die Umweltbildung ist essenziell. Der Mensch braucht die Natur, wir leben in einem funktionierenden System, und das soll auch

so bleiben“. Es sei wünschenswert, für Kinder und Jugendliche einen Bezug zur Natur herzustellen. „Borussia als großer Verein mit einer breiten Zielgruppe nimmt eine wichtige Rolle in diesem Vorhaben ein“, so die Staatssekretärin zum Abschluss ihrer Rede.

Das Projekt des VfL ist eines von insgesamt 43 geförderten Projekten im Rheinland, jedoch das erste und einzige eines Bundesligisten, der sich auf dieser Ebene für eine Förderung beworben hat. „Ich hoffe, Borussia Mönchengladbach ist ein Vorbild für viele andere Vereine - ob in der Bundesliga oder auf der Amateur-Ebene“ sagt Staatssekretärin Schwarzelühr-Sutter. ◆

SO GRÜN IST DER

BORUSSIA-PARK

Ökostrom, LED-Leuchtmittel und ein eigener Tiefbrunnen – der Borussia-Park ist nachhaltig aufgestellt



Borussia-Fans fahren dank des Kombitickets im VRR und AVV kostenlos mit dem ÖPNV zu den Spielen.



1.871 FAHRRAD-STÄNDER

Am Borussia-Park stehen Fahrradständer für 1.871 radelnde Fans zur Verfügung.

GO GREEN

Seit 2011 nimmt Borussia an „Go Green“ teil, dem CO₂-Kompensationsprojekt der Deutsche Post AG für den Briefversand.

FILTER

an den Kunstrasenflächen verhindern, dass Mikroplastik ins Grundwasser gelangt.

22 E-LADEPUNKTE
für Elektroautos gibt es im BORUSSIA-PARK.

100.000 LITER

(100 Kubikmeter) Wasser spart Borussia pro Spieltag im Borussia-Park durch die automatisierte Spülung der 440 Urinale im Stadion.



1.500 €

PV-Anlagen haben seit Inbetriebnahme einen Ertrag von 130 MWh (130.000 kWh) erzeugt.

ÖKOSTROM

Seit dem 1. Januar 2021 hat Borussia mit ihrem Partner NEW den gesamten Borussia-Park auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt. Dadurch wurden in der Saison 2024/2025 bei einem Verbrauch von ca. 4.900.000 kWh etwa 1.500 t an CO₂-Emissionen gegenüber dem ortsbasierten Ansatz (deutscher Strommix) eingespart.



Alle Leuchtmittel im Borussia-Park, die mehr als 3.000 Betriebsstunden im Jahr gebraucht werden, sind auf stromsparende LEDs umgestellt.

ISO 50001

2025 ist Borussia die Zertifizierung für die Einführung eines Energiemanagementsystems ohne Auflagen erteilt worden.

UNEP PAPIER

Borussia benutzt FSC-zertifiziertes Papier.



MEHRWEG BECHER
IN DER STADION-GASTRONOMIE

35.000.000 LITER WASSER

Die Spielfelder im Borussia-Park beregnet Borussia mit bis zu 35.000.000 Litern (35.000 Kubikmeter) Wasser aus einem eigenen Tiefbrunnen auf dem Vereinsgelände. Das Wasser versickert auch wieder auf dem Gelände des BORUSSIA-PARK und wird so dem Grundwasser-Kreislauf wieder zugeführt.

REGENERATIVE ANLAGEN

Dank moderner Technik in zwei Blockheizkraftwerken, zwei Brennwärtskesseln und vier gasbetriebenen Luft-Wärmepumpen gewinnt und verbraucht Borussia Energie mit größtmöglicher Effizienz. Die alten Kaltwassersätze wurden gegen moderne Wärmepumpen ausgetauscht.

KURZPASS

MEHRWEG STATT EINWEG

Seit Saisonstart 2025/26 werden nun auch beim mobilen Bierverkauf im Borussia-Park Mehrwegbecher genutzt. Rund 70.000 Einwegbecher pro Spielzeit können damit eingespart werden. Aneinandergereiht würden diese eine Strecke von 6,3 Kilometer einnehmen.



NACHHALTIGE FAN-MOBILITÄT

Gemeinsam mit Bike-Partner VELO DE VILLE zählt Borussia seit der laufenden Saison 2025/26 die Fans, die mit dem Fahrrad zu den Heimspielen des VfL kommen. Im Durchschnitt radeln 2.076 Zuschauer pro Spieltag in den Borussia-Park. Die aktuelle Zahl wird bei jedem Heimspiel auf der Stadion-Leinwand präsentiert und soll noch mehr Menschen dazu motivieren, emissionsfrei mit dem Rad zu den Partien zu fahren und nachhaltige Mobilität zu fördern.

DEUTSCHLAND TICKET

Borussia unterstützt ihre Mitarbeitenden mit einem Zuschuss zum Deutschlandticket. 32 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben das Jobticket im Jahr 2025 in Anspruch genommen.

UPCYCLING

Gemeinsam mit der AOK Rheinland/Hamburg sind 150 ausrangierte Trikots zu rund 500 „neuen“ Fanartikeln geworden: Vom Haargummi über Schlüsselbänder bis hin zum Federmäppchen – per Upcycling haben die Trikots eine zweite „Karriere“ gestartet.



DIGITALE TICKETS

Seit der Saison 2024/25 hat Borussia die digitale Dauerkarte als Standard festgelegt. Wer seine Saisonkarte weiterhin haptisch erhalten will, muss sich nun aktiv melden. So nutzen bereits 43 Prozent die digitale Dauerkarte (2024/25: 40 Prozent). Bei den Tageskarten ist die Entwicklung noch spürbarer: Dort greifen inzwischen 80 Prozent auf die digitalen Eintrittskarten zurück (2024/25: 78 Prozent).



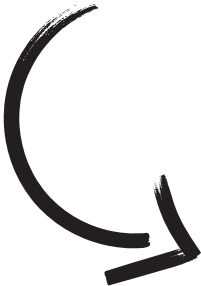
BAUMPFLANZ- CHALLENGE

Nachhaltigkeitspartner ista hatte Borussia auf Social Media zur sogenannten Baumpflanz-Challenge nominiert – und der VfL hat Taten sprechen lassen: Gemeinsam mit ein paar Kids aus dem JünterClub wurde auf einer zukünftigen Wildblumenwiese hinter Trainingsplatz 10 ein schönes Plätzchen für den neuen Baum gefunden.

WIRTSCHAFT

Merchandise Nachhaltiger shoppen -----	38
Stiftung Tätigkeitsbericht der Borussia-Stiftung -----	40
Sponsoring Mit ista in die Zukunft -----	42
Partner Mit Porsche „Hand in Hand“ -----	44
Finanzen Schulung für die U19 -----	46
Internationalisierung Die FohlenAkademie -----	48
Digitalisierung Gaming mit Verantwortung -----	50
Kurzpass Weitere Meldungen 2025 -----	52

NACHHALTIGERE LOGISTIK & VERPACKUNG IM MERCHANDISING



Borussias Merchandising-Team arbeitet kontinuierlich daran, den Verkauf und Versand von Fanartikeln schrittweise nachhaltiger zu gestalten. Im Jahr 2025 wurden insbesondere Logistikprozesse und Verpackungslösungen weiterentwickelt.

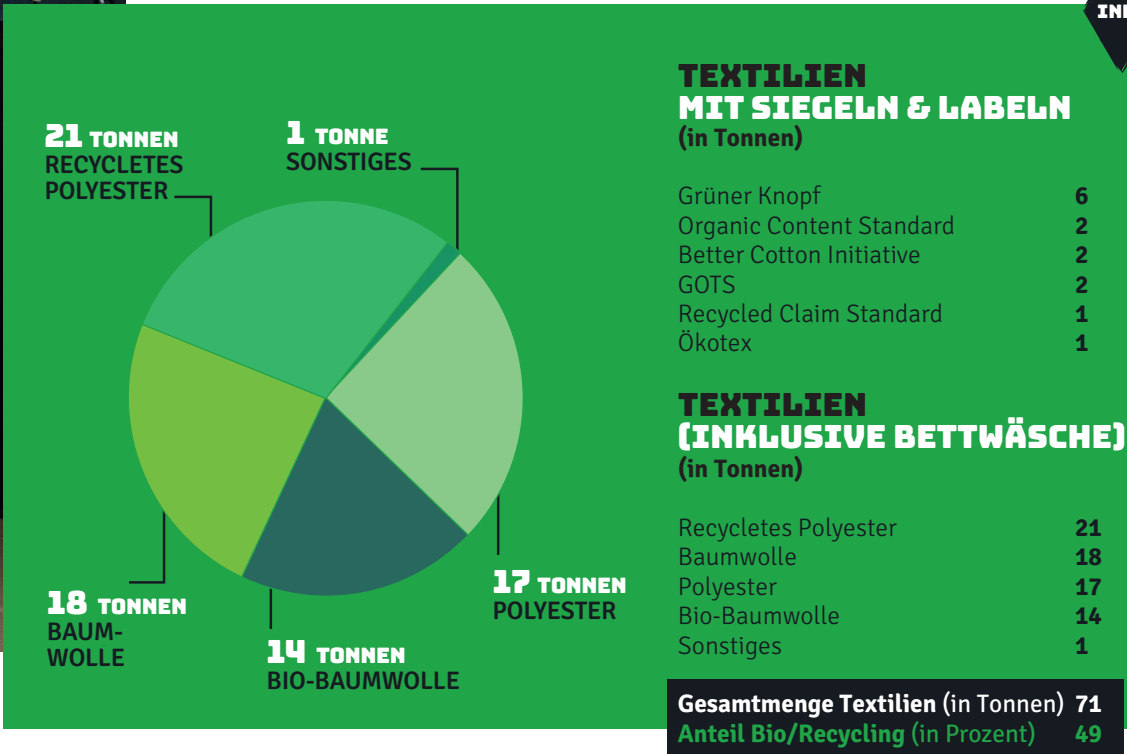
Ein Schwerpunkt liegt auf der verstärkten Nutzung von Versandtaschen anstelle klassischer Kartonverpackungen. Versandtaschen benötigen bei vergleichbarer Versandgröße in der Regel weniger Material als Kartons und ermöglichen dadurch einen effizienteren Ressourceneinsatz. Gleichzeitig können kleinere Sendungen direkt in den Briefkasten zugestellt werden, sofern niemand zu Hause ist. Dadurch lassen sich zusätzliche Wege zur Abholung in Filialen oder Packstationen vermeiden. Weniger zurückgelegte Strecken tragen dazu bei, Umweltbelastungen im Zusammenhang mit der Zustellung zu reduzieren.

Auch beim Verpackungsmaterial setzt Borussia zunehmend auf ressourcenschonendere Alternativen. Die eingesetzten Versandtaschen bestehen aus hochleistungsfähigem Kraftpapier. Kartontagen enthalten einen Grasfaseran-

teil von rund 30 Prozent und sind vollständig recyclingfähig.

Darüber hinaus plant Borussia, Kundinnen und Kunden künftig bereits im Onlineshop eine zusätzliche Versandoption anzubieten, mit der Bestellungen noch nachhaltiger abgewickelt werden können. Entscheidet sich der Fan für diese Versandart, wird der Merchandising-Artikel in einer wiederverwendbaren Verpackung versendet. Nach Erhalt der Bestellung kann diese bei ausgewählten Partnern in der Nähe zurückgegeben werden und gelangt anschließend zurück in den Nutzungskreislauf. Die Verpackung kann auf diese Weise etwa zehn bis fünfzehn Mal wiederverwendet werden.

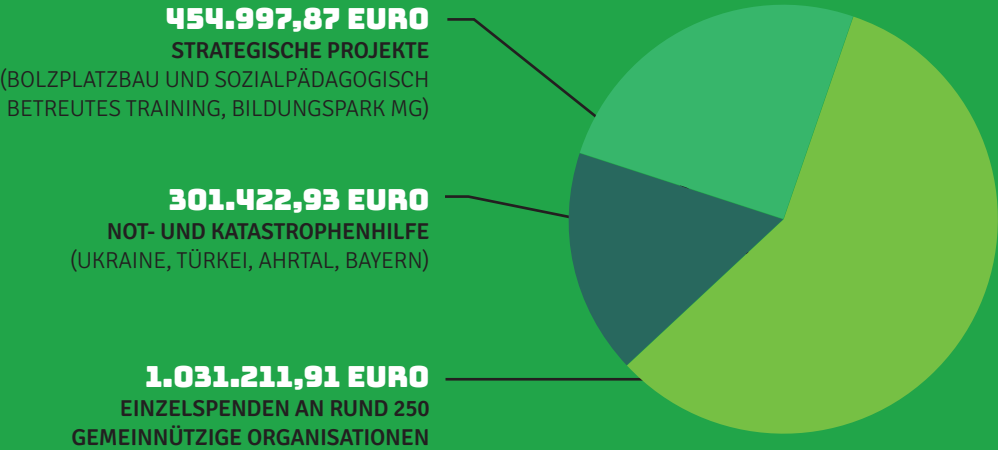
Neben Logistik und Verpackung spielt auch die Herstellung der Produkte eine wichtige Rolle. Borussia achtet bei ihren Merchandising-Artikeln zunehmend auf nachhaltigere Produktionsbedingungen und Materialien. Im Textilsortiment sind derzeit rund 18 Prozent der Produkte mit einem anerkannten Ökosiegel ausgezeichnet. Insgesamt bestehen etwa 49 Prozent der Textilien aus Materialien wie Bio-Baumwolle oder recyceltem Polyester.



GESAMTAUSSCHÜTTUNG DER BORUSSIA-STIFTUNG SEIT 2010 1.787.632,71 EURO

Stand: 31. Dezember 2025

DIE BORUSSIA-STIFTUNG HAT IM JAHR 2025 FOLGENDE VEREINE UND PROJEKTE MIT INSGESAMT 143.835,00 EURO UNTERSTÜTZT:



VEREIN	PROJEKT	SPENDEN-SUMME
Stiftung für Kinder und Jugendliche Eicken	Workshops Junior Uni und Laptop	1.200,00 Euro
Aidshilfe Mönchengladbach / Rheydt e.V.	Spende Pocket Beamer	650,00 Euro
Diakonisches Werk Mönchengladbach gGmbH	Spende Heizung Cafe Pflaster Rheydt	2.500,00 Euro
pro multis gGmbH	Spende Projekt „Echte Schätze“	3.000,00 Euro
Frauenberatungsstelle Mönchengladbach e.V.	Spende Frauenhaus Rheydt	1.900,00 Euro
Sozialdienst kath. Frauen e.V. Mönchengladbach	Spende Frauenhaus Mönchengladbach	1.900,00 Euro
What Matters gGmbH	Spende „Team Netta“	1.900,00 Euro
Förderverein Insel Tobi e.V.	Spende palliativpflegerische Arbeit	1.900,00 Euro
Verein der Freunde und Förderer des Elisabeth-Krankenhauses Rheydt e.V.	Spende Kinderklinik	12.000,00 Euro
CSD Mönchengladbach e.V.	CSD 2025	3.000,00 Euro
SV 1924 Glehn e.V.	„Ein Herz für Kinder“	5.000,00 Euro
Verein für die Rehabilitation psychisch Kranker e.V.	Küche für intensiv betreutes Wohnen	3.500,00 Euro
Stadt Mönchengladbach	Kinderverkehrsgarten Anschaffung Schulranzen-Capes	4.000,00 Euro
Förderverein JUKOMM e.V.	Anschaffung Outdoor Kicker	1.500,00 Euro
Förderzentrum BÜZ Römerbrunnen e.V.	Fit for Kids 2025	1.500,00 Euro
De Kull e.V.	Bolzplatzliga MG	10.000,00 Euro
De Kull e.V.	Bildungspark MG	22.000,00 Euro
Bethanien Kinderdorf Schwalmtal	Spende Kinderrechtespieltag	10.000,00 Euro
Kinderschutzbund Mönchengladbach e.V.	Spende Kinderrechtespieltag	10.000,00 Euro
Stiftung Niedersächsische Gedenkstätten Bergen-Belsen	Renovierung/Ausbau der Bildungsräume der Gedenkstätte Bergen-Belsen	11.000,00 Euro
Sportverein Walporzheim e.V.	Wiederaufbau Sportplatz / Ahrtal	10.000,00 Euro
LAKUM – Kath. Hochschulzentrum Krefeld	Studis helfen Ukraine	6.000,00 Euro
Förderverein JUKOMM e.V.	Jugendzentrum Step	5.000,00 Euro
Rollbrett Union e.V.	Spende für neue Ausstattung	5.000,00 Euro
Diakonisches Werk Mönchengladbach gGmbH	Cafe Pflaster	2.500,00 Euro
Deutsche Multiple Skerose Gesellschaft (DMSG) LV NRW e.V.	Spende	2.500,00 Euro
Verkehrswacht Mönchengladbach e.V.	Sicher zur Schule	2.385,00 Euro
Stiftung für Kinder und Jugendliche Eicken	Spendenprojekt: Kinder sind unsere Zukunft	2.000,00 Euro

BORUSSIA HILFT



Seit 2010 existiert die Borussia-Stiftung. Bis heute hat sie über 250 Organisationen und soziale Einrichtungen mit knapp 1,8 Millionen Euro unterstützt

„Borussia war und ist sich ihrer besonderen gesellschaftlichen Rolle bewusst, die sie als Aushängeschild der Stadt Mönchengladbach und am gesamten Niederrhein spielt“, sagt Markus Frießen, Leiter der Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. Die Borussia-Stiftung habe sich seit ihrer Gründung im Jahr 2010 als ideales Instrument erwiesen, um dieser Verantwortung nachzukommen.

Bis heute konnten mehr als 250 gemeinnützige Organisationen und soziale Einrichtungen aller Art vom Sportverein über Kirchengemeinden bis zum Kindergarten von den Geld- und Sachspenden der Borussia-Stiftung profitieren.

Im vergangenen Jahr 2025 wurden Spenden in Höhe von 143.835 Euro vergeben. Darunter z.B. die jährliche Spende an den Bildungspark Mönchengladbach (BPMG). In Zusammenarbeit mit dem sozialpädagogischen Fanprojekt „De Kull“ rückt dabei das Schwerpunktthema Bildung in den Vordergrund. In der besonderen Atmosphäre des Borussia-Park können pro Schuljahr etwa 4.500 Schülerinnen und Schüler an Workshops zu gesellschaftlich und politisch relevanten Themen wie Rassismus und Integration teilnehmen.

Die Stiftung unterstützt den Bildungspark regelmäßig mit einer Spende, die sich auch 2025 auf 22.000 Euro belief. 12.000 Euro gingen zudem an den Verein der Freunde und Förderer des Elisabeth-Krankenhauses für die Kinderklinik, 11.000 Euro wurden an die Stiftung Niedersächsische Gedenkstätten Bergen-Belsen für den Ausbau und die Renovierung der dortigen Bildungsräume gespendet.

Mit jeweils 10.000 Euro unterstützt wurden darüber hinaus u. a. die Bolzplatzliga Mönchengladbach, der Wiederaufbau eines Sportplatzes im durch die verheerende Flutkatastrophe 2021 betroffenen Ahrtal sowie das Kinder- und Jugenddorf Bethanien in Schwalmtal und der Kinderschutzbund Mönchengladbach.

Mit weiteren Spenden in Höhe von insgesamt knapp 60.000 Euro (Spenden von 650 bis 6.000 Euro) wurden 20 regionale Organisationen unterstützt. So wurden im Rahmen des „Orange Day 2025“, „Der Internationale Tag gegen Gewalt an Frauen“, Spenden von jeweils 1.900 Euro an das Frauenhaus Mönchengladbach sowie das Frauenhaus Rheydt vergeben. ♦

GEMEINSAM FÜR EINEN ENERGIEEFFIZIENTEN BORUSSIA-PARK

Borussias Nachhaltigkeitspartner ista hat sich auf die Fahnen geschrieben, den Borussia-Park energieeffizient und zukunftsfähig zu machen

Seit dem Sommer 2025 besteht zwischen Borussia Mönchengladbach und dem Energiedienstleister ista eine zunächst auf sechs Jahre angelegte Partnerschaft, die über klassisches Sponsoring hinausgeht. Nicht nur wird der Borussia-Park ab der Saison 2026/27 den Namenszusatz ista tragen, sondern es handelt sich vielmehr um ein technologisches Nachhaltigkeitsprojekt, das Borussia helfen soll, Energie effizienter zu nutzen und das gesamte Stadiongelände in ein Vorzeigeprojekt für Energie- und Ressourceneffizienz zu verwandeln.

„Wir freuen uns, in ista einen Partner gefunden zu haben, der dem Borussia-Park nicht einfach nur einen namentlichen Zusatz gibt, sondern unserem Stadion, vielen weiteren Gebäuden auf dem Gelände und damit dem gesamten Verein mit innovativer Gebäudetechnik einen echten Mehrwert bietet“, so Borussias Geschäftsführer (CEO) Dr. Stefan Stegemann. „Wenn wir Nachhaltigkeit voranbringen wollen, brauchen wir einen vertrauensvollen Partner mit Kompetenzen und einer langfristigen Perspektive.“

Auch Guido Uhle, Prokurist bei Borussia, ist überzeugt, in ista den perfekten Partner gefunden zu haben. „Wir wollen Transparenz über Energieverbräuche schaffen und echte Einsparungen realisieren. Nachhaltigkeit ist für uns kein Nebenschauplatz, sondern Teil unserer Verantwortung.“

Verantwortung, der ista nicht zuletzt durch die Spezialisierung auf das sogenannte Submetering gerecht wird. Submetering bedeutet, dass der individuelle Energie- und Wasserverbrauch von Immobilien punktgenau erfasst werden kann, um Energie und damit auch Kosten einzusparen. ista unterstützt Borussia daher durch die Bereitstellung, Installation und laufende Auswertung entsprechender Technologien und Systeme, wie smarte Heizkostenverteiler, Wasser- und Wärmezähler. So werden durch datenbasierte Steuerung gezielte Einsparungen im Energieverbrauch möglich. Das bedeutet weniger

CO₂-Emissionen durch effizientere Nutzung von Energie und Ressourcen, langfristige Kosteneinsparungen, weil unnötige Verbräuche reduziert werden.

In der Praxis bedeutet dies, dass ista den Gesamtkomplex des Borussia-Parks – also Stadion, Gastronomie, Hotel, Trainingsgelände, Internat, Bürogebäude, Einzelhandel und weitere Gebäude – mit maßgeschneiderter Messtechnik und einem smarten Energiemanagement-System ausrüsten wird. Ein so vielfältiges Gebäudeareal mit vielen unterschiedlichen Immobilien bedarf einer maßgeschneiderten Messtechnik, um alle Verbrauchsdaten erfassen und visualisieren zu können – was die Voraussetzung für in der Folge zu treffende Effizienzmaßnahmen bedeutet.

Im Detail soll die digitale Messtechnik zeigen, wo und wie Energie verbraucht wird. Borussia kann dann noch genauer sehen, wo wie viel Energie (Strom, Wärme etc.) genutzt wird und wo sie eingespart werden kann. Zudem wird eine Infrastruktur für nachhaltige Mobilität geplant. Ladesäulen sollen sowohl Mitarbeitern als auch Fans eine nachhaltige Mobilitätsoption anbieten und damit die Akzeptanz von Elektromobilität weiter erhöhen.

„Wir haben schon in unzähligen Gebäuden unsere Produkte installiert, aber jetzt zünden wir die nächste Stufe. Denn: Wer ein Stadionareal ausstatten kann, kann alles ausstatten“, verspricht Hagen Lessing, CEO von ista, anlässlich der Partnerschaft mit Borussia. „Gemeinsam mit den Fohlen werden wir den Borussia-Park zukunftsfähig machen.“



DEN EIGENEN HORIZONT ERWEITERN

Im Rahmen des strategischen Nachhaltigkeitskonzeptes „Talente Hand in Hand“, welches Borussia gemeinsam mit der Porsche Jugendförderung durchführt, schult der VfL regelmäßig das gesellschaftliche Verantwortungsbewusstsein seiner Jungen- und Mädchen Mannschaften

Die Rasseln in den Bällen sind akustisch deutlich wahrnehmbar, es wird viel und deutlich kommuniziert, gleichzeitig scheint jeder Spieler aufmerksam zu sein und wartet auf Kommandos. Als Borussias U14-Nachwuchs an jenem Nachmittag auf dem Soccercourt am Borussia-Park unter professioneller Anleitung in die Welt des Blindenfußballs eintaucht, zeigen sich die Jungfohlen höchst engagiert und lernbegierig. Bei der Aktion im Mai 2025 handelte es sich um einen weiteren Teil des stra-

tegischen Konzeptes „Talente Hand in Hand“, das Borussia gemeinsam mit der Porsche Jugendförderung „Turbo für Talente“ entwickelt hat. In einem praktischen und theoretischen Bildungspfad der Jugendmannschaften werden jährlich soziale, gesellschaftliche und ökologische Projekte mit sozialen Einrichtungen und regionalen Partnern umgesetzt. In Zusammenarbeit mit Porsche und dem Bildungspark MG ist dabei ein Konzept entstanden, das sich über die Jahrgänge U13 bis U19 erstreckt.

Der „Tag des Blindenfußballs“ startete für Borussias U14 zunächst mit einem Workshop zum Thema Inklusion. In einem interaktiven Austausch wurden die Spieler theoretisch geschult. Am Nachmittag stand dann der Praxisteil auf dem Programm. Angeleitet von Borussias U10-Co-Trainer Marvin Schmidt und Blindenfußballnationalspieler Jonas Fuhrmann wurde der VfL-Nachwuchs mit den Kernpunkten, Regeln und Abläufen des Blindenfußballs vertraut gemacht.

Nach langsamen Hineintasten steigerten Borussias Nachwuchsspieler das Pensum im Verlauf des Nachmittags stetig. Auf leichte Dribbelübungen folgte schließlich ein Torschusswettbewerb. Blindenfußballnationalspieler Jonas Fuhrmann freute sich über die Möglichkeit, seine Expertise mit dem VfL-Nach-



Borussias U15-Jahrgänge gemeinsam mit Bewohnerinnen und Bewohnern des Pflegeheims Hehn St. Maria auf dem Gelände des Borussia-Park.

Spielerinnen aus Borussias U17 während des Anti-Diskriminierungsworkshops.



wuchs teilen zu können: „Ich denke, es ist wichtig, aufzuzeigen, was es bedeutet, blind zu sein und welche Möglichkeiten man trotzdem besitzt“, so Fuhrmann.

Die Blindenfußballaktion war gleichzeitig nur eine von mehreren Maßnahmen, welche Borussia 2025 im Rahmen des Nachhaltigkeitskonzeptes „Talente Hand in Hand“ gemeinsam mit der Porsche Jugendförderung durchgeführt hat. So setzten die U15-Junioren und -Juniorinnen im Frühjahr ein besonderes Projekt um, das den Austausch zwischen den Generationen fördern sollte. Die Fohlen-Teams bereiteten sich zunächst in Work-

shops auf einen Besuch im Seniorenheim vor. Hierbei ging es unter anderem um verschiedene Altersbilder, den demografischen Wandel und den respektvollen Umgang mit älteren Menschen.

Beim anschließenden Besuch des Pflegeheims Hehn St. Maria kamen die Jungs und Mädchen dann bei verschiedenen Aktivitäten wie Tischkegeln, Shuffleboard und Cornhole ins Gespräch mit den Bewohnerinnen und Bewohnern und verbrachten so zwei Nachmittage voller kleiner Wettbewerbe, Lachen und echter Begegnungen. Zum Abschluss der Aktion begleiteten die U15-Mädchen

die Bewohnerinnen und Bewohner zum Heimspiel der U15-Jungs gegen Alemannia Aachen auf Platz 4 im Borussia-Park. Danach gab es Kaffee und Kuchen im FohlenCampus.

„Die Jugendlichen sind richtig aufgetaut – man hat gesehen, wie viel ihnen der Austausch bedeutet hat. Und auch den Bewohnerinnen und Bewohnern des Seniorenheims war die Freude und Dankbarkeit buchstäblich ins Gesicht geschrieben“, sagte Norman Jersch, Partnership Manager bei Borussia.

Im Herbst nahmen schließlich die U16-Junioren sowie die U17-Juniorinnen an einem Anti-Diskriminierungsworkshop im Borussia-Park teil. Zur Einführung setzten sich die Mannschaften in Arbeitsgruppen mit verschiedenen Diskriminierungsformen auseinander. Sie erhielten theoretischen Input und sprachen offen über ihre eigenen Erfahrungen. Im Anschluss versammelten sich die Talente im Kino der FohlenWelt, um gemeinsam den Dokumentarfilm „Schwarze Adler“ zu sehen.

Der Film hinterließ sichtlichen Eindruck. In der Nachbesprechung brachten sich die Spieler aktiv ein und reflektierten ihre eigenen Erfahrungen. „Ich habe gelernt, wie wichtig es ist, diskriminierendes Fehlverhalten aktiv anzusprechen, wenn man es mitbekommt“, sagt U16-Kapitän Piet Sautner im Nachgang. „Denn ich finde, wenn man nichts macht, ist man irgendwie auch Mittäter. Leider ist Diskriminierung für viele Menschen noch immer Alltag.“

Die Sensibilisierung für verschiedene gesellschaftliche Bereiche soll Borussias Nachwuchsspielern auch in den kommenden Jahren im Rahmen von „Talente Hand in Hand“ nachhaltig vermittelt werden. „Wir haben bereits bei der Planung das klare Ziel verfolgt, dass die Aktionsreihe einen festen Charakter in den Ausbildungsmaßnahmen von Borussia findet“, so Norman Jersch. „Dementsprechend möchten wir das Konzept in den nächsten Jahren fortführen und gleichzeitig noch weiter ausbauen.“

U19 ZWISCHEN PLATZ UND PORTEMONNAIE



Borussia macht gemeinsam mit Partner flatex ihre jungen Talente für die Finanzwelt fit

Wenn im Nachwuchsleistungszentrum von Borussia Mönchengladbach die Präventionswochen starten, stehen üblicherweise Themen wie Spielmanipulation, Spielregeln oder der Umgang mit Social Media im Vordergrund. Zum zweiten Mal hat nun ein weiterer Baustein das Programm ergänzt – und der kommt von Borussias Co-Sponsor flatex. Ziel: Finanzkompetenz als Teil der Ausbildung. Denn wer im Profifußball Verantwortung übernimmt, sollte nicht nur auf dem Platz, sondern auch im Umgang mit seinen Finanzen souverän agieren.

20 Prozent für Sparen und Investieren. Eine simple Faustformel, die Orientierung schafft – gerade für junge Talente, die ihren ersten Verträgen und Gehältern entgegensehen. Nicht als Dogma, sondern als pragmatischer Einstieg in den verantwortungsvollen Umgang mit Geld.

Die Bedeutung solcher Initiativen unterstreichen auch internationale Studien: Laut einer bundesweiten Studie 2025 liegt der durchschnittliche Score finanzieller Bildung in Deutschland bei lediglich 10,7 von 20 Punkten – ein Ergebnis, das klar unter internationalen Benchmarks liegt. Besonders Jüngere schneiden schwach ab und benötigen gezielte Unterstützung.

Auch die OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) empfiehlt in ihrer Analyse 2024 eine nationale Strategie für Finanzbildung. Auffällig: Nur 18 Prozent der Erwachsenen in Deutschland nutzen Investmentprodukte – trotz einer Sparquote von rund 90 Prozent. Hier geht es nicht um fehlende Mittel, sondern um fehlendes Wissen und Vertrauen. Damit greift flatex ein zentrales gesellschaftliches Thema auf. Als Online-Broker mit über drei Millionen Kunden in Europa steht das Unternehmen nicht nur für transparente Konditionen und den Zugang zu Kapitalmärkten, sondern auch für Verantwortung in der Finanzbildung.

Am Ende des Workshops fiel ein Satz, der sinnbildlich für die Partnerschaft zwischen Borussia und flatex steht: „Die Jungs nicht nur auf dem Platz, sondern auch neben dem Platz ausbilden.“ Für Borussia bedeutet das, Spieler zu mündigen Persönlichkeiten zu entwickeln. Für flatex heißt es, seine Rolle als Sponsor über reine Logoplatzierung hinaus zu verstehen – als Thought Leader für Finanzkompetenz. Denn wer in jungen Jahren lernt, mit Geld klug umzugehen, hat später mehr Freiheit – auf dem Platz, im Berufsleben und darüber hinaus. ♦

Gemeinsam mit flatex diskutierten die U19-Spieler zunächst eine scheinbar einfache Frage: Sollte ich überhaupt schon investieren? Die klare Antwort: Nur, wenn das Fundament stimmt. Dazu gehört der Überblick über Einnahmen und Ausgaben, ein solider Notgroschen und ein Bewusstsein für die eigenen Prioritäten.

Im interaktiven Austausch wurde schnell deutlich, wohin das Geld der Spieler am häufigsten fließt – auf die Stichworte

„Essen“ und „Kleidung“ musste flatex-Referent Kristian Volaric nicht lange warten. Genau hier setzen praktische Methoden an: Vom Führen einer Einnahmen-Ausgaben-Tabelle bis hin zu klaren Budgetregeln.

Besonders hängen blieb die 50-30-20-Regel: 50 Prozent für Fixkosten wie Wohnen oder Verpflegung, 30 Prozent für Freizeit und persönliche Wünsche,



MIT DER FOHLENPHILOSOPHIE UM DIE WELT

Die bisherige FohlenFußballschule hat sich einem Re-Branding unterzogen, um sich national und international neu zu positionieren. Mit der FohlenAkademie und der Borussia M'Gladbach Academy will der VfL weiterhin innovative und nachhaltige Impulse setzen

Seit dem 1. Juli 2025 firmiert Borussia's Fußballförderung unter dem Namen „Akademie“ und geht damit einen wichtigen Schritt im Hinblick auf die strategische Ausrichtung auf neue Märkte und internationale Partnerschaften. „Wir wollten vor allem den Begriff Schule hinter uns lassen, weil er gerade bei Kindern manchmal negativ belegt ist“, erklärt Ralf Inderdohren, Leiter der FohlenAkademie. „Der neue Name vermittelt mehr Professionalität, ist international verständlich und passt besser zu unserem Anspruch.“

Ein Anspruch, der sich nicht nur auf Trainingseinheiten und Feriencamps bezieht, sondern auf eine ganzheitliche Förderung von Kindern zwischen vier und 15 Jahren – sportlich und sozial.

Auch Wolfgang Heilmann, Head of International Borussia M'Gladbach Academy,

betont die Bedeutung der internationalen Neuausrichtung: „In vielen Ländern werden wir noch mit Borussia Dortmund verwechselt. International kennt man uns aber vor allem als Gladbach – und genau deshalb haben wir uns mit dem Namen M'Gladbach nun klar positioniert. Wir wollen, dass jeder weiß, wer Borussia Mönchengladbach ist und wofür wir stehen.“

National setzt die FohlenAkademie auf ein breites Programm, das Kinder und Jugendliche auf unterschiedlichste Weise erreicht. Herzstück sind die Feriencamps im Borussia-Park, die regelmäßig ausgebucht sind. Dort können junge Talente unter professionellen Bedingungen trainieren und Borussia hautnah erleben.

Ein besonderes Highlight und mittlerweile ein Premiumprodukt sind die Spiel-

tags-Camps in Zusammenarbeit mit dem Partner AOK: Rund 40 Kinder trainieren dabei zunächst zwei Stunden, bevor sie später als Fahnenkids ins Stadion einlaufen und das Heimspiel gemeinsam mit ihren Familien verfolgen.

Seit dem Schuljahr 2025/26 ist Borussia außerdem wieder Teil von „Bundesliga bewegt“. Trainer besuchen Kitas und Schulen in Mönchengladbach, um Kinder in Bewegung zu bringen – ein starkes Signal in einer Zeit, in der vielerorts Fachkräfte fehlen. „Wir wollen lokal wieder sichtbarer sein und Kinder für Fußball und für Borussia begeistern“, betont Inderdohren, der damit auch die Fangeinnung vor „unserer eigenen Haustür“ gezielt stärken möchte.

Während national die Nachwuchsförderung Kinder aus der Region und dank Borussia's Beliebtheit auch deutschland-

weit sowie in Österreich, der Schweiz und Luxemburg anspricht, wächst die Borussia M'Gladbach Academy rund um den Globus. In Indonesien trainieren inzwischen 180 Kinder an der Deutschen Schule in Jakarta. Ergänzt wird das Programm durch ein soziales Projekt, bei dem Borussia's Trainer regelmäßig in die Slums fahren. Am Wochenende treten die Kinder dort gemeinsam mit den Akademie-Teams zu Turnieren an.

In Singapur betreut Borussia rund 250 Kinder. Hier spielen die Teams längst in regulären Ligen mit, teilweise sogar in den höchsten Klassen. „Uns geht es nicht darum, dort Spieler für die Bundesliga zu finden“, sagt Heilmann. „Unser Ziel ist es, unsere FohlenPhilosophie zu vermitteln, Qualität im Training zu sichern und Kindern eine echte Perspektive zu geben.“



Auch in China, Japan und den USA ist die Borussia M'Gladbach Academy aktiv. In Japan besteht eine Partnerschaft mit einer Highschool, während im Mai 2025 zusätzlich ein Tagescamp stattgefunden hat. In den USA wiederum entsteht mit Partnern wie der International Soccer Academy ein wachsendes Netzwerk. Auch in Südamerika ist Borussia vertreten: Noch in diesem Jahr finden Camps in Ecuador und Kolumbien jeweils an den Deutschen Schulen statt, auch Brasilien ist in Planung.

Besondere Momente entstehen, wenn aktuelle oder ehemalige Spieler vor Ort sind. So sorgten Patrick Herrmann in

Singapur und Indonesien sowie Ko Itakura in Japan für unvergessliche Erlebnisse – nicht nur für die Kinder, sondern auch für Borussia's Partner und die Medien. „Man glaubt kaum, was es bewirkt, wenn ein Profi mittrainiert, selbst wenn die Kinder ihn vorher gar nicht kannten“, so Heilmann. „Das ist ein echter Push.“

Ob in Mönchengladbach, Indonesien oder Japan: Die FohlenAkademie versteht sich nicht nur als Ort sportlicher Ausbildung, sondern auch als gesellschaftliches und soziales Projekt. Borussia's Philosophie ist es, durch altersgerechtes, spaßorientiertes Training nicht nur das Fußballtalent zu fördern, sondern auch Werte wie Teamgeist, Respekt und Fairplay zu vermitteln.

Neben dem Ziel, Borussia international noch bekannter zu machen, steht im Vordergrund, „den Kindern Freude am Fußball zu schenken und ihnen zugleich ein Stück Borussia-Familie näherzubringen“, erklärt Inderdohren. „Das ist unser Anliegen – regional, national und international.“





Mönchengladbachs Oberbürgermeister Felix Heinrichs lobte das Engagement Borussias für junge Leute in der Stadt.



GAMING MIT VERANTWORTUNG

Borussia hat die erste E-Sports-Schulmeisterschaft in Mönchengladbach ausgerichtet. Dabei standen neben dem sportlichen Wettbewerb auch gesellschaftspolitische Themen im Fokus

Normalerweise bebt bei einem Tor der ganze Borussia-Park. Doch heute hallt der Jubel vor allem aus dem Clubraum Nord. Zwei Jugendliche mit Controllern in den Händen springen auf, klatschen sich ab, setzen sich wieder auf ihre Stühle und versinken konzentriert im Spiel. Der Raum in der zweiten Etage von Borussias Geschäftsstelle sieht anders aus, als Besucher ihn von Spieltagen kennen. Sechs Gaming-Stationen, an denen sich jeweils zwei

Duos an der Konsole messen können, wurden in der Loge aufgebaut. Der Grund: Die erste Mönchengladbacher E-Sports-Schulmeisterschaft. In Zusammenarbeit mit dem Bildungspark Mönchengladbach, dem BGF-Institut, der Stadtparkasse Mönchengladbach und der AOK Rheinland/Hamburg hat Borussia das Fußballsimulations-Turnier auf die Beine gestellt – 14 Mönchengladbacher Schulen sind der Einladung zur Erstausgabe gefolgt. Das von der Stadtparkasse Mönchengladbach gestellte Preisgeld für den ersten Platz in Höhe von 1.000 Euro sicherte sich das Team der Theo-Hespers-Gesamtschule. Die Summe muss von der Lehranstalt zweckgebunden eingesetzt werden.

Doch der Fokus lag bei dieser Schulmeisterschaft nicht nur auf dem Spielen selbst. Borussia und den Partnern war

die soziale Verantwortung ein besonderes Anliegen. So wurden verschiedene Workshops angeboten, in denen die Schüler wichtige gesundheitliche und gesellschaftspolitische Themen vertiefen und erarbeiten konnten. Die AOK Rheinland/Hamburg veranstaltete Kurse zu gesunder Ernährung und mentaler Gesundheit, während der Bildungspark Mönchengladbach den Umgang mit sozialen Medien, Hatespeech und Spielsuchtprävention aufgriff. Stefan Schuffels, Borussias Bereichsleiter E-Sports, zieht ein positives Fazit: „Neben einer Stadt,- und der Vereinsmeisterschaft ist es uns nun gelungen, eine Schulmeisterschaft für und in der Stadt Mönchengladbach umzusetzen. Wir fungieren hier nicht nur als Plattform für unsere Partner, sondern haben gemeinschaftlich ein Konzept mit Workshops, Turnier und einem Markt der Möglichkeiten entwickelt und umgesetzt, welches super von den Schülern und Lehrkräften angenommen wurde.“

Marius Künzel vom Bildungspark betont: „Die Workshops bieten eine wertvolle Möglichkeit, um zu zeigen, wie verantwortungsvoll mit unterschiedlichen wichtigen Themen abseits des E-Sports umgegangen werden kann. So konnten wir nicht nur übliche

Vorurteile gegenüber Gaming abbauen, sondern auch unserer Verantwortung nachkommen und den Bildungsauftrag erfüllen“. Abgerundet wurde das Event durch einen Markt der Möglichkeiten mit Ständen des Mönchengladbacher Jugendamts, der Volkshochschule Mönchengladbach, skillzUP sowie Smart City. Hier hatten die Jugendlichen die Möglichkeit, sich über zahlreiche Angebote in ihrer Stadt zu informieren. Ein weiteres Highlight war der Besuch der beiden Borussia-Profis Lukas Ullrich und Fabio Chiarodia, die nach ihrem Mannschaftstraining für Fotos und Autogramme zur Verfügung standen. Zudem traten sie in einem spannenden Duell gegen ein Schülerteam an.

Zur Finalrunde kam Mönchengladbachs Oberbürgermeister Felix Heinrichs in den Borussia-Park und übernahm die anschließende Siegerehrung. Bei dieser Gelegenheit lobte er den Ausrichter. „Diese Veranstaltung ist ein gutes Beispiel für Borussias Engagement für Jugendliche in Mönchengladbach. Der Verein schafft es, die jungen Menschen in einer Umgebung anzusprechen, in der sie Spaß haben und sich wohlfühlen. Gleichzeitig haben die Workshops Gaming mit wichtigen Zukunftsthemen verbunden, was mir gut gefallen hat“, so Heinrichs nach dem Turnier. Am Ende sprach Organisator Schuffels im Namen Borussias dem Schulamt der Stadt seinen Dank aus, da es den Zugang zu den Schulen möglich gemacht hatte: „Wir freuen uns jetzt schon auf die kommende Schulmeisterschaft 2026 und hoffen, viele weitere Schulen aus Mönchengladbach im Borussia-Park begrüßen zu dürfen.“

KURZPASS

AUSGEZEICHNET

Borussia ist zum elften Mal von der Creditreform mit dem „CrefoZert“ ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung bescheinigt dem Verein eine exzellente Bonität. Weiterhin ist Borussia der einzige Profi-Fußballverein mit einem gültigen Zertifikat.

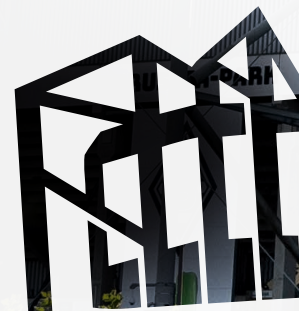
DEUTSCHLANDTAG IN TOKIO

Im November war Borussia beim Deutschlandtag in Tokio vertreten. Martin Thiess, General Manager China, stellte dort die Japan-Strategie des Vereins vor und sprach über Philosophie und Vision des VfL. Das Deutschlandfest zählt zu den größten Kulturveranstaltungen Japans.



FÜR EINEN SAUBEREN BORUSSIA-PARK

Bereits seit 1999 ist die EGN Entsorgungsgesellschaft Niederrhein Partner von Borussia Mönchengladbach. Die langjährige Zusammenarbeit wurde nun vorzeitig verlängert – bis zum Ende der Saison 2033/34.



NACHHALTIGE FOHLENPHILOSOPHIE

Die Soccerex Miami zählt zu den führenden Business-Events im internationalen Fußball und bringt Entscheider aus aller Welt zusammen. Im November hat Borussia auf dieser Tagung ihre strategische Ausrichtung vorgestellt, bei der es darum geht, nachhaltige Partnerschaften zur Nachwuchsförderung im Sinne der FohlenPhilosophie zu verfolgen.

DIE BORUSSIA-FAMILIE WÄCHST

Borussia hat Ende 2025 Mitglied Nummer 110.000 begrüßt und gehört damit zu einem exklusiven Kreis von nur acht deutschen Fußballvereinen, die diese beeindruckende Marke überschritten haben. Die 110.000 VfL-Mitglieder kommen aus 49 verschiedenen Ländern. 3.346 Mitglieder haben die Silberne Ehrennadel für 25 Jahre Mitgliedschaft und 31 Mitglieder sind im Besitz der Goldenen Ehrennadel für 50 Jahre Mitgliedschaft.

INTERNATIONALER AUSTAUSCH

Im Rahmen des Topspiels gegen den FC Bayern München im Januar 2025 empfing der VfL eine Delegation von Medienvertretern aus verschiedenen asiatischen Märkten im Borussia-Park. Organisiert in Zusammenarbeit mit der Bundesliga International, nahmen Vertreter aus Vietnam, Malaysia, Indonesien, Thailand und Indien teil. Ziel des Besuchs war es, den internationalen Austausch zu stärken und den Medienvertretern aus Asien einen tieferen Einblick in die Vereinsstrategie sowie die Bundesliga zu bieten.





SOZIALES

Regionales Engagement Borussia bewegt	56
FohlenElf Adventskaffee & Krankenhaus-Besuch	58
Arbeitssicherheit Psychische Ersthelfer	60
Gesundheit Fußballfans im Training	62
Demografie Bündnis Berufliche Orientierung	64
Unterstützung Neugestaltung im Elisabeth-Krankenhaus	65
Kultur der Vielfalt Coca-Cola-Lebenshilfe-Cup	66
Kultur der Vielfalt Fußball trifft Kultur	68
Politische Bildung Podiumsdiskussion zur Kommunalwahl	70
FohlenStall Der neue FohlenPreis	72
Bildungspark MG Antisemitismus-Workshop	74
Frauen & Mädchen Girls Day & Orange Day	76
Kinderschutz Borussias Konzept für Kinderschutz	78
Barrierefreiheit Borussias Inklusionsbeauftragte	80
Kurzpass Weitere Meldungen 2025	84



MIT JÜNTER IN BEWEGUNG

Seit dieser Saison engagiert sich Borussia im Programm „Bundesliga bewegt“, einer Initiative der DFL-Stiftung, die Kindern den Zugang zu regelmäßigen Bewegungsangeboten ermöglicht

Mit Jünter in einer Rakete zum Mars fliegen und dabei Kometen ausweichen: Ein spannendes Abenteuer, das die Kinder der Kita im Familienzentrum Zauberland erleben. Der Raketenstart gelingt mit einem mutigen Sprung vom Turnkasten, die Kometen sind Gymnastikbälle, denen die Kinder ausweichen müssen und dabei einen Riesenspaß haben. Fantasiervolle Bewegungsspiele wie diese sorgen dafür, dass Borussia's Übungsleiter die Kids mit Spaß in Schwung bringen. Die Kinder „machen begeistert und auch dankbar mit“, sagt Lea-Sophie Lenz, Projektkoordinatorin FohlenAkademie bei Borussia, die gemeinsam mit Werkstudent Paul Fröhling die Einheiten leitet.

Zum Start der Aktion „Borussia bewegt“ war sogar der echte Jünter als Motivator vor Ort, in den folgenden Wochen übernimmt eine kleine Kuscheltier-Version des Fohlens die „Ansprache“ im

Willkommenskreis und während der Übungen. Borussia ist aktuell jeden Mittwochvormittag in der Kita sowie an der Gemeinschaftsgrundschule Mülfort-Dohr vor Ort und bietet dort jeweils zwei Einheiten (jeweils 45 Minuten) mit Bewegungsprogramm an.

„Bewegung ist entscheidend für die gesunde Entwicklung eines Kindes, da sie die Grundlage für motorische Fähigkeiten, Koordination und ein besseres Körperbewusstsein legt“, erklärt Lenz. Bei den Kindern soll dabei die Freude am Erlernen der gesamten Bewegungsentwicklung im Fokus stehen. Regelmäßige Bewegung fördert die Konzentration und das Lernen, da das Gehirn und der Körper miteinander in Einklang arbeiten. „Zudem legen wir großen Wert auf Persönlichkeitsentwicklung. Dabei liegt der Fokus auf den Eigenschaften Disziplin, Willen, Toleranz, Respekt, Lernbereitschaft und



Durchsetzungsfähigkeit“, sagt die Sozialpädagogin.

Der Nachwuchsarbeit zwischen Schulen, Kitas und Vereinen kommt hier eine wichtige Bedeutung zu. Borussia verfolgt das Ziel, langfristig Netzwerke zwischen den Einrichtungen und Vereinen vor Ort zu schaffen sowie fachfremdes Personal zu schulen. In Zukunft soll das Angebot daher auf weitere Standorte in Mönchengladbach ausgebaut werden.

„Als Borussia Mönchengladbach sehen wir es als unsere gesellschaftliche Verantwortung, einen Beitrag zur ganzheitlichen Entwicklung von Kindern zu leisten“, sagt Borussia's Geschäftsführer Markus Aretz. „Bewegung ist eine zentrale Voraussetzung für motorische, kognitive und soziale Lernprozesse. Mit ‚Borussia bewegt‘ nutzen wir unsere Expertise in der Nachwuchsarbeit, um über den Profifußball hinaus gezielt Schulen und Kitas zu unterstützen.“ In einer Zeit, in der vielerorts Fachkräfte fehlen, setzt Borussia damit ein starkes Signal.

„Das Programm ‚Borussia bewegt‘ ist uns eine Herzensangelegenheit, da es zu unserer sozialen Verantwortung gehört, das Projekt mit unserer Erfahrung zu begleiten“, sagt Anna Frone-



berg, Nachhaltigkeitsmanagerin in Borussia's Abteilung CSR (Corporate Social Responsibility).

Das Initiative wurde 2022 durch die DFL-Stiftung gemeinsam mit Werder Bremen und dem SC Freiburg ins Leben gerufen. Zuletzt haben sich Borussia und der 1. FSV Mainz 05 angeschlossen. Damit ist die Zahl der Teilnehmer auf 21 Erst- und Zweitligaklubs angewachsen. Aktuell erreicht „Bundesliga bewegt“ wöchentlich mehr als 22.000 Kinder bundesweit.

Die Kinder in Mülfort-Dohr nehmen das Angebot derweil mit leuchtenden Augen an. Jeden Mittwoch steigt die Spannung: Was haben das Trainerteam und Jünter diesmal vorbereitet? Eines ist sicher – viele neue Ideen, die für eine gesunde und nachhaltige Bewegungsentwicklung sorgen. Und schon kann das nächste Abenteuer beginnen. ♦

DIE FOHLEN SORGEN FÜR STRAHLENDE KINDERAugen

Zwei beliebte Traditionen Borussias zur Weihnachtszeit sind auch 2025 fortgeführt worden: Der Besuch der Kinderstation des Rheydter Elisabeth-Krankenhauses sowie der Adventskaffee im Borussia-Park



Rund 750 Kinder aus verschiedenen Kinder- und Jugendeinrichtungen in Mönchengladbach und der Region verbrachten beim traditionellen Adventskaffee einen unvergesslichen Tag im Borussia-Park. In der festlich geschmückten VIP-Lounge erwarteten die jungen Gäste zahlreiche Highlights. An der Fotobox konnten die Kinder Erinnerungsbilder mit weihnachtlicher Deko und verschiedenen Kostümen machen. Das Jugendamt der Stadt Mönchengladbach, das diesmal neu dabei war, lud mit vielfältigen Kreativstationen zum Basteln und Malen ein. Borussia-Maskottchen Jünter und Feuerzacki, das Jugendschutz-Maskottchen der Stadt Mönchengladbach, waren die ganze Zeit zugegen und posierten mit den Kindern für gemeinsame Bilder.

Das größte Highlight für alle war aber natürlich die Autogrammstunde der FohlenElf. Begleitet von der Hymne „Die Elf vom Niederrhein“, die viele der jungen Teilnehmer lautstark mitsangen, zog die



Mannschaft in den VIP-Bereich ein. Unter großem Applaus strahlten die Kinder mindestens genauso wie die Spieler selbst. Die Schlange nahm beinahe kein Ende, so groß war das Interesse der jungen Teilnehmer daran, die Fohlen hautnah erleben zu können.

Auch für die Mannschaft hat dieser Termin einen besonderen Stellenwert. „Es macht viel Freude, in die glücklichen Gesichter der vielen Kinder zu schauen. Dass wir ihnen mit einem Autogramm und einem Foto eine solche Freude machen können, ist sehr schön. Darum ist es sehr wichtig, dass wir uns für alle Kinder die Zeit nehmen“, sagte Jens Castrop. „Die Freude, die uns die Kids hier schenken, nimmt man wirklich mit. Man geht selbst ein bisschen glücklicher wieder aus diesem Nachmittag heraus.“

Auf die etwa 750 Jungen und Mädchen warteten darüber hinaus noch weitere Überraschungen. Borussias Hauptsponsor REUTER schenkte jedem Kind beispielsweise einen eigenen Fußball. Die Bäckerei Kamps sorgte mit über 2.000 Amerikanern, Donuts und weiteren Leckereien für ein reichhaltiges Buffet. „Es war erneut eine rundum gelungene Veranstaltung, bei der die vielen lachenden Gesichter gezeigt haben, wie viel Freude der Adventskaffee den Kindern bereitet hat“, sagte Sarah Molls, Bereichsleiterin Eventverkauf bei Borussia.

Eine gelungene Veranstaltung war erneut auch der Besuch der Kinderstation im Elisabeth-Krankenhaus in Rheydt. Neben

Maskottchen Jünter machten diesmal Trainer Eugen Polanski und die beiden Torhüter Jonas Omlin und Tobias Sippel den jungen Patienten eine Freude. „Es ist schön, dass wir die Kinder glücklich machen und ihnen einen besonderen Moment schenken konnten“, sagte Polanski. Als Dank erhielt er einen selbstgebastelten Pokal mit herzlichen Wünschen an die Mannschaft – eine Geste, die ihn sichtlich berührte.

Im Anschluss wurden Omlin, Sippel, Polanski und Jünter durch die verschiedenen Stationen geführt. Sie besuchten auch junge Patienten, die wegen Infektionskrankheiten in ihren Zimmern bleiben mussten, und warfen einen Blick in die Kinder-Intensivstation. „Wir freuen uns jedes Jahr sehr über diesen Besuch. Für die Kids ist es etwas Besonderes, und für uns auch ein klares Zeichen der Wertschätzung“, erklärte Chefarztin Dr. Sabine Keiser.

Die Borussen ließen sich die Arbeit in der Klinik erklären und zeigten sich sichtlich beeindruckt: „Niemand ist gerne mit seinem Kind im Krankenhaus, schon gar nicht zu Weihnachten. Aber hier im Elisabeth-Krankenhaus sind die jungen Menschen gut aufgehoben“, meinte Sippel. Sein Teamkollege Omlin ergänzte: „Es ist jedes Mal etwas Besonderes hier auf der Kinderstation. Es hat Spaß gemacht und ich hoffe wir konnten den Jungen und Mädchen trotz Krankenhausaufenthalts eine Freude machen.“

ERSTE HILFE FÜR DIE SEELE



Gemeinsam mit der Bildungsinitiative Mental Health First Aid hat Borussia Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Ersthelfern für psychische Gesundheit geschult

Studien zufolge leiden fast 30 Prozent der Erwachsenen in Deutschland innerhalb eines Jahres an einer psychischen Störung. Oft fühlen sich Angehörige, Kollegen oder Freunde unsicher und wissen nicht, wie sie in solchen Momenten richtig helfen können. Doch wie bei der „klassischen“ Ersten Hilfe kann man auch bei psychischen Themen sofort hilfreich zur Seite stehen. Um das Bewusstsein für mentale Gesundheit zu stärken und frühzeitig konkrete Hilfe leisten zu können, hat Borussia aus jeder Abteilung nun Ersthelfer für psychische Gesundheit benannt.

„Ziel der Ersthelfer-Schulung ist, dass jeder in der Lage ist, frühzeitig kompetente Erste Hilfe bei psychischen Gesundheitsproblemen zu leisten. Während Erste-Hilfe-Kurse für körperliche Notfälle längst selbstverständlich sind, bleibt die psychische Gesundheit oft noch unbeachtet“, erklärt Seminar-Leiterin Anna-Sophie Ankersen, die sich neben ihrer Tätigkeit als Ärztin freiberuflich als „Mental Health First Aid Instruktoren“ engagiert. Mentale Gesundheit sei enorm wichtig für die Unternehmenskultur, und Borussia mache in diesem Bereich nun einen wichtigen Schritt, in dem sie ein internes Netzwerk von Ersthelfern für mentale Gesundheit aufbaut.

Die Beteiligung während des zweitägigen Seminars im Borussia-Park war durchgehend lebhaft, denn nahezu alle der 17 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben schon einmal Berührungspunkte mit psychischen Gesundheitsproblemen gehabt und wussten darüber zu berichten. Ob aus eigener Erfahrung, dem privaten oder beruflichen Umfeld.

„Ich freue mich sehr, dass wir diesen Kurs anbieten konnten, denn das Thema hat enorm an Wichtigkeit gewonnen. Nicht nur im beruflichen Kontext, sondern auch im Alltag. Je mehr Menschen wir bei uns dafür sensibilisieren können, desto größer ist der positive Effekt, von dem alle Mitarbeitenden profitieren können“, sagt Christopher Wilting. Als

Psychologe des Vereins und Vertrauensperson des gesamten Kollegiums wünscht sich der 35-Jährige, „dass alle ihr Umfeld gut beobachten und den Wunsch haben, zu helfen und Dinge zu lösen, anstatt sie unbeachtet zu lassen.“

Was sind Risikofaktoren? Welche Formen gibt es und wie können Anzeichen erkannt werden? Wie hilft man in Momenten, in denen sich Kollegen in mental herausfordernden Situationen oder Krisen befinden? Diese Punkte wurden während des Seminars, an dem auch jeweils zwei externe Teilnehmer von Borsussias Partnern Sonepar und Elten teilnahmen, in Kleingruppen erarbeitet und danach in der Runde intensiv besprochen und diskutiert.

Die Teilnehmer erfuhren zudem Basiswissen zu psychischen Erkrankungen und erlernten Methoden, um Betroffenen zu helfen – auf Basis des sogenannten ROGER-Prinzips: Reagieren (R), Offen zuhören (O), Geben von Unterstützung (G), Ermutigen, Hilfe anzunehmen (E) und Reaktivieren von Ressourcen (R). In praktischen Übungen wurde das erlernte Wissen vertieft und anhand von Fallbeispielen wurde trainiert, wie Kollegen bei mentalen Gesundheitsproblemen kompetent unterstützt werden können.

„Der Kurs war sehr intensiv und inspirierend. Anhand der Beispiele habe ich einige Situationen aus dem Berufsalltag wiedererkannt. Als Ersthelfer weiß ich nun, wie ich entsprechend reagieren und unterstützen kann“, sagt Tim Feldmann, Teamleiter Social Media aus Borsussias Unternehmenskommunikation.

In jeder Abteilung hat Borussia nun einen Ersthelfer für psychische Gesund-



heit. In regelmäßigen Abständen wird sich das „Team“ künftig treffen, um Beispiele zu besprechen und voneinander zu lernen.

Am Ende der Schulung steht die Erkenntnis, dass alle bei Borussia einen Teil dazu beitragen können, Hemmschwellen und Tabus abzubauen. Damit alle Mitarbeitenden wissen, dass sie bei mentalen Sorgen nicht allein sind und Hilfsangebote verfügbar sind. „Wir wollen die Psychologie bei Borussia sichtbar machen und das Thema weiter voranbringen“, sagt Wilting, der betont, dass sich jeder bei Gesprächsbedarf vertrauensvoll an ihn wenden kann. ♦

Unfallzahlen 2025

Unfälle ohne Meldepflicht/Ausfalltage	7
Unfälle mit Meldepflicht ohne Ausfalltage	5
Unfälle mit Ausfalltagen	6
Ausfalltage 1.000 Mann-Quote	64 16,67

FUSSBALLFANS IM TRAINING

Das Projekt „Fußballfans im Training“ wird mittlerweile von 25 Vereinen der Deutschen Bundesliga, 2. Bundesliga und 3. Liga in Zusammenarbeit mit dem Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT Nord) in Kiel und der Deutschen Krebshilfe durchgeführt. Eine ausgewogene Ernährung, weniger Kilos und mehr Fitness haben gleich eine Vielzahl von positiven Effekten: Neben einem besseren Lebensgefühl und mehr Energie verringert sich auch das Risiko an Krebs zu erkranken, z.B. an Darmkrebs. Bis dato haben bereits über 3.500 Fans an dem Programm teilgenommen – und das mit Erfolg! Der durchschnittliche Gewichtsverlust nach zwölf Wochen liegt bei über sechs Kilogramm pro Teilnehmer.



DIE ERWARTUNGEN ÜBERTROFFEN

Zum bereits zehnten Mal fand „Fußballfans im Training“ im Borussia-Park statt. Das Präventionsprojekt in Zusammenarbeit mit der Deutschen Krebshilfe und Gesundheitspartner AOK Rheinland/Hamburg sorgte wieder einmal für beeindruckende Ergebnisse

Klar, er habe schon die Hoffnung gehabt, ein paar Kilos zu verlieren, erzählt Frank Neubert. Aber das Ergebnis nach zwölf Wochen habe seine Erwartungen dann doch deutlich übertroffen: 14 Kilogramm sowie 14 Zentimeter Bauchumfang hat der 43-Jährige abgenommen. Neubert war einer von 18 Teilnehmenden des Präventionsprojekts „Fußballfans im Training“, das Borussia nun bereits zum zehnten Mal ausgerichtet hat. Seit vergangenem Jahr wird der VfL hierbei von Gesundheitspartner AOK/Rheinland unterstützt.

Zwölf Wochen lang trainierten die Teilnehmenden unter der Leitung von Anna Froneberg, Borussia's Nachhaltigkeitsmanagerin und frühere Hockeytrainerin, jeden Mittwoch 90 Minuten lang unter professionellen Bedingungen im Borussia-Park. „Ich wollte schon längere Zeit etwas machen, um mein Gewicht zu reduzieren“, erzählt Neubert. „Aber allein ist es schwierig, sich zu motivieren. In der Gruppe fällt es einem leichter, dranzubleiben. Und wann hat man schon mal die Möglichkeit, im Stadion seines Herzensvereins zu trainieren?“

Neben dem sportlichen Teil, der überwiegend aus Treppenlaufen, Zirkeltraining, Ausdauer- und Mobilisationsübungen bestand, lag der Fokus auch auf einem theoretischen Abschnitt. Hier wurden den Teilnehmenden ernährungsspezifische Themen vermittelt – etwa, wie man eine gesunde Einkaufsliste erstellt oder worauf man beim gesünderen Essen achten sollte, um langfristig abzunehmen.

„Abnehmen ist ein langwieriger Prozess und klappt nicht von heute auf

morgen“, so Froneberg. „Umso wichtiger ist es, dass wir den Leuten zeigen, wie sie mit Rückschlägen umgehen können, und dass diese ein normaler Teil des Prozesses sind. Das ist nachhaltiges Abnehmen.“

Auch der Spaß sollte dabei nicht zu kurz kommen. „Alle waren durchgehend sehr motiviert“, erzählt Froneberg. „Sie haben mit viel Elan und Freude an den Einheiten teilgenommen und kamen immer gern in den Borussia-Park, da sie alle Fans unserer Fohlen sind. Bei einem Rundgang

durchs Stadion waren sie begeistert und zeigten uns, von welchen Plätzen sie die Spiele meist verfolgen. Besonders schön war, dass wir einige Trainingseinheiten auf dem FohlenCampus und sogar eine in der Performance-Halle der Profis absolvieren durften.“

Das Projekt brachte auch in der nunmehr zehnten Auflage erneut tolle Ergebnisse: Im Durchschnitt nahmen die Borussia-Fans rund 7,5 Kilogramm ab. Ein Teilnehmer verlor gar 18 Kilogramm Körpergewicht und Frank Neu-

bert eben besagte 14. „Ich bin mir im Klaren, dass dies nur der Anfang war und ich am Ball bleiben muss“, sagt der gebürtige Mönchengladbacher, der sich dafür aber gut gewappnet sieht: „Wir haben nachhaltige Ernährungstipps erhalten, und uns wurden gute Übungen gezeigt, die wir zuhause fortführen können. Dazu haben wir uns schon mit Leuten aus unserer Gruppe verabredet. Wir wollen uns weiterhin treffen, um gemeinsam zu trainieren.“ ♦

DIE STRAHLKRAFT NUTZEN



Gemeinsam mit dem Land Nordrhein-Westfalen engagiert sich Borussia für bessere Berufsperspektiven junger Menschen. Eine neue Talkreihe bringt Politik, Wirtschaft und Auszubildende an einen Tisch

Im Juni 2025 fand im Borussia-Park der Auftakt des neuen „Stadion-Talks“ zur Initiative „Kein Abschluss ohne Anschluss – KAoA“ statt. Borussia hat gemeinsam mit weiteren Bundesligisten aus Nordrhein-Westfalen ein Bündnis mit dem Land unterzeichnet, um jungen Menschen Perspektiven aufzuzeigen und sie zu motivieren, vorhandene Angebote für ihre berufliche Zukunft zu nutzen.

Mit der Veranstaltung setzt das Bündnis ein starkes Zeichen: Die Vereine nutzen ihre Strahlkraft, um auf die Bedeutung der beruflichen Bildung aufmerksam zu machen und junge Menschen zu motivieren, sich mit ihren beruflichen Chancen auseinanderzusetzen.

An der Auftaktveranstaltung nahmen unter anderem Staatssekretär Matthias Heidmeier (MAGS NRW), Unternehmensvertreterinnen und -vertreter,

die Agentur für Arbeit, die IHK, die Kommunale Koordinierungsstelle sowie Auszubildende teil. Gemeinsam diskutierten sie über aktuelle Herausforderungen und Chancen in der regionalen Ausbildungslandschaft. Ziel des Bündnisses ist es, gemeinsam mit Politik, Wirtschaft und Bildungseinrichtungen nachhaltige Lösungen gegen Jugendarbeitslosigkeit und Perspektivlosigkeit zu entwickeln.

Das Bündnis versteht sich als Plattform für einen regelmäßigen Austausch zur Weiterentwicklung der beruflichen Orientierung in NRW. Es bündelt Fachwissen, stärkt Chancengerechtigkeit und setzt auf die kraftvolle Verbindung von Politik und Sport als Motor gesellschaftlicher Verantwortung. ◆



SPIELPLAN ZUKUNFT

Das Bündnis „Spielplan Zukunft – dein Weg in den Beruf“ bietet Orientierungshilfe für die berufliche Zukunft und hilft bei einem reibungslosen Übergang von der schulischen Bildung in die praxisnahe Ausbildung.

Geplant sind Austauschformate für Auszubildende, Unternehmen und Akteure der beruflichen Orientierung, die Stärkung von Themen der beruflichen Orientierung in ausgewählten Nachwuchsleistungszentren der Vereine sowie die Integration von Inhalten der beruflichen Bildung in das Angebot von „Lernort Stadion“, ein Projekt, das Lernräume im Fußballstadion für Jugendliche in sozial benachteiligten Lebenslagen anbietet.

EIN WOHLFÜHLRAUM FÜR KLEINE PATIENTEN

Mit einer Spende und ganz viel Herzblut hat Borussia die Kinderstation im Elisabeth-Krankenhaus in Rheydt unterstützt.

In Maleranzüge gehüllt greifen Borussia-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kurzerhand selbst zu Farbbrole und Pinsel, um den Aufenthaltsraum der Kinderstation K4 im Rheydter Elisabeth-Krankenhaus neu zu gestalten. Wenig später überziehen frische Grün- und Weißtöne und ein Abbild von Maskottchen Jünter die Wände. Inmitten der leuchtenden Farben leuchten auch zahlreiche Kinderaugen, nicht zuletzt, weil der echte Jünter der Station einen Besuch abstattet.

Die Spendengelder für die Umgestaltung stammen aus der jährlichen Tom-

bola der Mitarbeiter-Weihnachtsfeier, bei der 6.000 Euro gesammelt wurden. Die Borussia-Stiftung verdoppelte den Betrag, sodass insgesamt 12.000 Euro zusammenkamen. Der VfL hatte sich vorgenommen, ein lokales Projekt zu unterstützen – und entschied sich für die Kinderstation des Elisabeth-Krankenhauses.

Mit den finanziellen Mitteln wurde der dortige Aufenthaltsraum umfassend renoviert, neu möbliert und im Borussia-Design gestaltet. Kurz darauf fand die offizielle Scheckübergabe statt. Neben Jünter waren auch der Aufsichtsratsvorsitzende Michael Hollmann sowie Ex-Profi Patrick Herrmann als Vertreter Borussia dabei. Zusätzlich übergab der VfL ein signiertes Kinderrechte-trikot an die Klinik.

Dr. Sabine Keiser, Chefarztin der Kinder- und Jugendmedizin, zeigte sich bewegt:

„Wir freuen uns sehr, dass unser Spielzimmer nun ganz im Zeichen von Jünter gestaltet ist. Die Kinder haben hier die Möglichkeit, sich außerhalb ihres Zimmers aufzuhalten und ihre Zeit in einer freundlichen Umgebung zu verbringen.“ Besonders wichtig sei der emotionale Wert, ergänzt sie: „Der liebevoll gestaltete Raum zeigt ein Engagement, das man mit Geld kaum aufwiegen kann.“

Borussias Aufsichtsratsvorsitzender Michael Hollmann betonte die Bedeutung des Projekts: „Kinder liegen uns bei Borussia sehr am Herzen – sie sind unsere Zukunft, im Fußball wie auch darüber hinaus. Deshalb war dieses Projekt für uns eine echte Herzensangelegenheit. Ich kenne die Kinderklinik gut und finde, sie ist jetzt wirklich noch schöner geworden.“ ◆





ES GEHT UM MEHR ALS GEWINNEN ODER VERLIEREN

Borussia hat in Zusammenarbeit mit Coca-Cola Europacific Partners zum dritten Mal den „Coca-Cola Charity Cup“ im Borussia-Park ausgerichtet. Auch in diesem Jahr stand beim inklusiven Fußballturnier nicht der sportliche Wettbewerb im Vordergrund – vielmehr lag der Fokus auf Vielfalt im Sport

„Das ist für uns das Highlight des Jahres“, freut sich Dominik Schröders. Der Lehrer der Paul-Moor-Schule ist gleichzeitig Trainer des Teams, das seine Schule zum dritten „Coca-Cola Charity Cup“ in den Borussia-Park geschickt hat. „Der Spaß und der inklusive Gedanke stehen beim Turnier im Vordergrund – und das hat man wieder deutlich gemerkt.“

Das inklusive Turnier, das von Borussia und Coca-Cola Europacific Partners gemeinsam organisiert wurde, fand erneut auf dem Trainingsgelände der Fohlen statt. 16 Mannschaften, bestehend aus Spielerinnen und Spielern aus Einrichtungen für Menschen mit Handicap sowie aus Sportvereinen mit Inklusionsmannschaften, traten im „Sieben-gegen-Sieben“-Modus gegeneinander an.

Nachdem Borussias Geschäftsführer Markus Aretz das Turnier offiziell eröffnet hatte, wurden die Teams in vier Gruppen eingeteilt. Die jeweiligen Gruppenersten und -zweiten zogen ins Viertelfinale ein, anschließend folgten die K.-o.-Spiele. Im Finale setzte sich das Team „Hephata Mönchengladbach – Herren“ mit 3:0 gegen die „Gemeinnützigen Werkstätten Köln“ durch und stemmte am Ende den Pokal in die Höhe.

Doch wie Turnierleiter Patrick Wolf, Inklusionsbeauftragter bei Borussia, betonte: „Es ging nicht ums Gewinnen oder Verlieren, sondern darum, dass wir alle gemeinsam Spaß haben.“ So konnten sich abseits der Plätze alle Anwesenden auch beim Torwandschießen versuchen oder am Tischkicker gegeneinander antreten – und das alles unter den Augen von Maskottchen Jünter. Zwischen Halbfinale und Finale besuchten zudem die VfL-Profis Jonas Omlin, Tiago Pereira Cardoso und Kevin Stöger das Event und erfüllten zahlreiche Autogramm- und Fotowünsche.

Für das leibliche Wohl der Zuschauer und Teilnehmer sorgte Borussias Stadion- und Premium-Partner Coca-Cola. „Wir haben uns gefreut, zum dritten Mal dieses besondere Turnier auszurichten. Es sind viele bekannte Gesichter dabei, die ebenfalls zum dritten Mal dabei sind. Es freut uns einfach, mit so einer Kleinigkeit den Menschen etwas zurückzugeben“, unterstrich Nicole Adler, Verkaufsleiterin bei Coca-Cola.

Das Turnier soll den Menschen helfen, ihre alltäglichen Hürden zu überwinden und einen unvergesslichen Tag mit der „schönsten Nebensache der Welt“ zu verbringen. „Es ist ein Teil unserer Verantwortung, gelebte Inklusion in Mönchengladbach und der Umgebung voranzutreiben“, sagte Borussias Präsident Rainer Bonhof. „Wenn wir die Freude in den Gesichtern der Beteilig-

ten sehen, diese Freude am Fußball spielen – dann ist das einfach schön.“

Anna Froneberg, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Borussia, zog ein rundum positives Fazit: „Der dritte Coca-Cola Cup war erneut ein voller Erfolg. Zu sehen, mit wie viel Freude die Teilnehmer dabei sind, erfüllt uns jedes Mal aufs Neue mit Stolz. Borussia steht für Gemeinschaft und Teilhabe – Werte, die wir mit dem Coca-Cola Cup lebendig werden lassen. Es bedeutet uns viel, so viele Menschen mit dem Turnier zu begeistern. Wenn am Ende des Tages alle mit einem Lächeln nach Hause gehen, wissen wir: Genau dafür machen wir diese Veranstaltung.“

Auch Jünter ließ sich den Coca-Cola Charity Cup nicht entgehen.



Das Team „Hephata Mönchengladbach“ ging am Ende des Turniers als Sieger hervor.



FUSSBALL ALS SCHLÜSSEL ZU MEHR STÄRKE



Die Begeisterung für Fußball als Lernmotivation zu nutzen, das ist der Gedanke hinter „Fußball trifft Kultur“. Am Standort Mönchengladbach unterstützt Borussia das von der DFL Stiftung geförderte Projekt an einer Grundschule in Holt

Die Vorfreude ist wie immer groß. Nach dem Mittagessen geht es für die Kinder der dritten und vierten Klassen der Katholischen Grundschule Holt raus auf den Fußballplatz. Einfach unbeschwert kicken, ohne Leistungsanspruch. Jens Bäumer, Jugendtrainer bei Borussia, gibt zwar einige Übungen vor – Ballannahme, Passen, Torschuss oder auch Konzentrations- und Geschicklichkeitsspiele – und es wird auch ein kleines Spiel absolviert. Doch im Vordergrund stehen Spaß, Bewegung und der Aufbau von Selbstvertrauen. Denn wer sich durch Fußball stärker fühlt, entwickelt eine höhere Lernbereitschaft – und hat letztlich mehr Erfolg in der Schule.

Das Projekt wurde 2007 von der Lit-Cam, einer gemeinnützigen Tochter der Frankfurter Buchmesse, ins Leben gerufen. Ziel ist es, durch die Kombination aus Fußballtraining, Kompetenztraining und kulturellen Aktivitäten vor allem sprachliche und soziale Fähigkeiten zu schulen sowie das Lernverhalten und Selbstvertrauen der Kinder zu fördern.

„Hier geht es rein um den sozialen Aspekt, nicht um Talentsichtung“, erklärt Bäumer, der das „Training“ der jeweils bis zu 24 Kinder auf dem kleinen Kunstrasen-Court leitet. Zweimal pro Woche stehen 45 Minuten Fußball und im Anschluss 45 Minuten Kompetenztraining mit dem Schwerpunkt Sprachförderung auf dem Programm. Gerade für Kinder aus schwierigen sozialen Verhältnissen kann der Fußball eine Schlüsselrolle in ihrer Entwicklung einnehmen.

„Wir wollen Kinder und Jugendliche mit Förderbedarf über den Fußball zum Lernen motivieren“, sagt Bäumer, der in engem Austausch mit Deutschlehrerin Heike Raßmanns steht. Besonders der Abbau von Sprachbarrieren ist entscheidend, um sich in Schule und Gesellschaft zurechtzufinden. Und das Konzept funktioniert, wie Raßmanns erklärt:



er sich traute zu reden, weil er selbstbewusster wurde und merkte, dass andere Kinder ihm vertrauen. In solchen Momenten weißt du als Betreuer: Alles richtig gemacht. Darum geht es.“

Bundesweit findet „Fußball trifft Kultur“ in 23 Städten an 34 Standorten statt und fördert jährlich über 850 Kinder. Borussia unterstützt das Projekt als einer der 23 Profistandorte im Sinne ihrer sozialen Verantwortung. Regelmäßig auch mit besonderen Aktionen. So durften 22 Jungen und Mädchen der „Fußball trifft Kultur“-Klasse im Rahmen des Bundesliga-Aktionsspieltages „Unzähmbar für Kinderrechte“ gegen den FC St. Pauli im November 2024 Teile der Südkurve im Borussia-Park malerisch gestalten.

Ein besonderes Highlight jedes Schuljahres ist das Abschlussturnier um den „Fußball-trifft-Kultur-Wanderpokal“, das an wechselnden Standorten ausgetragen wird. Im vergangenen Jahr reiste die Grundschule Holt nach Frankfurt am Main – ein unvergessliches Erlebnis. Für das Turnier erhalten die Kinder Trikots, Hosen und Stutzen von Borussia, die sie als Erinnerung behalten dürfen. „Das ist nochmal eine Extramotivation, buchstäblich am Ball zu bleiben“, sagt Bäumer.

Seit Projektbeginn 2020 wurden in Holt bereits rund 100 Kinder gefördert. Eine bundesweite Studie zeigt: 86 Prozent der teilnehmenden Kinder verbessern sich in der Schule. So ist es auch in Holt, wo das Konzept Jahr für Jahr zum Erfolg führt. ♦



Schülerinnen und Schüler der Katholischen Grundschule Holt.



POLITIK IM STADION

Fünf Oberbürgermeisterkandidaten stellten sich im Rahmen des Projekts „Generationen im StadionDialog“ im Vorfeld der Kommunalwahl 2025 den Fragen von Mönchengladbachs Jugendlichen, Senioren und Bürgern

Kurz vor der Kommunalwahl im September 2025 wurde der Borussia-Park zu einem Ort des politischen Austauschs. Im Rahmen des vom Bildungspark Mönchengladbach organisierten Projekts „Generationen im StadionDialog“ fand eine Podiumsdiskussion mit den fünf Oberbürgermeisterkandidaten der im Stadtrat Mönchengladbach vertretenen Parteien statt.

„Ich freue mich sehr über diese Veranstaltung. Denn gerade zur Wahlperiode wird einem immer wieder bewusst, wie wichtig Wahlen sind und dass wir die Menschen, die von ihrem Wahlrecht Gebrauch machen dürfen, immer wieder ermutigen, wie bedeutend es ist, dieses Recht zu nutzen. Wie gut es ist, dass wir in diesem Land leben – in einer Demokratie, in der wir unsere Meinung frei äußern dürfen“, sagte Borussias Geschäftsführer Markus Aretz im Vorfeld des Events. „Daher sind wir von Borussia stolz darauf, dass der Bildungspark solche Veranstaltungen durchführt. Denn unser Dank gilt nicht nur für diese Veranstaltung, sondern auch für die wertvolle Arbeit über das ganze Jahr hinweg – für alle Workshops und Projekte.“

Durch den Abend führten Marius Künzel und Anna Besler vom Bildungspark. Auf dem Podium nahmen Christof Welens (CDU), Felix Heinrichs (SPD), Marcel Klotz (Bündnis 90/Die Grünen), Reiner Gutowski (FDP) und Sebastian Merkens (Die Linke) Platz.

Im Mittelpunkt der Diskussion standen die Themen Freizeit und Sport, Chancen-

gleichheit und Beteiligung, Bildung und Schule, Mobilität und Digitalisierung sowie Sicherheit und öffentlicher Raum. Die Fragen dazu hatten die Teilnehmer des Projekts bereits im Vorfeld erarbeitet. Seit April 2025 hatten 13 Jugendliche und 13 Senioren in gemischten Gruppen zusammengearbeitet, um Inhalte zu entwickeln, Standpunkte auszutauschen und gemeinsam die Podiumsdiskussion vorzubereiten.

Während der Veranstaltung stellten die Moderatoren zunächst zu jedem Thema eine provokante Frage, die jeweils nur ein ausgewählter Kandidat beantworten durfte. Danach folgten zwei weitere vorbereitete Fragen, die alle Kandidaten nacheinander beantworteten. Im Anschluss an die einstündige Diskussion hatten die Anwesenden Gelegenheit, eigene Fragen zu stellen. Zum Abschluss bekam jeder der fünf Bewerber noch einmal 60 Sekunden Zeit, um zu erklären, warum er Oberbürgermeister werden möchte.

„Dieses Projekt ist eine neue Facette unserer Arbeit. Wir haben schon immer Bildungsprojekte für Kinder und Jugendliche bis 27 Jahre angeboten, aber gemerkt, dass es auch einen Bedarf bei älteren Personen gibt und uns deshalb weiterentwickelt“, betonte Künzel. „Umso mehr freuen wir uns, dass wir eine so große Veranstaltung auf die Beine stellen konnten, zu der sich 110 Menschen angemeldet haben. Das ist nicht selbstverständlich – und wir sind dankbar, dass so viele den Austausch suchen.“ ♦



FOHLENPREIS

EHRT ENGAGEMENT

IN DER JUGENDARBEIT



Borussia hat eine neue Auszeichnung ins Leben gerufen, um Menschen des Vereins zu ehren, die sich in besonderem Maße um die Jugendarbeit des VfL verdient gemacht haben. Der erste FohlenPreis geht an die „Internatseltern“ Birgitt und Wolfgang Lintjens

Ob bei Krankheit, Herausforderungen in der Schule oder im Privatleben – Birgitt und Wolfgang sind immer für die jungen Fohlen da. 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Seit mehr als zwei Jahrzehnten betreut das Ehepaar die Internatsspieler Borussias. „Wir wollen den Jungs hier ein Gefühl von Heimat geben“, erzählt Birgitt. „Die Eltern bringen uns ihre Kinder in eine der prägendsten Phasen des Lebens, und holen sie als Erwachsene wieder ab. Unsere Aufgabe ist es, die Jungs stets auf dem richtigen Weg zu behalten und ihnen Werte zu vermitteln, die sie in den Jahren danach durchs Leben bringen werden.“

Wolfgang, der von den Jungs liebevoll „Wolle“ genannt wird, ist seit klein auf Borusse, und hat früher selbst in der A-Jugend für Borussia gespielt. „Meine Frau und ich haben uns die Aufgaben von Anfang an aufgeteilt. Sie hat sich um das leibliche Wohl der Jungs außerhalb des Platzes gekümmert, und ich kannte alle Ergebnisse und wusste, wie deren Laune nach einem Wochenende war. Das hat sich sehr gut ergänzt“, erinnert sich Wolle zurück.

Für ihre Arbeit der vergangenen zwei Jahrzehnte sind die beiden im Sommer 2025 geehrt worden: Sie sind die ersten

Preisträger des neuen FohlenPreises. Die Auszeichnung soll Menschen des Vereins ehren, die sich in besonderem Maße um die Jugendarbeit des VfL verdient gemacht haben. Ohne die Familie Lintjens wäre das Internat Borussias nicht das, was es heute ist.

Angefangen hat alles mit einem Anruf vor über 20 Jahren. Nach dem Bau des Borussia-Park zog das Internat von der Marktfeldstraße ins Stadiongebäude um. Die Lintjens waren schon damals bei Borussia bekannt, weil alle drei Söhne beim VfL gespielt hatten. Der damalige Sportdirektor Christian Hochstätter bat Birgitt darum, beim Umzug der Spieler zu unterstützen. „Da dachte ich noch, dass ich nur temporär aushelfe. Höchstens die ersten zwei Tage, bis die Jungs vollständig umgezogen und versorgt sind“, erzählt die damalige Kosmetikerin und lacht: „Aus den zwei Tagen sind über 20 Jahre geworden.“

Birgitt und Wolfgang entschieden sich sogar dazu, im Borussia-Park einzuziehen, um rund um die Uhr vor Ort sein zu können. Seither widmen beide ihr Leben dem VfL-Nachwuchs. Auch nach krankheitsbedingten Rückschlägen blieben sie Borussia und dem Internat treu. Im Jahr 2019 zogen beide gemeinsam mit dem Internat aus dem Stadiongebäude in den Neubau FohlenStall.

Zu den meisten ihrer ehemaligen Internatsschüler haben beide noch guten Kontakt. Zu einigen sogar sehr guten. Marko Marin, Patrick Herrmann und Janis Blaswich sind nur drei Beispiele. Nicht selten kommt es vor, dass einige Ex-Fohlen bei Auswärtsspielen in Mönchengladbach nach Wolfgang und Birgitt fragen oder dem Internat einen Besuch abstatten. „Es gibt auch heute noch welche, die sich bei mir melden, wenn sie etwas auf dem Herzen haben“, berichtet die Internatsmama. ♦



EINE BEDRÜCKENDE ERKENNTNIS

Gemeinsam mit dem Kompetenzpark hat Borussia einen Antisemitismus-Workshop zur Weiterbildung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeboten



Zehn Zettel liegen auf den Tischen vor jeder Gruppe bereit, einer muss jetzt weg. Eigentlich gar nicht so schwer, sollte man meinen. Doch auf den Zetteln sind zehn der unveräußerlichen Menschenrechte und Grundfreiheiten der Vereinten Nationen notiert. Und auf eines soll nun jede Gruppe verzichten, was wählt man da? Ist Ehe- oder Religionsfreiheit wichtiger? Kann man in einem mitteleuropäischen Land – natürlich ganz subjektiv aus der glücklichen Lage des Friedens – auf das Recht auf Asyl verzichten – zumindest solange im eigenen Land kein Krieg herrscht? Egal, welches Grundrecht jede Gruppe am Ende abgibt: Gut fühlt sich niemand dabei. Schließlich will man gerne alle behalten.

Doch das war erst der Anfang der Übung. Im zweiten Schritt verlangt Workshop-Leiter Marius Künzel vom Kompetenzpark den Verzicht auf zwei weitere Grundrechte, dann müssen noch einmal drei abgegeben werden,

am Ende darf jedes Team nur ein einziges seiner Grundrechte behalten. Innerhalb der Gruppen herrschen lebhaft Diskussionen, weil ein jeder die Wichtigkeit einzelner Rechte unterschiedlich bewertet. Hintergrund der Übung ist ein historischer: Mit den Nürnberger Gesetzen sprachen die Nationalsozialisten ab 1935 jüdischen Menschen in Deutschland mehr und mehr Rechte ab. Und diese konnten nicht mal entscheiden, auf welche Rechte sie am ehesten verzichten würden.

90 Jahre später scheint für die Workshop-Teilnehmer Antisemitismus relativ weit weg. „Doch er ist keinesfalls aus der Gesellschaft verschwunden“, sagt Marius Künzel und beweist dies gleich anhand realer Zitate aus Politik und Sport, die voller antisemitischer Sprachcodes sind. Der Workshop ist eine Zusammenarbeit Borussias mit dem Kompetenzpark, der aus dem Bildungspark Mönchengladbach entstanden ist. Dieser vermittelt pro Jahr über

4.000 Schülerinnen und Schüler in verschiedenen Workshops Themen der politischen Bildung. „Wir sind immer häufiger von Lehrkräften, Firmen oder Vereinen angesprochen worden, ob wir solche Schulungen und Workshops nicht auch mal für Erwachsene machen könnten“, erklärt Künzel. Seit Anfang 2024 existiert deshalb nun der Kompetenzpark, der „unfassbar gut angenommen“ werde.

Im heutigen Workshop beschreibt Künzel zunächst die Grundlagen von Antisemitismus und erläutert, warum eine einheitliche Definition gar nicht so einfach ist. Im weiteren Verlauf geht es beispielsweise um das Erkennen von antisemitischen Handlungen, ob offensichtliche Online-Hetze oder subtile Alltagsdiskriminierung. Auch Beispiele aus dem Fußball-Kosmos werden besprochen sowie mögliche Lösungsansätze: Wie kann ein Fußballverein mit seiner großen Reichweite dem Thema Antisemitismus begegnen?

„Als Klub setzen wir uns schon recht lange aktiv gegen Antisemitismus ein“, sagt Markus Friebe, Leiter von Borussia Stabsstelle CSR & Nachhaltigkeit. „Die Menschen in unserem Verein vertreten Borussias Werte. Um bei ihnen das Bewusstsein für diese wichtige Thematik weiter zu vertiefen, wollten wir diese Bildungsmaßnahme anbieten.“

Verpflichtende Online-Schulungen zu Themen wie Diversität, psychische Belastungen am Arbeitsplatz oder auch Brandschutz gibt es für Borussias Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schon lange. „Doch das gemeinschaftliche Erarbeiten, das Diskutieren und Erleben in einem Workshop ist besser als jedes Online-Format“, ist sich Friebe sicher. „Die direkte Interaktion führt zu Aha-Erlebnissen und Erkenntnissen, die sich viel besser verfestigen.“ So auch die bedrückende Erkenntnis, wie es sich anfühlt, auf eines seiner Grundrechte verzichten zu müssen. Und das bereits nur auf dem Papier – ohne reale Konsequenzen. ♦



INFO

KOMPETENZPARK

Der Kompetenzpark ist aus dem Bildungspark Mönchengladbach entstanden und bietet individuelle Workshops und Schulungen für Firmen und Vereine an. Das vielfältige Programm sowie weitere Informationen finden sich unter: www.kompetenzpark.de

SPORTLICHE UND SOZIALE HIGHLIGHTS

2025 hat Borussia den Frauen- und Mädchen-Fußball mit einer ganzen Reihe an Aktionen und Veranstaltungen gefördert

So fand am 18. Mai 2025 rund um das letzte Saisonspiel der 1. Frauenmannschaft erneut ein großer „Borussia Girls' Day“ auf dem FohlenCampus statt. Die Partie gegen Eintracht Frankfurt II wurde daher nicht, wie sonst üblich, im Grenzlandstadion, sondern auf dem Fohlenplatz im Borussia-Park ausgetragen. Im Fokus dieses „Girls' Day“, der um 10 Uhr begann und gegen 16 Uhr endete, standen drei Turniere für Jugendmannschaften aus der Region in den Altersklassen U11, U13 und U15. Rund um diese Turniere erwartete die Besucherinnen und Besucher ein buntes Rahmenprogramm mit verschiedenen Mitmachaktionen – darunter ein Fußballlaufzettel mit vier Stationen, mehreren Sponsorenständen sowie weiteren Spiel- und Aktivangeboten. Ein Rundum-Paket, das der 1. Frauenmannschaft zum Saisonfinale gegen die Eintracht mit 650 Zuschauern eine etwa doppelt so hohe Besucherzahl bescherte, als es sonst der Fall ist. Ein „echtes Highlight zum Saisonabschluss also“, wie sich Tanja Schäfer, Borussia's Koordinatorin für den Frauen- und Mädchenbereich, freute.

Auch 2026 steht der Girls' Day wieder auf dem Programm, der dieses Mal am 17. Mai stattfinden wird. Erneut bildet das Saisonfinale, zu dem die Fohlen dann die SG Andernach empfangen, den würdigen Rahmen. „Wir werden uns wieder einiges für die Besucherinnen und Besucher einfallen lassen“, verspricht die Koordinatorin erneut einen kunterbunten „Girls' Day“.

Um den weiblichen Nachwuchs ging es im vergangenen Jahr auch bei den beiden „Talente-Tagen“ für junge Fußballerinnen der Jahrgänge von 2012 bis 2017. Hier konnten Nachwuchskickerinnen aus der Region unter Anleitung von Juniorinnen-Koordinator Armin Cemalovic sowie weiteren Borussia-Trainern ihr Können präsentieren und sich für einen Platz in einem der Nachwuchsteams empfehlen.

Besonders am Herzen liegt Schäfer aber auch das soziale Engagement der 1. Frauenmannschaft, ihres Zeichens das Aushängeschild von Borussia's Frauenfußball. „Wir haben 2025 verschiedene soziale Projekte unterstützt und

zum Beispiel in einem Altersheim mit den Bewohnerinnen und Bewohnern gemeinsam eine Malaktion veranstaltet, einen Park gesäubert und Care-Pakete an Obdachlose verteilt.“ Ganz bewusst habe man nicht jede dieser Aktionen öffentlich gemacht und medial begleiten lassen, da neben dem sozialen Aspekt auch der des Teambuildings innerhalb der 1. Mannschaft eine Rolle gespielt habe, so Borussia's Abteilungsleiterin.

Dass sich Borussia über den reinen Sport hinaus grundsätzlich stets für Frauenrechte einsetzt, das machte der Verein am „Orange Day“ erneut deutlich. So ließ man den Borussia-Park anlässlich der UN-Kampagne „Orange the World“, die weltweit auf Gewalt gegen Frauen aufmerksam macht, an diesem Tag in Orange erstrahlen. Zudem unterstützte man das Frauenhaus Rheydt und das Frauenhaus Mönchengladbach jeweils mit einer Spende in Höhe von 1.900 Euro und würdigte so die wertvolle Arbeit der Einrichtungen, die Frauen und ihren Kindern in belastenden Lebenssituationen Schutz, Beratung und Sicherheit bieten. ◆



Beim Girls' Day im Borussia-Park gab es erneut viele verschiedene Stationen zu absolvieren.



Die Frauen- und Mädchenabteilung hat sich über das Jahr verteilt immer wieder sozial engagiert.

FÜR EINE SICHERE ATMOSPHÄRE

NEUES KINDERSCHUTZ-TEAM OMBUDSSTELLEN (INTERN)

» JULIA
HAMBÜCHEN



Juristin (Stabsstelle Recht & Compliance)
Jugendschutzbeauftragte

»» NATHAN
NZUZI



Sozialpädagoge
Pädagoge NLZ / Co-Trainer U15

»»» ALEX
HOMBRINK



Sozial- und Traumapädagoge
Pädagoge FohlenStall (Internat)



Kinderschutz im Sport braucht klare Konzepte und starke Zusammenarbeit: Borussia hat gemeinsam mit der Stadt Mönchengladbach und dem Stadtsportbund mehrere Konzepte vorgestellt – mit wichtigen Impulsen für Vereine aus der gesamten Region

Kinderschutz ist ein Thema, das alle angeht. Deshalb haben die Stadt Mönchengladbach, der Stadtsportbund und Borussia einen umfassenden Einblick in den Kinderschutz gegeben und verschiedene Kinderschutzkonzepte vorgestellt. Im Borussia-Park kamen dazu über 100 Teilnehmende zusammen, darunter Vertreterinnen und Vertreter von mehr als 40 Vereinen aus der Region.

„Der Jugend gehört die Zukunft. Das wollen wir in unserem Verein leben“, betonte Borussias Geschäftsführer Dr. Stefan Stegemann bei seiner Eröffnungsrede. „Da ist vor allem ein funkti-

onierendes Kinderschutzkonzept wichtig – das liegt uns am Herzen.“

Auch Oberbürgermeister Felix Heinrichs hob in seinem Grußwort hervor, wie zentral die Zusammenarbeit im Bereich Kinderschutz ist: „Wir müssen, wenn wir Kinder schützen wollen, alles in Bewegung setzen. Da ist vor allem die Zusammenarbeit wichtig, denn man darf das Thema nicht unterschätzen.“

Im ersten inhaltlichen Teil stellten die Stadt Mönchengladbach, das Jugendamt sowie der Stadtsportbund ihr rund 35-seitiges Kinderschutzkonzept vor. Ziel ist es vor allem, Vereinen Orientie-



rung zu geben, sie aufzuklären und bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen zu unterstützen.

Eine eindrucksvolle Videosequenz des Theaterstücks der Jugendhilfe von „Zornröschen“ vermittelte anschließend, wie vielfältig und unerwartet Situationen sexueller Gewalt auftreten können – auch mitten im Vereinsalltag. Christiane

Houben, Vizepräsidentin des Stadtsportbundes, erklärte im Anschluss, wie es zu solchen Fällen kommen kann, insbesondere durch die Ausnutzung von Machtverhältnissen im Verein.

Danach präsentierte Borussia ihr eigenes Kinderschutzkonzept, das von der vereinseigenen Kommission für Kinderschutz sowie dem Abteilungsleiter des

Nachwuchsleistungszentrums, Norman Wittekopf, erarbeitet wurde. Das Team besteht aus Julia Hambüchen (Juristin und Jugendschutzbeauftragte bei Borussia), Nathan Nzuzi (Sozialpädagoge im Nachwuchsleistungszentrum) und Alexander Hombrink (ebenfalls Sozialpädagoge im Nachwuchsleistungszentrum).

Dabei wurden verschiedene Maßnahmen vorgestellt, die Borussia zum nachhaltigen Schutz von Kindern und Jugendlichen implementiert hat. Dazu zählt unter anderem der Onboarding-Prozess, der das Vorlegen eines erweiterten Führungszeugnisses, die Unterzeichnung eines Ehrenkodexes sowie die Absolvierung eines E-Learnings umfasst. Darüber hinaus wurden die Einrichtung interner und externer Ombudsstellen, ein Whistleblowing-Tool und die Richtlinien für Fotografen als feste Bestandteile des Konzepts vorgestellt. ♦

INFO

KINDERSCHUTZ IM NACHWUCHS- LEISTUNGSZENTRUM

Borussia bildet in ihrem Nachwuchsleistungszentrum aktuell mehr als 200 Jugendspieler aus. Darüber hinaus nehmen jedes Jahr weit mehr als 100 Mädchen und Jungen an den Kursen und Camps der FohlenFussballschule teil.

Um der Verantwortung für diese Kinder gerecht zu werden, hat Borussia ein speziell auf den Verein zugeschnittenes Kinderschutzkonzept als präventive Schutzmaßnahme installiert.

Ergänzt wird das Kinderschutzkonzept seit der Rückrunde 2024/25 um ein vereinsinternes Akkreditierungsverfahren sowie Leitlinien für externe Fotografen bei Trainingseinheiten sowie Heimspielen unserer Nachwuchsmannschaften im Borussia-Park und auf der Anlage Am Haus Lütz.

Durch die Einführung des Akkreditierungsverfahren möchte der VfL seine Jugendspieler/-innen noch intensiver vor möglichem Missbrauch schützen und sicherstellen, dass der Borussia-Park sowie die Anlage Am Haus Lütz Orte sind, an dem sich sowohl die Kinder als auch ihre Eltern sicher und zu jeder Zeit wohlfühlen können.

Weiterhin hat der Verein interne und externe Ombudsstellen benannt. Mit dem Zornröschen e.V. arbeitet Borussia mit einem Verein zusammen, der auf diesem Gebiet über eine große Expertise verfügt.

Zudem fand im Jahr 2025 erstmals ergänzend zu den bereits vorhandenen E-Learning-Modulen eine Mitarbeiterschulung zum Thema Kinderschutz statt.

KONTAKT

Kontakt

jugendschutz@borussia.de

Kinderschutzbeauftragte

Julia Hambüchen

Leiterin der Stabsstelle
Recht & Personal
julia.hambuechen@borussia.de

Nathan Nzuzi

Pädagoge NLZ & stellvertretende
Leitung Sportteilinternat
nathan.nzuzi@borussia.de

Alexander Hombrink

Sozialpädagoge NLZ
alexander.hombrink@borussia.de

FUSSBALL ZUM ANFASSEN



Eine Stadionführung der besonderen Art: Zwanzig sehbehinderte Gäste des BSMVG erkunden den Borussia-Park. Mit Humor, Herz und vielen Eindrücken zum Fühlen wird Borussia für alle erlebbar

„Die wichtigste Frage: Wer ist Borussia-Fan?“, fragt Stadiongüde Frank Nöhles zum Auftakt. Bis auf eine Person heben alle die Hand. „Das sind gute Voraussetzungen – für dich bleibt der Stadionknast“, witzelt er, alle lachen. Die Stimmung ist gelöst an diesem Mittwochnachmittag. Der Blinden- und Sehbehindertenverein für Mönchengladbach und Viersen (BSVMG) ist zu Gast. „Frank ist mein Nachbar. Ich habe ihn gebeten zu prüfen, ob sich eine Führung für Sehbehinderte organisieren lässt“, sagt Ulla Harings von der Geschäftsstelle.

Gefragt, geplant, getan. Frank Nöhles und Renate Moll organisieren eine ganz



spezielle Führung. Und so finden sich zwanzig Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Stadion ein, einige mit Restsehvermögen, viele mit weniger als zehn Prozent. Borussia hat die Tour angepasst: Dinge werden nicht nur gezeigt, sondern beschrieben und erlebbar gemacht.

Nach Begrüßung und kurzem Film – der Erzähler liefert zu den Bildern viele Fakten – startet die Führung. Erste Station: das Foyer am Haupteingang. „Das sind unsere wichtigsten Trophäen“, sagt Nöhles. „In den Vitrinen liegen Meisterschale, DFB-Pokal und der UEFA-Cup.“ Er nennt Farben, Formen, Größen – Details, die Sehenden selbstverständlich sind, für diese Runde aber entscheidend.

Patrick Wolf, Inklusionsbeauftragter bei Borussia, begrüßt die Gäste ebenfalls. Er weist auf die Blindenreportage hin, die bei jedem Heimspiel im Stadion angeboten wird – und für zuhause über die Vereins-Homepage gestreamt werden kann. „Wir treffen uns hoffentlich im Stadion“, sagt er, als er sich wieder verabschiedet.

Mit dem Aufzug geht es in den Presse-raum. „Nach dem Spiel sitzt der Gästetrainer links. Wenn der Tränen in den Augen hat oder angefressen ist, hat Borussia gewonnen“, kommentiert Nöhles trocken und beschreibt den Aufbau des Podests. Dann die erste große Überraschung: Aus dem Archiv kommen Exponate zum Anfassen – eine ori-

ginalgetreue Meisterschale, Trikots aus den 1970er- und 1980er-Jahren, ein Wimpel vom Liverpool-Spiel 2010 sowie alte, in Spielen getragene Fußballschuhe von Marco Reus. „So fühlt sich also die Schale an“, sagt ein Teilnehmer beeindruckt.

Durch einen engen Gang mit grüner Beleuchtung führt der Weg zum sogenannten Stadionknast. „Polizeigewahrsam“ steht auf dem Türschild. Im vorderen Raum verfolgen Polizisten auf einem großen Bildschirm das Geschehen, dahinter liegen drei Zellen und kleine Vernehmungsräume. „Schön war’s mit euch, bis zum nächsten Mal“, ruft Nöhles und schließt die Gittertür zwischen Zellen und Vorraum. Die Gruppe steht halb vor, halb in den Zellen – Gelächter.

In der U23-Kabine, die an Spieltagen zur Gästekabine wird, erklärt Nöhles den Ablauf: „In der Mitte stehen Getränke, draußen gibt es ein kleines Buffet.“ Viele sind zum ersten Mal in einer Profikabine. „Man riecht die Schuhe, die Klammotten und die Düfte der Spieler“, sagt eine ältere Teilnehmerin. Es wird ruhig – die Gäste nehmen die Gerüche auf und lassen sie auf sich wirken.

„Raus aus der Kabine – jetzt geht’s los!“ Der Spielertunnel ist der Höhepunkt. Gemeinsam mit ihren Betreuerinnen



und Betreuerinnen stellen sich die Gäste auf. „Borussia-Park, seid ihr bereit?“, ruft Nöhles. „Jaaa!“, schallt es zurück. Auf Knopfdruck erfüllt die Hymne „Elf vom Niederrhein“ den Tunnel, dazu Stadionatmosphäre. Still genießen alle den Weg durch die Tür bis an den Spielfeldrand. „Schlechte Nachrichten: Ihr sitzt auf der Reservebank“, sagt Nöhles und deutet auf die beheizbaren Sitze. Den Rasen zu betreten ist tabu. Die Teilnehmer machen es sich auf den Ersatzbänken gemütlich.

Von einem Ledersessel in den nächsten: Der Aufzug bringt die Gruppe zwei Stockwerke nach oben in die Vereinsloge. Hier empfängt Borussia sonst Gäste aus Sport, Politik und Wirtschaft. „Macht es euch gemütlich, ich bringe gleich was zu essen“, scherzt Nöhles.

Wenige Schritte weiter: der Fußabdruck von Vereinslegende Günter Netzer. Nöhles bittet einen Teilnehmer zu einem kurzen Rollenspiel. „Ich spiel dann jetzt“, sagt er im Vorbeigehen – eine Reminiszenz an das Finale 1973 im Düsseldorfer Rheinstadion, als Netzer sich selbst einwechselte. Ein kleiner Moment, der Geschichte greifbar macht.

>>

Zum Abschluss steht die Gruppe im Businessbereich. Nöhles bedankt sich für die Aufmerksamkeit. „Es war sehr spannend. Frank hat alles sehr gut erklärt und detailliert beschrieben“, sagt Ulla Harings. Vor allem die Meisterschale und die Trikots zum Anfassen seien Highlights gewesen. „Unser Dank gilt Frank und den Verantwortlichen von Borussia für dieses großartige Erlebnis.“



Die Führung zeigt: Fußball lässt sich nicht nur sehen. Er lässt sich hören – in Hymnen, Jubel, in nüchternen Pressekonferenz-Sätzen. Er lässt sich riechen – in Kabinen, in denen der Wettkampf noch in der Luft hängt. Und er lässt

sich fühlen – in kaltem Metall, bequemem Leder und in den kleinen Gesten eines Guides, der seine Gruppe ernst nimmt. So wird der Borussia-Park für alle erlebbar. ♦

BORUSSIA FÜR ALLE

Das Inklusionsteam des VfL setzt sich dafür ein, Borussia für möglichst viele Menschen erlebbar zu machen

Patrick Wolf ist seit 2012 Inklusionsbeauftragter bei Borussia. Er kümmert sich unter anderem um die faire Ticketvergabe für Fans mit Einschränkungen. Das Inklusionsteam beim VfL wird darüber hinaus verstärkt von Andrea Hanisch, die sich am Spieltag um die Belange der Rollstuhlfahrerinnen und -fahrer kümmert, von den drei Reportern der FohlenHeimspielreportage (Thomas Hörkens, Sidney Rahmel und Stefan Birkenstock) sowie einem Betreuer für die Gehörlosenplätze im Borussia-Park (Michael Eicker).

An Spieltagen wird im Borussia-Park dafür gesorgt, dass alle mittendrin im Geschehen sind. In den Blöcken 18 und 19 sowie 1 und 2 bietet der VfL ausreichend Platz für Rollstuhlfahrer. Auch für sehbehinderte und gehörlose Fans gibt es ausgesuchte Sitze mit besonderem Service, wie der FohlenHeimspielreportage, in der drei ehrenamtlich tätige Blindenreporter alles Wichtige rund um das Spiel vermitteln.

Die Gehörlosenplätze ergänzen nun seit einigen Jahren Borsussias Angebot für Fans mit Handicap. Zudem ist die FohlenHeimspielreportage digitalisiert worden. Seither ist sie damit für alle jederzeit von überall auf Borsussias Homepage abrufbar. So kommen nun noch mehr sehbehinderte Fans in den Genuss dieses Services.

Zudem bietet der VfL seinen Fans mit dem Merkzeichen H (Hilflosigkeit) bereits seit einigen Jahren ermäßigte Plätze im Bereich der Südkurve. Fans mit dem Merkzeichen aG (außergewöhnliche Gehbehinderung) haben einen ebenerdigen, barrierearmen Zugang zu Plätzen in Block 24. Auch die Vereinsmitgliedschaft gibt es für Fans mit Einschränkungen zum ermäßigten Preis. Seit der Saison 2024/25 gibt es Bestelltafeln in allen Kiosken der Südkurve. Über diese können Bestellungen ganz einfach mit einem Fingerzeig getätigt werden.

KONTAKT

barrierefrei@borussia.de
andrea.hanisch@borussia.de

99 DAS FEEDBACK DER HÖRER IST EINE GROSSE MOTIVATION 66

Thomas Hörkens ist Blindenreporter bei Borussia und kommentiert gemeinsam mit seinen Kollegen Sidney Rahmel und Stefan Birkenstock alle Heimspiele des VfL. Kürzlich hat er sein 20-jähriges Dienstjubiläum gefeiert

Thomas, seit inzwischen 20 Jahren kommentierst du Borsussias Heimspiele für Blinde- und Sehbehinderte. Wie kam es überhaupt dazu?

THOMAS HÖRKENS: Kurz vor dem Umzug in den Borussia-Park gab es eine Mitgliederversammlung in der Kaiser-Friedrich-Halle, in der ich am Ende ans Mikrofon gegangen bin und gefragt habe, ob ein solches Angebot im neuen Stadion geplant sei. Ich hatte damals eine sehbehinderte Freundin, hatte von einem solchen Kommentar in Leverkusen gehört und fand das klasse. Borussia war interessiert, ist dann auf den Blinden- und Sehbehindertenverein in Mönchengladbach zugegangen – der wiederum mich gefragt hat, ob ich das machen will. „Ich kann es mal versuchen“, habe ich geantwortet.

Wie unterscheidet sich euer Job von dem eines Radio-reporters?

HÖRKENS: Wir – Sidney Rahmel, Stefan Birkenstock und ich – verorten die Szenen viel deutlicher und beschreiben sie detaillierter. Für unsere Zuhörer ist es wichtig, genau zu wissen, wo sich der Ball gerade befindet und was passiert. Wir beschreiben auch Dinge außerhalb des Spielfeldes: Warum wird das Publikum gerade lauter oder was machen die Trainer an der Seitenlinie? Alle zehn bis zwölf Minuten wechseln wir uns dann jeweils ab. Denn in dieser Frequenz 90 Minuten allein zu kommentieren, wäre extrem anstrengend.

Kannst du uns deine persönliche Motivation hinter deiner Tätigkeit erklären?

HÖRKENS: Ich mache das schon so lange, weil es unglaublich viel Spaß macht. Sowohl zwischen Stefan, Sidney und mir als auch mit unseren Stammgästen sind echte Freundschaften entstanden. Und auch das tolle Feedback, das wir immer wieder von unseren Zuhörern erhalten, ist eine große Motivation. Ich will noch betonen, dass ich nur stellvertretend für viele Ehrenamtler stehe. Und ich kann nur jeden ermutigen, sich ehrenamtlich zu engagieren, weil es eine große Bereicherung auch für einen selbst ist.



Die Heimspielreportage startet immer eine Viertelstunde vor dem Anpfiff und kann über die Homepage verfolgt werden. Thomas Hörkens, Sidney Rahmel und Stefan Birkenstock kommentieren alle Heimspiele der FohlenElf und machen stets ausführlichere Angaben darüber, was gerade auf dem Platz geschieht.

Hier geht's zur Heimspielreportage:



KURZPASS

ORANGEDAY

Im November hat sich Borussia erneut am internationalen „Orange Day“ beteiligt, um auf das Thema „Gewalt gegen Frauen“ aufmerksam zu machen. Als symbolisches Zeichen erstrahlte der Borussia-Park in kräftigem Orange. Zudem wurden das Frauenhaus Rheydt und das Frauenhaus Mönchengladbach jeweils mit einer Spende in Höhe von 1.900 Euro unterstützt. Damit würdigt Borussia die wertvolle Arbeit der Einrichtungen, die Frauen und ihren Kindern in belastenden Lebenssituationen Schutz, Beratung und Sicherheit bieten.

EIN RÜCKZUGSORT

Im Rahmen der Feierlichkeiten rund um Borussias 125. Geburtstag gab es eine große Erlebniswelt mit Attraktionen und buntem Bühnenprogramm. Für manche Menschen sind solche Großveranstaltungen jedoch eine große Herausforderung. Deshalb hatte der VfL in Kooperation mit dem Integrationswerk einen besonderen Rückzugsort eingerichtet: Die Leise-Lounge. Sie bot vor allem neurodiversen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen die Möglichkeit, sich für einen Moment aus dem Trubel einer Großveranstaltung zurückzuziehen und in einem reizarmen Ambiente zur Ruhe zu kommen.

BLUTSPENDEN RETTET LEBEN

Im August hat Borussia gemeinsam mit dem Deutschen Roten Kreuz und der AOK Rheinland/Hamburg zum Blutspenden in den Borussia-Park eingeladen. Insgesamt nahmen 152 Spender an der Aktion teil, darunter 43 Erstspender. Damit war der Termin sogar noch erfolgreicher als im Jahr zuvor, als insgesamt 112 Menschen im Borussia-Park Blut spendeten.



LAPTOPS FÜR REALSCHULE

30 Jungen und Mädchen der Realschule an der Niers im Stadtteil Rheydt haben kostenlos aufbereitete Laptops erhalten. Möglich wurde die Aktion durch die Zusammenarbeit von Borussia und dem Projekt „Hey, Alter! Mönchengladbach“, das von der gemeinnützigen Digitalisierungsinitiative „nextMG“ organisiert wird. Die Geräte stammen aus einer Spende von Borussia. Die von Borussia gespendeten Laptops waren zuvor vom Reha-Verein Mönchengladbach professionell gelöscht, gereinigt sowie mit einem Linux-Betriebssystem, Open-Source-Software und WLAN-Sticks ausgestattet worden.

SPECIAL OLYMPICS

Auf den Plätzen im Borussia-Park hat im Mai 2025 eine ganz besondere Trainingseinheit stattgefunden. Zu Gast am Niederrhein waren 27 Sportlerinnen und Sportler von Special Olympics Nordrhein-Westfalen, eine Sportorganisation für Menschen mit geistiger Beeinträchtigung. Die Aktion wurde von Borussias Gesundheitspartner AOK Rheinland/Hamburg unterstützt. In Kleingruppen fand ein spezielles Torwarttraining mit anschließendem Abschlusspiel auf dem Kleinfeld statt. Angeleitet von den Trainerinnen und Trainern der FohlenFußballschule – und von Jonas Omlin. Der Torwart der FohlenElf ist Botschafter des Schweizer Special Olympics Verbandes.

SCHNITZELJAGD FÜR KINDERRECHTE



Im Rahmen des internationalen Tags der Kinderrechte fand im Borussia-Park eine besondere Schnitzeljagd statt. 15 Kindern im Grundschulalter wurden dabei auf spielerische Weise die Kinderrechte nähergebracht. Um die Schnitzeljagd erfolgreich zu meistern, mussten die Kinder verschiedene Stationen mit kleinen Aufgaben durchlaufen – jede verknüpft mit einem bestimmten Kinderrecht, zum Beispiel dem Recht auf Erholung und Pausen, dem Recht auf Meinungsfreiheit oder dem Recht auf Sport und Bewegung.

EINE GENERATIONS- ÜBERGREIFENDE AUFGABE



Im vergangenen Jahr 2025 hat Borussia zahlreiche Nachhaltigkeitsprojekte auf den Weg gebracht und auch bestehende Strukturen angepasst. 2026 soll es so weitergehen

Nachhaltiger zu werden, ist eine allumfassende Aufgabe, die nicht nur ökologische, sondern auch ökonomische und soziale Dimensionen umfasst. Ob es die Installation von Gründächern im Borussia-Park oder die Einsparung von Energie ist, ob politische Podiumsdiskussionen oder Workshops zu gesellschaftlich relevanten Themen, ob Bewegungsangebote an Schulen und Kindergärten in der Region oder barrierefreie Angebote, um die Inklusion voranzutreiben – in jedem einzelnen Bereich der Gesellschaft lassen sich Entwicklungen vorantreiben und neue Angebote schaffen. Das hat das vergangene Jahr 2025 mit seinen zahlreichen nachhaltigen Projekten Borussias erneut gezeigt.

Und auch 2026 soll es beim VfL so weitergehen. Mit dem Beginn der sechsjährigen Nachhaltigkeitspartnerschaft mit dem Energiedienstleister ista wird der Borussia-Park sukzessive mit intelligenter Messtechnik ausgestattet, um weitere Einsparpotentiale zu identifizieren. Darüber hinaus wird der Verein eine Analyse der Entsorgungswege durchführen lassen, um sein Abfallmanagement zu optimieren.

Zudem steckt Borussia aktuell wieder mittendrin in der Rezertifizierung des „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“. Bereits 2023 war der VfL mit dem Zertifikat des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke bedacht worden.

Im Jahr darauf wurde die Zertifizierung durch den TÜV Rheinland bestätigt. Ein weiteres externes Überprüfungsaudit läuft im aktuellen Frühjahr 2026.

Mit der stetigen Weiterentwicklung effizienter und zukunftsfähiger Infrastruktur trägt Borussia der Notwendigkeit, immer nachhaltiger zu werden, weiterhin Rechnung und leistet einen wichtigen Beitrag für eine nachhaltige Zukunft. In diesem Zuge bereitet sich der VfL auch auf neue regulatorische Rahmenbedingungen vor – Stichwort CSRD (Richtlinie über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen). Und nicht zuletzt sollen Borussias digitale Angebote zunehmend barrierefreier werden.

Nachhaltigkeit versteht Borussia Mönchengladbach als kontinuierlichen Entwicklungsprozess, der konsequent fortgesetzt wird und niemals beendet sein kann. Der Verein soll ein Vorzeigebild für nachhaltigen Erfolg im Fußball sein, der sportlichen Erfolg, wirtschaftliche Effizienz sowie ökologische und soziale Verantwortung verbindet. ♦

ZAHLEN UND FAKTEN

AUS DER SAISON 2024/25

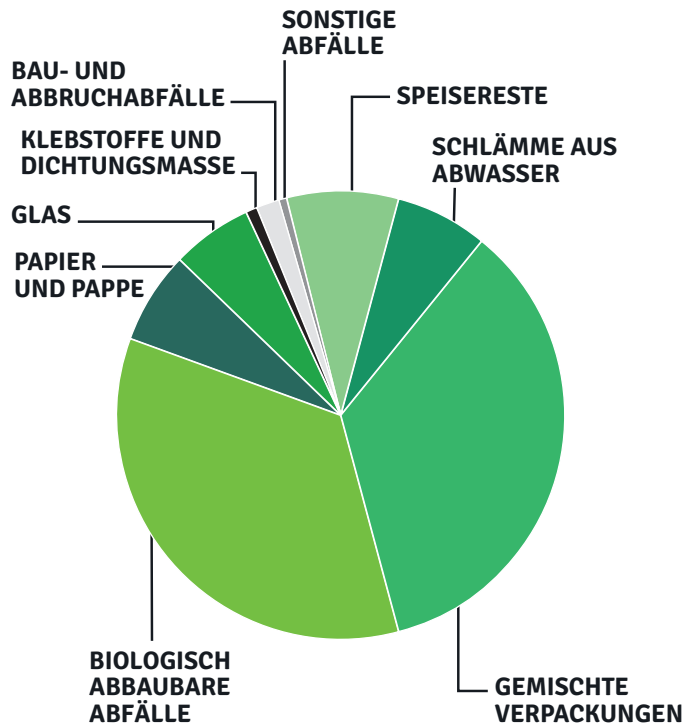
ABFALL

ABFALLAUFKOMMEN

in Tonnen

gemischte Verpackungen	196,31
biologisch abbaubare Abfälle (z.B.Rasenschnitt)	193,70
Speisereste	45,23
Schlämme aus Abwasser	37,61
Papier und Pappe	36,77
Glas	32,40
Bau- und Abbruchabfälle	9,84
Holzabfälle	4,78
Sonstige Abfälle	3,22

Gesamtabfallmenge 559,86
CO₂e-Emissionen in Tonnen 505,04



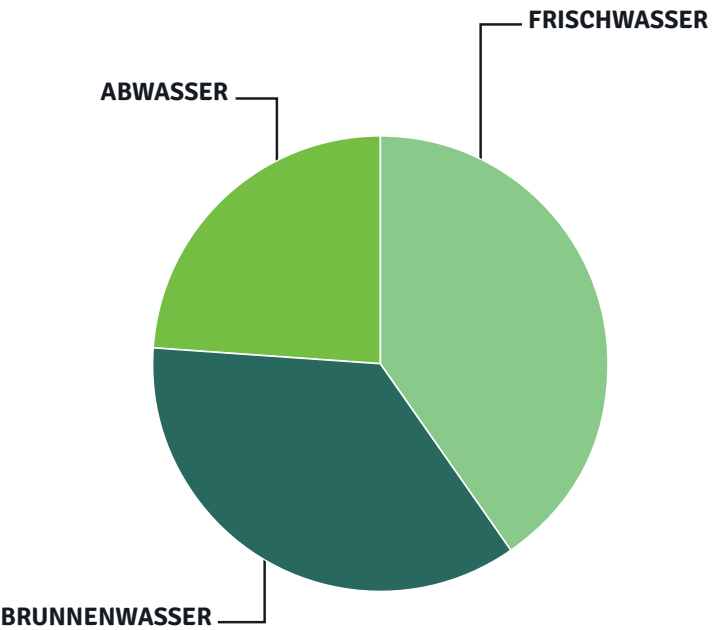
WASSER

WASSERVERBRAUCH

in Kubikmeter

Frischwasser	31.594
Brunnenwasser	27.708
Abwasser	18.527

Gesamtwasserverbrauch 77.829
CO₂e-Emissionen in Tonnen 19,96



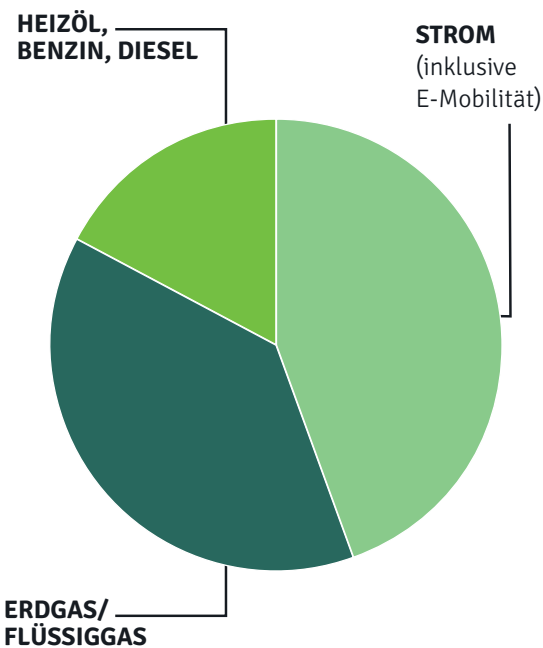
ENERGIEVERBRAUCH

ENERGIEVERBRAUCH

in kWh

Strom (inklusive E-Mobilität)	4.883.213
Erdgas/Flüssiggas	4.611.079
Heizöl, Benzin, Diesel	1.995.076

Gesamtenergiemenge 11.489.368
CO₂e-Emissionen in Tonnen 2.293,09



TEXTILIEN

(INKL. BETTWÄSCHE)

in Tonnen

Recycletes Polyester	21
Baumwolle	18
Polyester	17
Bio-Baumwolle	14
Sonstiges	1

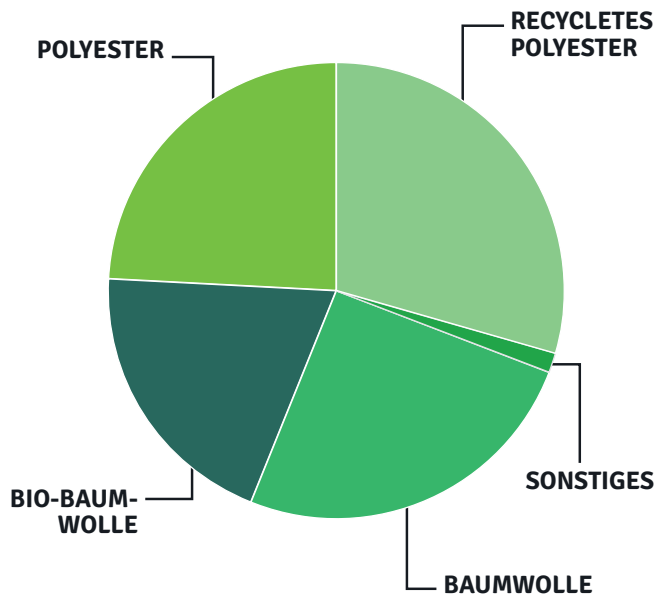
Gesamtmenge Textilien in Tonnen 71
Anteil Bio/Recycling in Prozent 49

MIT SIEGELN UND LABELN

in Tonnen

Grüner Knopf	6
Organic Content Standard	2
Better Cotton Initiative	2
GOTS	2
Recycled Claim Standard	1
Ökotex	1

Gesamtmenge Textilien mit Siegeln in Tonnen 14
Anteil Siegel an Gesamtmenge Textilien in Prozent 18



ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK		ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK	
Erfolgreiche Rezertifizierung nach dem ZNU-Standard		Seit Januar 2023 ist Borussia nach dem „ZNU-Standard nachhaltiger Wirtschaften“ zertifiziert. Eine Rezertifizierung nach dem Standard ist für März 2026 geplant.		Verantwortungsbewusster Umgang mit der Ressource „Energie“	Q2/2027	Die gesamte Belegschaft wurde 2025 erneut für das Thema Energiesparen sensibilisiert und aufgefordert, auch eigene Ideen einzubringen. - Im Jahr 2025 wurden die letzten PV-Anlagen mit einer Gesamtfläche von 1.600 m² und einer Leistung von 333 kWp in Betrieb genommen. Die Investitionskosten betrugen 401.000 €. Bei einem jährlichen Ertrag von 64.000 € ergibt sich eine Amortisationszeit von etwa 6,3 Jahren. Seit der Inbetriebnahme wurden im Jahr 2025 bereits 230 MWh erzeugt. Gemeinsam mit dem Partner ista wird derzeit geprüft, ob weitere PV-Flächen – etwa auf dem Stadiondach oder als Carportlösungen – realisierbar sind. - Im Juni 2025 wurde das Energiemanagementsystem nach ISO 50001 eingeführt. - Gemeinsam mit ista wurde ein Messkonzept mit 320 Zählern entwickelt, die innerhalb der nächsten zwei Jahre im Stadion installiert werden sollen.	
Nachhaltiges Bewusstsein im Unternehmen und in der Belegschaft	fortlaufend	- Das interdisziplinäre Team „KlimaFohlen“ hat im Jahr 2025 erneut alle relevanten Abteilungen und Bereiche umfasst und gemeinsam die notwendigen Daten für den CO₂-Fußabdruck der Saison 2024/2025 ermittelt. - Im E-Learning-Portal sind neben dem allgemeinen Nachhaltigkeitsmodul nun auch Module zu den Themen Diversität und Compliance etabliert, um alle Säulen der Nachhaltigkeit thematisch abzudecken. Die Schulungsmodule zu Nachhaltigkeit wurden 2025 mit folgenden Teilnahme-Quoten durchgeführt: - Corporate-Social-Responsibility/Nachhaltigkeit (136 geschulte Mitarbeiter) - Diversität in Unternehmen (296 geschulte Mitarbeiter) - Compliance (294 geschulte Mitarbeiter) - Die Mitarbeitenden von Borussia und die Lizenzspieler des Profi-Kaders wurden im Jahr 2025 wieder in soziale Nachhaltigkeitsprojekte miteinbezogen wie dem inklusiven Fußballturnier oder auch dem Adventskaffee für Kinderheime. Bei einem Social Day im Oktober 2025 haben Mitarbeitende die Spielecke der Kinderklinik des Elisabeth-Krankenhaus in Rheydt neugestaltet. Ziel für 2026 ist es, mindestens vier Termine mit gesellschaftlichem Charakter mit Spielern und/oder Mitarbeitern durchzuführen		Förderung der nachhaltigen Mobilität	fortlaufend	In Kooperation mit der Deutschen Fussball Liga wurde in Q4 2024 eine Fahrgemeinschaftsapp (www.bundesliga-mitfahrportal.de) veröffentlicht. - Auf dem Parkplatz P4 wurden weitere Ladesäulen für Elektro-Autos installiert, zudem eröffnete auf dem Parkplatz P8 ein Schnellladepark mit 28 Ladepunkten in Zusammenarbeit mit Aral Pulse. - Als „Team Borussia“ hat die Belegschaft erneut am Stadtradeln teilgenommen und den fünften Platz belegt, die Teilnehmerzahl soll im Jahr 2026 noch weiter ausgebaut werden. - Zum Abschluss der Saison 2025/26 ist eine große Fahrrad-Fan-Fahrt geplant mit bis zu 300 Mitradelnden	
Transparente Nachhaltigkeitskommunikation	fortlaufend	- Einmal wöchentlich erscheint ein Bericht über ein Nachhaltigkeitsthema (ökologisch, sozial oder ökonomisch) auf der Homepage von Borussia Mönchengladbach. Zudem erscheint in jedem „FohlenEcho – Das Magazin“ ein vierseitiger Bericht zum Thema Nachhaltigkeit. Diese Kommunikation soll auch zukünftig auf diesem hohen Level gehalten werden. - seit 2023 wird jährlich der Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. - Stabsstellenleiter Markus Friebe war Speaker zum Thema „Nachhaltigkeit bei Borussia“ bei verschiedenen Veranstaltungen u.a. der Kooperationskonferenz ZNU & ICA in Ludwigsburg		Vegetarische Angebote	Q4 2026	Für das Jahr 2025 wurde als Ziel gesetzt, drei zusätzliche rein fleischlose Verkaufsstände im gesamten Public-Bereich zu etablieren. Dieses Ziel konnte nicht erreicht werden, da trotz Bemühungen kein Partner im Bereich Plant Based Food gefunden werden konnte. Das Ziel der fleischlosen Verkaufsstände soll auch für das Jahr 2026 weiter fokussiert werden und ggfls. über den Einsatz nicht genutzter Eisstände erreicht werden.	
Förderung von Biodiversität am Borussia-Park	Q2/2026	Die geplante Erweiterung der Gründachflächen von 300 qm auf 1.300 qm wird mit einer realisierten Fläche von 1.867 qm deutlich übertroffen. Die Maßnahme wird durch Bundesmittel unterstützt. Fertigstellung Mitte März 2026. Sie ist in ihrer ökologischen Wirkung klar definiert (Biodiversität, Wasserrückhalt, Reduktion lokaler Hitzeinseln, CO ₂ -Bindung)		Regionale Förderung	Q4/2025	125.000 Euro sollte die Borussia-Stiftung gezielt für regionale Projekte für Kinder und Jugendliche in 2025 zur Verfügung stellen: Im Kalenderjahr wurden 97.135 Euro für entsprechende Projekte ausgezahlt. Die geförderten Maßnahmen adressieren unmittelbar die Teilhabe von Kindern und Jugendlichen in Mönchengladbach. Zusätzlich wurde für die Realisierung eines Bolzplatz-Projekts eine verbindliche Rückstellung in Höhe von 40.000 Euro gebildet. Die Mittel sind formal beschlossen, bilanziell erfasst und finanziell gesichert, sodass die Zielmarke von 125.000 Euro rechnerisch überschritten wird.	
Reduktion der Treibhausgasemissionen	Q4/2030	Borussia Mönchengladbach reduziert seine Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf Basis eines wissenschaftsorientierten Zielpfads: Referenzjahr ist die Saison 2019/2020 mit 34.733 t CO₂e (Scope 1–3, market-based). Reduktionsziele bis 2030 Scope 1 & 2: minus 42 Prozent Scope 3: minus 25 Prozent (jeweils gegenüber 2019/2020) Langfristiges Ziel: 90 Prozent Emissionsreduktion bis 2049/2050 Aktueller Stand (Saison 2024/25): 13.926,49 Tonnen CO₂e Scope 1 & 2: minus 50,7 Prozent Scope 3: minus 60,8 Prozent Die Klimabilanz wird jährlich auf Saisonbasis gemäß GHG Protocol erhoben und im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Der Fokus liegt auf direkt beeinflussbaren Emissionen (Scope 1 und 2) sowie auf der schrittweisen Reduktion von Scope-3-Emissionen gemeinsam mit Partnern, Dienstleistern und Fans. Transparenzhinweis: Veränderungen sind beeinflusst von operativen Maßnahmen, veränderten Nutzungsannahmen, unterschiedlichen Spielzeiten sowie methodischen Weiterentwicklungen der Klimabilanzierung.		Invesitionen in energieeffiziente Technologien	Q4/2030	Borussia Mönchengladbach versteht Energieeffizienz als integralen Bestandteil der wirtschaftlichen Standortentwicklung. Investitionen in energieeffiziente Technologien dienen sowohl der Reduktion von Treibhausgasemissionen (Scope 1 & 2) als auch der langfristigen Senkung von Betriebskosten und der Absicherung gegen Energiepreisisiken. Energieeffizienzmaßnahmen werden im Rahmen des Energiemanagementsystems nach DIN ISO 50001 systematisch identifiziert, priorisiert und wirtschaftlich bewertet. Borussia Mönchengladbach hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2029/30 mindestens 15 Prozent des jährlichen Budgets für Anlagegüter pro Saison in Energieeffizienzmaßnahmen zu investieren. Die 15 Prozent-Quote dient dabei nicht als Ambitionsobergrenze, sondern der verbindlichen Verstetigung eines bereits etablierten Investitionsniveaus und sichert die dauerhafte Integration von Energieeffizienz in die Investitionsplanung. Aktueller Stand 2024/25: Im Betrachtungszeitraum Saison 2024/25 betrug das Gesamtbudget für Anlagegüter 2.339.000 Euro. Davon entfielen 649.000 Euro auf Energieeffizienzmaßnahmen (27,7448 Prozent). Die Investitionen umfassten insbesondere eine leistungsstarke 1,3 MW Wärmepumpe, eine Photovoltaikanlage sowie den Austausch technischer Geräte mit höherer Energieeffizienz.	
				Digitalisierung der Printprodukte	fortlaufend	Ziel war es, die Nutzung der digitalen Tages-Eintrittskarte mindestens auf 80% zu heben, dies ist in der Saison 2024/25 erstmals gelungen. In der Saison 2023/24 waren es 78%. Die Schaffung einer digitalen Variante des „FohlenEcho - Das Magazin“ im Oktober 2024. Das Magazin ist sowohl über die Website, als auch in der FohlenApp abrufbar. Ziel ist, dass sich bis zum 4. Quartal 2026 60% der Mitglieder für die ressourcenschonende digitale Variante entscheiden.	
92 FOHLENECHO							FOHLENECHO 93

ZIEL	FRIST	AKTUELLER STAND & AUSBLICK
Unterstützung von Bildungsangeboten	Q4/2025	Mit 4.543 Teilnehmenden in grundständigen Workshops wurde die Zielgröße von 3.000 Schülerinnen und Schülern signifikant überschritten. Zusätzlich bestätigen hohe Zufriedenheitswerte die qualitative Wirkung der Maßnahmen. Die Nachfrage übersteigt die ursprünglich kalkulierte Kapazität deutlich, was sowohl die gesellschaftliche Relevanz als auch die Akzeptanz des Angebots unterstreicht.
Weiterentwicklung von Bildungsmöglichkeiten	2030	Der Bildungspark Mönchengladbach versteht sich als strategisches Instrument zur Förderung von Chancengerechtigkeit, demokratischer Bildung und gesellschaftlicher Teilhabe in der Region. Durch Workshops, Dialogformate und Bildungsangebote zu Themen wie Demokratie, Vielfalt, Antidiskriminierung und Nachhaltigkeit leistet der Verein einen aktiven Beitrag zur Stärkung junger Menschen. Der Bildungspark ist dabei fest in der regionalen Bildungslandschaft verankert und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Unser Ziel bis 2030 Borussia Mönchengladbach entwickelt den Bildungspark strukturell weiter und setzt folgende Zielgrößen: Mindestens 20.000 Schülerinnen und Schüler kumuliert im Zeitraum Schuljahr 2026/27–2029/30 Einführung eines strukturierten Wirkungsmonitorings bis 2027 Mindestens 30 Prozent Teilnehmende aus sozioökonomisch benachteiligten Schulen
Projekt „Stärkung der Region“	fortlaufend	Das Projekt „Stärkung der Region“ konnte weiter fortgeführt werden. Als Ziel hat sich Borussia die Schaffung eines hochwertigen und kostenlosen Trainingsangebotes für mindestens 36 Kinder und die Umsetzung von mindestens vier Webinaren und zwei Hospitationswochen für Trainer gesetzt. Das Ziel wurde mit zwei Hospitationswochen, einem Webinar pro Quartal und hochwertigen, kostenlosen Trainingsangeboten für 60 Kinder (Vorjahr 52) erreicht, beziehungsweise sogar überschritten. • Es ist eine langfristige Fortführung der Maßnahmen geplant, um so die Region auch nachhaltig zu stärken.
Teilhabe von benachteiligten Menschen	fortlaufend	• Bereits seit einigen Jahren werden spezielle Plätze im Borussia-Park für Rollstuhlfahrer, Sehbehinderte und Hörgeschädigte angeboten. • Alle digitalen Angebote wurden im Juni 2025 auf Barrierefreiheit umgestellt. • Jährlich wird eine Vielzahl von gemeinnützigen Einrichtungen wie Kinderheime und Ähnliches mit Freikarten für die Heimspiele der FohlenElf begünstigt. Eine Fortführung ist auch für das laufende Jahr geplant. • Ein weiteres inklusives Fußballturnier hat 2025 stattgefunden, das Nächste ist bereits für 2026 in Planung. • In Kooperation mit der Organisation Hephata wird seit 2024 ein Projekt zum Übergang von Menschen mit Handicap aus der Behindertenwerkstatt in den ersten Arbeitsmarkt getestet, Borussia hat bereits zwei Mitarbeitende fest übernommen.



DIE FOHLEN