

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract.....</b>	<b>I</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>1. Corporate Social Responsibility und Profi-Fußball – eine nicht alltägliche Verbindung .....</b>	<b>1</b>
1.1. Einführung.....	1
1.2. Profisport und CSR: der Fußball in der Verantwortung .....	2
1.3. Die Fußball-Bundeligen: Verantwortung als Verpflichtung .....	2
<b>2. Corporate Social Responsibility – Eine theoretische Bestandsaufnahme .....</b>	<b>4</b>
2.1. Einordnung und aktueller Stand der CSR Berichterstattung .....	4
2.1.1. Definitorische Eingrenzung .....	4
2.1.2. Entwicklungslinie des CSR Verständnisses.....	4
2.1.3. Geltungsbereich und Wirkung des Berichtswesens .....	5
2.2. Spannungsverhältnis CSR und Compliance .....	7
2.3. Motive für CSR-Maßnahmen in Organisationen.....	8
<b>3. Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung als zukunftsweisendes Grundverständnis von Profi- Fußballclubs .....</b>	<b>13</b>
3.1. CSR in der Fußball-Bundesliga.....	13
3.2. Der deutsche Profi-Fußball im Wandel – intrinsische Motivation und Druck von außen .....	14
3.3. Von der „Taskforce Zukunft Profi-Fußball“ zur Lizensierungsaufgabe Nachhaltigkeit für Bundesliga und 2. Bundesliga.....	15
3.4. Vielfältige Club-Engagements – ein kurzer Einblick .....	17
<b>4. FSV Mainz 05: Wie ein Bundesligist bereits 2010 klimaneutral wurde .....</b>	<b>23</b>
4.1. Positive Grundeinstellung und umfangreiches Engagement.....	23
4.2. Positive Grundeinstellung trifft auf inhaltliche Partnerschaften .....	24
4.3. Klimaneutralität als Impuls für weiterführende Maßnahmen: Der CO <sub>2</sub> e-Fußabdruck als Grundlage.....	26

4.4.	Energiemanagement .....	27
4.5.	ÖSER Klimaverteidiger.....	28
4.6.	Klimafreundliche Events.....	29
4.7.	Klimaneutraler Verein der Bundesliga und heute einer unter vielen? - Wie sich der 1. FSV Mainz 05 weiterentwickeln möchte.....	29
<b>5.</b>	<b>SC Freiburg – mehr als Fußball.....</b>	<b>33</b>
5.1.	Nachhaltigkeit beim SC Freiburg.....	33
5.2.	Aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen .....	34
5.3.	Die Sport-Quartiers-Idee .....	35
5.4.	Die SC-Bausteine der Sport-Quartiers-Idee .....	37
5.4.1.	Kindertagesstätten:.....	37
5.4.2.	Grundschulen.....	38
5.4.3.	Vereine .....	38
5.4.4.	Bolzplätze.....	39
5.4.5.	Kindertagesstätten, Grundschulen, Vereine.....	40
5.5.	Bundesliga bewegt .....	41
5.6.	Fazit.....	41
<b>6.</b>	<b>SV Werder Bremen: „Gemeinsam zukunftsfähig“ Stakeholder-Workshop im Sinne der Nachhaltigkeit .....</b>	<b>44</b>
6.1.	Nachhaltigkeitsgedanke hält Einzug in den Profi-Fußball (Julia Düvelsdorf).....	44
6.2.	SV Werder Bremen: Vorreiter im Bereich der Nachhaltigkeit (Julia Düvelsdorf) .....	46
6.3.	Fansicht: Wie sehen wir das Thema Nachhaltigkeit im Fußball? Was sind unsere Erwartungen an den SV Werder Bremen? (Kirsten Sander) .....	49
6.4.	Ökologische Nachhaltigkeit: Entwicklung eines Stakeholder-Workshops (Kirsten Sander) .....	51
6.5.	Stakeholder-Workshop.....	51
6.6.	Herausforderungen und Bedarfe zum Thema „Ökologische Nachhaltigkeit“ .....	52
6.7.	Fazit.....	53
<b>7.</b>	<b>TSG Hoffenheim: Umoja – unity in motion Wie eine nachhaltige Textilmarke mit der Zukunftsstrategie der TSG Hoffenheim zusammenhängt .....</b>	<b>56</b>

7.1.	Umoja als Projekt der Zukunftsstrategie „TSG ist Bewegung“ .....	56
7.2.	Die Nachhaltigkeitsstrategie der TSG Hoffenheim .....	57
7.3.	Ein Unglück als Impuls .....	58
<b>Die Autor*innen .....</b>		<b>62</b>