**CSR**
Schwerpunkt

# JENSEITS DER 90 MINUTEN
## Der Fussball und seine Verantwortung

Selbst die eisernsten Romantiker gestehen ein, dass «Ruhm und Ehre» längst nicht mehr das Einzige ist, worum es im Fussball geht. Viel Geld steht zwischen An- und Schlusspfiff auf dem Spiel. Trotz aller Kommerzialisierung ist die Sportart seit ihren Anfängen und über alle Epochen hinweg eines geblieben: ein gesellschaftlicher Begegnungsort. Und je populärer der Fussball wird, desto bedeutender werden seine Rolle, seine Verantwortung und seine Kraft in gesellschaftlichen Fragen. Als gefeiertes Weltphänomen hat der Fussball die Kraft, unsere Gesellschaft im Positiven zu verändern.

Die nächsten Seiten widmen sich dem Thema «Corporate Social Responsibility» (kurz CSR) im Schweizer Profifussball. Oder in einfachen Worten: Es geht um den Fussball und seine Verantwortung. Thomas Gander, der CSR-Verantwortliche der SFL, erklärt, welchen Weg die Liga zusammen mit den Klubs eingeschlagen hat. Professor Dr. Thomas Beschorner von der Universität St. Gallen sagt im Interview, dass CSR mit reiner Spendenethik nicht erledigt sei. Ein Blick auf die Klubs in der Schweiz und im Ausland offenbart, dass diese schon einiges unternommen haben, um ihrer Verantwortung nachzukommen.

Mehr über die CSR-Aktivitäten der Swiss Football League unter: **www.sfl.ch** — Kapitel SFL — Corporate Social Responsibility

# DEN BALL INS ROLLEN BRINGEN
## Kommentar von Thomas Gander

Die sprichwörtlich grüne Wiese betrat ich im Februar 2015. Als neuer CSR-Verantwortlicher der Swiss Football League (SFL) offenbarte sich mir Neuland, spannendes Neuland. Schliesslich geht es um nichts weniger als die Frage, welche Verantwortung der Schweizer Fussball für die Gesellschaft trägt. Dass man mit mir einen Sozialarbeiter und nicht einen Marketing-Experten mit dieser Aufgabe betraute, deutete ich als gutes Zeichen für die Ernsthaftigkeit des Anliegens.

**Thomas Gander** (41) ist seit dem 1. Februar 2015 Verantwortlicher CSR und Prävention der Swiss Football League. Bereits vor seinem Engagement für die Liga prägte er zu einem wesentlichen Teil die Präventionsanstrengungen im Schweizer Fussball, unter anderem während zehn Jahren als Co-Leiter der Fanarbeit Basel und während sechs Jahren als Geschäftsführer von Fanarbeit Schweiz. Von 2001 bis 2004 studierte der gebürtige Basler Soziale Arbeit an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW).

Mein neuer Job begann mit Anschauungsunterricht. Auf einer zweiwöchigen Reise durch Deutschland besuchte ich mehrere Fussball-Klubs und lernte ihre sozialen Engagements kennen. In der Bundesliga hatte man sich schon früh mit der Thematik befasst. So gründeten der Ligaverband und die DFL 2008 die Bundesliga-Stiftung, um «die gemeinnützigen Aktivitäten des Profifussballs zu bündeln». Ausserdem erweiterten viele Klubs ihre Betriebsstrukturen mit einer eigenen CSR-Abteilung. An dieser Stelle sei aber vorbemerkend festgehalten: Wie im sportlichen Bereich hinkt der Vergleich mit den grossen europäischen Ligen. Die Schweiz muss sich auch in Sachen Corporate Social Responsibility mit weniger Ressourcen begnügen. Dieser Umstand hat unser Land aber noch nie davon abgehalten, beachtliche Erfolge zu erbringen. In den folgenden Kapiteln möchte ich erläutern, wie wir das zu tun gedenken.



Surprise Strassenfussball

## Raus aus dem sozialen Abseits

Mit dem Strassenfussball holt Surprise seit 2003 erfolgreich armutsbetroffene Menschen aus dem sozialen Abseits zurück aufs Spielfeld des Lebens. Mit einer eigenen Strassenfussball-Liga, einem regelmässigen Turnier- und Trainingsbetrieb und der Schweizer Meisterschaft ist Surprise auf der Strasse und damit sichtbar und erlebbar. Die jährliche Teilnahme der Surprise Nationalmannschaft am Homeless World Cup, der Strassenfussball-Weltmeisterschaft, bewirkt eine internationale Reichweite und für die Spieler ein einmaliges Erlebnis.

Die Swiss Football League ist für die Jahre 2017–2019 ein Hauptsponsor der Surprise Strassenfussball-Liga und der Surprise Nationalmannschaft.

**www.surprise.ngo**

**«More Than a Game»**

Kurzfilme über die Surprise Strassenfussball-Liga unter **www.sfl.ch** — Kapitel SFL — Corporate Social Responsibility

### CSR beruht auf Freiwilligkeit

Ein Learning, welches ich aus Deutschland mitnahm, lautet: CSR muss auf Freiwilligkeit beruhen. Die Strategie, mit zentralistischer Tonart den Klubs Themen und Projekte aufzuerlegen, endet als Rohrkrepierer. Dann wird CSR nämlich zur Pflichtübung statt zum ernstgemeinten Engagement. In diesem Sinn auferlegt die SFL keinem Klub eine Pflicht zur Teilnahme an ihren Aktivitäten.

**«Den Gedanken der Fussball-Verantwortung in die Klubs tragen»**

Dennoch darf die gesellschaftliche Verantwortung des Schweizer Fussballs nicht einzig auf den Schultern der SFL lasten. Vertreter aller Klubs der beiden Profiligen zu einer Tagung zu vereinen, war deshalb der erste wichtige Schritt in meiner neuen Rolle. Der Kerngedanke dieser Versammlung: die Teilnehmer sensibilisieren, ihnen Wege aufzeigen und sie den Gedanken der «Fussball-Verantwortung» in ihre Klubs tragen lassen.

### Ein Fahnenträger in jedem Klub

Schon viele Jahre vor meinem Arbeitsbeginn als CSR-Verantwortlicher der SFL haben die Klubs der Raiffeisen Super League (RSL) und der Brack.ch Challenge League (BCL) eigene Sozialprojekte lanciert, soziale Organisationen in der Region unterstützt oder Missstände wie Diskriminierung oder Gewalt bekämpft. Jeder Klub nach seinen Möglichkeiten und nach eigenem Gutdünken. All das möchten wir von der SFL nicht auf den Kopf stellen. Mit dem CSR-Konzept verfolgt die SFL vielmehr das Ziel, erkennbare Strukturen zu

schaffen und das Thema noch breiter zu verankern. Zu diesem Zweck wurde im Anschluss an die Tagung die Arbeitsgruppe CSR ins Leben gerufen, an der sämtliche Schweizer Profiklubs teilnehmen können. In jedem Klub – so der Wunsch – soll sich eine Person den «CSR-Hut» aufsetzen. Sie soll sich vertieft mit Verantwortungsfragen auseinandersetzen, sich innerhalb der Organisation für die Projekte stark machen und in ihrer Region Partnerschaften aufbauen. Wenn jeder Klub mit einem CSR-Beauftragten Verantwortung übernimmt, haben wir den ersten grossen Schritt geschafft.

## Die SFL agiert als Impulsgeberin

Das CSR-Konzept der SFL beruht auf zwei Ebenen. Erstens: eine jährlich wiederkehrende Themenwoche zu einem jeweils wechselnden Schwerpunkt. Sie dient als gemeinsame Plattform und bezieht, beruhend auf dem Freiwilligkeitsgedanken, möglichst alle Klubs mit ein. 2016 lancierten wir diese Idee erfolgreich mit der Themenwoche Integration unter dem Motto «Together2016». Auf der zweiten Ebene unterstützt die SFL Projekte in drei Themenfeldern: sozial benachteiligte Menschen (Surprise Strassenfussball), Menschen mit Behinderung (Radio Blind Power) und Integration (Themenwoche 2016). Diese drei Schwerpunkte setzen wir mit gemeinnützigen Organisationen um, die durch die Unterstützung der SFL in ihrer Eigenständigkeit gefördert werden. In diesem Sinn stellt die SFL nicht eine Mäzenin dar, sondern lässt gemeinnützige Institutionen an der Plattform Fussball teilhaben und davon profitieren.

Radio Blind Power

# Zugang zum Fussball schaffen

Ein Fussballstadion soll ein Ort sein, wo Fans – mit unterschiedlichen Lebensrealitäten – gemeinsam ihre Emotionen für ihren Verein leben können. Für Menschen mit einer Behinderung ist der Besuch oder das Miterleben eines Spieles nicht immer so einfach wie es sein sollte. Daher unterstützt die Swiss Football League seit über einem Jahr Radio Blind Power, das Schweizer Integrationsradio. In der Saison 2016/17 übertrug Radio Blind Power pro Spieltag bis zu zwei Spiele der Raiffeisen Super League als Audiodeskription, d. h. als möglichst genaue, sachliche und durchgängige Beschreibung. Dadurch erhielten die über 300'000 blinden und sehbehinderten Menschen zum ersten Mal schweizweit hindernisfreien Zugang zu Fussballspielen.

Auf die Saison 2017/18 erhält die Radiostation von der SFL und Liga-Sponsor Raiffeisen ein Mandat über drei weitere Jahre, mit dem Ziel, alle Partien der RSL pro Runde live zu übertragen.

**www.radioblindpower.ch**

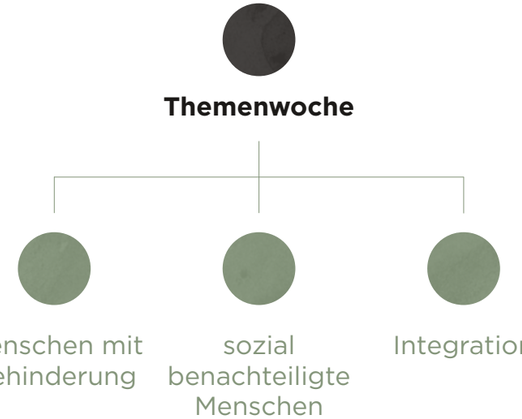
**Was heisst Audiodeskription?**

- Das Spiel steht im Mittelpunkt und damit fokussiert der Kommentar vorwiegend auf den Ball
- Das Spiel wird nicht interpretiert oder emotional aufgefrischt — Sachlichkeit vor Emotionalität
- Allgemeine Informationen werden vor oder nach dem Spiel abgegeben





**STRUKTUR CSR**




Diese Schwerpunkte verleihen der CSR im Schweizer Profifussball eine Struktur, an welcher sich auch die Klubs orientieren können. Als Liga sehen wir es als unsere Aufgabe an, das Thema zu fördern und die Klubs bei ihren eigenen Bemühungen zu unterstützen. Sie sollen befähigt werden, lokal mit eigenen Schwerpunkten und Projekten aktiv zu werden. Ähnlich der SFL auf nationaler Ebene lege ich den Klubs ans Herz, in ihrer Region die richtigen Partner zu suchen und mit ihnen eine fruchtbare Zusammenarbeit einzugehen. Als SFL geben wir die nötigen Impulse, um das Thema CSR weiter zu stärken.

## Der Fussball pendelt zwischen Zivilgesellschaft und Ökonomie

Wer muss die sozialen und gesellschaftlichen Herausforderung eines Landes lösen? Der Staat? Die Wirtschaft? Die Gesellschaft selbst? Eine Streitfrage, auf die auch ich keine abschliessende Antwort habe. Fakt ist: Die Fussballklubs in den obersten zwei Ligen der Schweiz sind keine rein sozialen Institutionen. Ihr Kerngeschäft bleibt Fussballspielen – und Erfolg haben. Dennoch haben sie eine besondere Stellung inne, die ihnen eine gewisse gesellschaftliche Verantwortung überträgt. Als Unternehmen sind die Klubs ein Teil der Wirtschaft. Gleichzeitig sind die Klubs ein Begegnungsort der Gesellschaft – viel mehr als jedes privatwirtschaftliche Unternehmen. Durch diese Nähe zur lokalen und regionalen Bevölkerung gelingt es dem Fussball viel einfacher, etwas zu bewirken. Er steht weniger unter Verdacht, seine sozialen Engagements aus ökonomischen Interessen heraus zu erbringen. Er kann viel mehr Türen öffnen, weil so viele Menschen vom Fussball begeistert sind. Darin liegt die Chance und gleichzeitig die Verantwortung des Spitzenfussballs.

## «Es braucht nur einen Ball»

Der Fussball kann Gruppierungen, die über keine Lobby verfügen oder öffentlich zu wenig wahrgenommen werden, Aufmerksamkeit verschaffen. Er kann aussenstehende Menschen in die Gesellschaft integrieren – dafür braucht es nur einen Ball! Er kann ein Ort sein, an dem jeder Mensch gleichberechtigt teilhaben kann. Mit seiner Popularität kann der Fussball eine Vorbildfunktion übernehmen und die Brücke zum Breitenfussball schlagen. Dort, in den hunderten Vereinen in der ganzen Schweiz, treffen sich die Menschen jeglicher Herkunft und Orientierung.

## Die Klubs profitieren auch ökonomisch von CSR

Eigentlich erübrigt sich die Sinnfrage, wenn es um gesellschaftliche Verantwortung geht. Dennoch kommen wir nicht darum herum, einen Nutzen der CSR-Aktivitäten in Aussicht zu stellen. Mit ihrem wohltätigen Engagement verbessern die Klubs ihre Reputation bei den Fans, bei den Medien, in der Politik und schliesslich auch bei den Sponsoren. Immer mehr Unternehmen legen Wert auf Partner, die sich sozial engagieren. Deshalb ist es nicht verwerflich, wenn man die guten Taten für das eigene Image nutzt – solange den Projekten ernstgemeinte, wahrhaft gelebte Wertüberlegungen zu Grunde liegen und CSR nicht zu einer Imagekampagne verkommt.

Den grössten Mehrwert von CSR-Aktivitäten erkenne ich jedoch in einem anderen Punkt. Indem die Klubs mit örtlichen Einrichtungen und Projekten zusammenspannen, vertiefen sie ihre Verankerung in der Region. Sie schaffen emotionale Brücken zu den Menschen aus ihrer Gegend und vergrössern ihre Anhängerschaft.

**NUTZEN VON CSR**

Themenwoche Integration

# Integrationskraft des Fussballs als Thema

Vom 15. bis zum 23. Oktober 2016 machten Schweizer Profi-Fussballklubs die Integrationskraft des Fussballs zum Thema. Das Engagement stand im Zusammenhang mit der Kampagne «Together2016», die die Liga und Profi-Klubs gemeinsam mit dem Staatssekretariat für Migration SEM, der Schweizerischen Flüchtlingshilfe SFH und dem UNO-Hochkommissariat für Flüchtlinge UNHCR durchführten.

In dieser Themenwoche äusserten sich Klubverantwortliche, Spieler und Trainer zu ihren Erfahrungen. Aktivitäten vor Ort machten auf anerkannte Flüchtlinge und vorläufig aufgenommene Menschen aufmerksam, bei denen ein vitales Interesse der ganzen Gesellschaft auf eine erfolgreiche Integration besteht.

Zu den Aktivitäten gehörten etwa ein «Match of Peace» mit Einheimischen und Flüchtlingen, den Einbezug von Flüchtlingen in Trainingsstrukturen und Einladungen zu Fussballspielen.

**www.together2016.ch**

**Videoserie «Together 2016 — die Integrationskraft des Fussballs»**

Die vom Schweizer Filmemacher Stephan Hermann produzierte Videoserie «Together2016 — die Integrationskraft des Fussballs», bestehend aus Kurzfilmen über die SFL-Profiklubs und den Schweizer Nationalspieler Admir Mehmedi, wurde im Juni 2017 mit dem europäischen CIVIS-Medienpreis in der Kategorie «Interaktives Video-Webangebot» ausgezeichnet.

Alle Videos zu Together2016 unter:
**www.sfl.ch** — Kapitel SFL — Corporate Social Responsibility — Integration

## Soziale Engagements sind nur die Spitze des Eisbergs

Gesellschaftliche Verantwortung wird oft mit sozialen Projekte gleichgesetzt. Sie sind die «low hanging fruits» des CSR; relativ einfach zu realisieren, um die Pflicht zu erfüllen. Aber zur gesellschaftlichen Verantwortung zählt nicht nur, sich für die Schwächeren einzusetzen und etwas an die Bevölkerung zurückzugeben. Das CSR-Verständnis sollte sich bis in das Unternehmen hinein erstrecken.

### «Ein Vorbild für ganz Europa sein»

Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, wirtschaften gesund und nachhaltig, arbeiten mit vorbildlichen Lieferanten zusammen, bieten faire Arbeitsbedingungen, kümmern sich um die Mitarbeitenden, bilden junge Menschen aus, fördern und begleiten sie auf ihrem Lebensweg. Sie sind ein Vorbild, wie Wirtschaft und Gesellschaft Hand in Hand funktionieren. Diese integrative Form der CSR soll auch im Schweizer Fussball ihren Platz finden – trotz hoher sportlicher Konkurrenz und grossem wirtschaftlichem Druck. Wenn die SFL und ihre Klubs diesen Anspruch entwickeln und vorleben, gelingt dem Schweizer Fussball erneut, was er unlängst im Ausbildungsbereich erreichte: ein Vorbild für ganz Europa zu sein.

Mehr über die CSR-Aktivitäten der Swiss Football League unter:
**www.sfl.ch** — Kapitel SFL — Corporate Social Responsibility

# «CLUB RESPONSIBILITY — SPENDENETHIK ALLEIN REICHT NICHT AUS»

## Thomas Beschorner

Der CSR-Experte Thomas Beschorner fordert im Interview die Klubs dazu auf, den Weg der Verantwortung zu beschreiten. Die Klubs sollen nicht nur soziale Projekte unterstützen, sondern sich auch moralische Fragen stellen, beispielsweise zum Umgang mit Spielern und Mitarbeitern.

**Prof. Dr. Thomas Beschorner**
Institut für Wirtschaftsethik

Thomas Beschorner (Jahrgang 1970) ist seit 2011 Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik an der Universität St. Gallen. Er publiziert regelmässig Fachbeiträge zu Fragen der Verantwortung im Fussballgeschäft. 2015 veröffentlichte er das Buch «Management und Verantwortung vor und nach 90 Minuten», in dem er unter anderem den Begriff «Club Responsibility» einbringt, Homophobie im Klubfussball thematisiert und die Ökonomisierung beanstandet.

**Ein Zitat von Ihnen besagt: «Foul ist nicht nur, wenn der Schiedsrichter pfeift». Wie ist diese Aussage zu verstehen?**
Es gibt auch Fouls, die nicht im Regelwerk stehen. Bezogen auf Unternehmen bedeutet dies: Neben dem geltenden Recht existieren auch moralische Grundsätze, an die sich alle Teilnehmer unserer Gesellschaft halten sollten, sonst wird unsere Gesellschaft zum Haifischbecken. Genau darum geht es in der Wirtschaftsethik oder im Neudeutschen Corporate Social Responsibility: gesetzeskonform, darüber hinausgehend aber auch moralisch zu handeln.

**Wie lässt sich Corporate Social Responsibility in einfachen Worten erklären?**
Ich bringe das gerne auf eine simple Formel: Es geht nicht darum, wie ein Unternehmen seine Gewinne ausgibt, sondern wie es sie erwirtschaftet. Wichtiger als viel zu spenden ist unter welchen Bedingungen die Geschäfte gemacht werden. Hält man sich an Umweltstandards? Wie behandelt man die Mitarbeitenden? Welche Lieferanten oder Sponsoren berücksichtigt man?

**In den letzten Jahren wurde mehr über die Verantwortung gesprochen. Inwiefern hat sich die Bedeutung des Begriffs über die Jahre verändert?**
Früher sprach man stets von der Unternehmensethik. Das ist ein etwas sperriger Begriff, der sich in der Praxis nie durchzusetzen vermochte. Deshalb kam die Bezeichnung Corporate Social Responsibility auf. Der Verantwortungsbegriff hat Aufnahme in die Praxis gefunden. Wir müssen uns vermehrt für unser Handeln rechtfertigen respektive eben Verantwortung dafür übernehmen. Glücklicherweise kommt das Thema nach und nach in der Praxis an, auch wenn es nur kleine Schritte sind. Es ist keine rein wissenschaftliche Spielwiese mehr.

**Wie beurteilen Sie zusammengefasst die Leistungen der Unternehmen, wenn es um ethische und moralische Vorgaben geht?**
Es gibt immer noch sehr viele Unternehmen, die nicht über die Spendenethik hinauskommen. Sie geben viel Geld für gute Zwecke aus und kommunizieren dies mit schönen Sätzen auf ihrer Website. Dagegen ist nichts einzuwenden. Was mir daran fehlt ist die integrative Sichtweise. Zu dieser gehört eben auch, die vorgelagerten Prozesse zu hinterfragen: Lieferanten, Produktionsbedingungen oder der Umgang mit den Menschen im Unternehmen.

**Sie haben viele Beiträge zum Thema Fussball und Ethik publiziert, unter anderem auch Kritik an der Fifa oder am Neymar-Transfer geäussert. Wo steht der Fussball weltweit in Sachen CSR?**
Sorgen bereitet mir, wie vielen anderen auch, die Ökonomisierung des Fussballs. Der Neymar-Transfer ist ein gutes Beispiel für diese Entwicklung mit exorbitanten Geldsummen im Fussballgeschäft. Als Resultat erkenne ich eine exponentiell ungleiche Verteilung der finanziellen Mittel zwischen verschiedenen Vereinen und auch Ligen. Dadurch verliert der Fussball von seinem Spielcharakter, denn zu jedem Spiel gehören gleiche Wettbewerbsverhältnisse. Klar wissen die Fans, dass der Fussball auch Business ist. Aber wenn er nur noch Business ist, sehe ich keine gute Zukunft.

**Wie lautet daher Ihre Forderung an die Klubs und die Ligen?**
Die Ligen, aber auch die Uefa, stehen hier besonders in der Pflicht. Sie definieren die Meta-Ebene, die Bedingungen, unter denen gespielt wird. Das Financial Fairplay muss rigoros umgesetzt werden. Die Klubs wiederum sollten ihre Verantwortung integrativ betrachten. Ja, das Fussballspielen geht 90 Minuten, aber es gibt viele Verantwortungsfragen vor und nach den 90 Minuten. Die Verantwortlichen sollten sich zum Beispiel Gedanken machen, wie sie ihre ehemaligen Spieler nach dem Karriereende begleiten können oder wie sie die Talente ausbilden.
Mein Eindruck ist, dass vielerorts Spielermaterial produziert wird. Wenn es sich nicht wie gewünscht entwickelt, verkommt es zur Ausschussware. Mit Verantwortungsbewusstsein hat dieses Vorgehen nichts zu tun.

**Viele Klubs engagieren sich für Themen wie Integration, Toleranz oder lokale Sozialprojekte. Wie schätzen Sie diese Bemühungen ein?**
Das ist sehr positiv. Denn der Fussball ist prädestiniert, in diesen Feldern etwas zu bewegen. Gerade in der Flüchtlingsfrage hat man zuletzt gesehen, wie viel Kraft der Fussball hat, diese Menschen in unsere Gesellschaft einzubinden.

**Sie stellen den Klubs also ein gutes Zeugnis aus?**
Die sozialen Projekte reichen mir noch nicht. Das tendiert eben gerade zu einer Spendenethik und ist mir noch zu wenig nahe dran am eigentlichen Ethikgedanken. Aber das ist kein Vorwurf, denn die Entwicklung im Fussball ist noch nicht so weit. Die Klubverantwortlichen müssen zuerst verstehen, worum es eigentlich geht. Dass es eben nicht nur um kleine Sozialprojekte hier und da geht, sondern auch um das Geschäftsgebaren. Zum Glück gibt es Vorbilder, welche schon weit fortgeschritten sind, zum Beispiel den VfL Wolfsburg oder Werder Bremen.

**Warum sind diese Klubs Vorbilder?**
Sie betrachten die Verantwortungsfrage integrativ. Das hat primär mit den Menschen zu tun. Ein Klub braucht Personen, die das Thema verstehen, es in der Organisation verankern und mit Herzblut vertreten.

**Welche Prognose stellen Sie?**
Ich bin guter Dinge. Wir müssen nicht alle Engel sein. Ich verlange von den Klubs nur, dass sie sich auf den Weg machen und das Thema integrativ betrachten. Aber es braucht auch ein bisschen Druck. Eine Art Verantwortungsranking, in dem die CSR der Klubs bewertet wird, würde positive Anreize schaffen. Niemand will da auf dem letzten Platz stehen.

**Welche Rolle kommt der Swiss Football League in Sachen CSR zu?**
Es ist ihre Aufgabe, die Klubs zu sensibilisieren, was «Club Responsibility» bedeutet. Wenn man die Schraube etwas anzieht, könnte sie auch eine Kontrollfunktion aufbauen, indem beispielsweise Vorgaben zur Verantwortung in das Lizenzierungsverfahren eingebaut werden. Das würde die Spielregeln neu definieren.

**CSR**
Schwerpunkt

# ROTWYSSES HÄRZ
## Das Engagement des FC Thun

Er lädt Kinder mit geistiger Behinderung zu «Special Trainings» ein, gibt stellenlosen Jugendlichen aus der Region Einsatzmöglichkeiten oder sensibilisiert seine Spieler und Mitarbeitenden für Themen wie soziale Medien, Wettspiel oder Ethik. Der FC Thun geht mit gutem Vorbild voran.

Bilder rechts: Die Special Trainings mit Kindern und Jugendlichen mit geistiger Behinderung sowie Flüchtlingen erfreuen sich im Berner Oberland grosser Beliebtheit, wobei auch die Spieler der 1. Mannschaft (hier: Dennis Hediger) tatkräftig mitwirken.

Als der FC Thun im November 2016 verlauten lässt, dass die Existenz des Klubs in Gefahr sei, entsteht im Berner Oberland in Windeseile eine Welle der Solidarität. Die Fans spenden für die Rettung ihres Klubs, die Sponsoren starten Sammelaktionen und auch die Politik wirkt massgeblich an der Rettung mit. Stadt- und Gemeinderat beschliessen ein zinsloses Darlehen in der Höhe von CHF 500'000. Woher kommt dieser vorbehaltlose Rückhalt in der Region? «Ein Argument, das im Stadtrat mehrfach geäussert wurde, war auch unser grosses Engagement für die Gesellschaft», sagt Wolfgang Unger, Leiter Engagement beim FC Thun. Nun schien der Klub die Quittung für seinen Einsatz zugunsten benachteiligter Menschen in der Region zu erhalten – im positiven Sinn. Die Klubleitung lebt Verantwortungsbewusstsein vor, indem sie dem Thema CSR zirka 120 Stellenprozente und Dienstleistungen aus der Geschäftsstelle widmet, wobei der Leiter Engagement direkt der Geschäftsleitung angeschlossen ist – bis jetzt einmalig im Schweizer Klubfussball.

Das gesellschaftliche Engagement des FC Thun begann 2005 unter dem Titel «FC Thun macht Schule». Nach unerfreulichen, rufschädigenden Vorkommnissen beschloss die damalige Klubleitung, die Spieler und Mitarbeitenden in internen Kursen für kritische Themen wie Glückspiel, Ethik oder sexuelle Übergriffe im Sport zu sensibilisieren. «Unser Engagement begann innerhalb der eigenen vier Wände. Zuerst sollten der Klub und seine Mitarbeitenden in eine Vorbildfunktion hineinwachsen», erklärt Wolfgang Unger. Heute finden diese internen Kurse mit einem speziell gewählten Thema pro Saison statt. Der Umgang mit den «sozialen Medien» und die Auswirkungen auf die Psyche des Menschen sind 2017 das zentrale Thema. Interne Fachpersonen und externe Fachstellen unterstützen die Spieler und Mitarbeitenden in der Erlangung und Förderung sozialer Kompetenzen.

**«Verantwortung ist bei jedem Vorhaben — sei es als Unternehmen, als Institution oder was auch immer — nicht reduzierbar; und somit sind soziale Beiträge eine freudige Verpflichtung. Gerade beim Fussball.»**

**Markus Lüthi**
Präsident des FC Thun

Über die Jahre hinweg wuchs das Engagement des FC Thun von innen nach aussen. «Rotwysses Härz» umfasst alle externen Projekte zugunsten sozial benachteiligter und behinderter Menschen. «Mit den Projekten möchten wir möglichst vielen hilfsbedürftigen Menschen Zugang zum Fussball geben. Zuerst luden wir geistig behinderte zu Trainings in die Stockhorn Arena ein, seit 2015 laden wir auch Flüchtlinge in diese Special Trainings ein. An sogenannten Special & Kids Days durften wir in der Saison 2016/17 zirka 6'000 Menschen in der Stockhorn Arena begrüssen. Zu den Engagements zählen auch Einsatzmöglichkeiten für stellenlose Jugendliche aus der Region, ausgesteuerte Menschen und anerkannte Asylbewerber, wohltätige Matches einer Legenden-Mannschaft oder das Hilfsprojekt ‹Delta Cultura› auf den Kapverdischen Inseln. Unsere beliebten FC Thun Kids Camps mit über 300 Kindern pro Jahr runden unser Engagement ab.»

Spiel und Spass sowie das gegenseitige Kennenlernen stehen bei den Special Trainings im Mittelpunkt.

**CSR**
Schwerpunkt

**«Derzeit prüfen wir ein Projekt, bei dem Flüchtlinge als Trainer geschult werden, um dereinst nach ihrer Rückkehr in die Heimat dort die jungen Menschen auszubilden.»**

**Wolfgang Unger**
Leiter Engagement FC Thun

Ins Auge fällt die lange Geschichte der initiierten Projekte, die alle seit vielen Jahren stattfinden. «Weniger ist in diesem Fall mehr. Neben der Qualität und dem Herzblut ist die Nachhaltigkeit bei solchen Projekten das Wichtigste. Und wir engagieren uns ausschliesslich für Projekte, bei denen sich auch unsere Spieler, Trainer und sonstigen Mitarbeiter einbringen können», erklärt Unger die Philosophie.

Derweil ruht sich der FC Thun nicht auf den Lorbeeren aus: «Man muss dranbleiben. Derzeit prüfen wir ein Projekt, bei dem Flüchtlinge als Trainer geschult werden, um dereinst nach ihrer Rückkehr in die Heimat dort die jungen Menschen auszubilden.»

## **ROTWYSSES HÄRZ** (EXTERN)

**Special Trainings**
Einladung von Kindern und Jugendlichen mit geistiger Behinderung zu Trainings in der Stockhorn Arena, Organisation von Fussballturnieren, seit 2016 Einbezug von Flüchtlingen.

**Special Moments & Special Days**
Einladung hilfsbedürftiger und sozial benachteiligter Menschen zu Matches der 1. Mannschaft mit Treffen der Spieler.

**Praktika & Arbeit**
Einsatzmöglichkeiten für stellenlose Jugendliche aus der Region, ausgesteuerte Menschen und anerkannte Asylbewerber.

**Bahnhof-Paten Thun**
Präventions-Projekt mit Freiwilligen, die sich am Bahnhof für die Sicherheit und die Orientierung der Fahrgäste einsetzen; mittlerweile gibt es Bahnhof-Paten an 15 Bahnhöfen in der Schweiz. Sie sind dem Sicherheitskonzept RailFair angegliedert.

**FC Thun Legenden**
Ehemalige FC Thun Stars engagieren sich für hilfsbedürftige Menschen und spielen für einen guten Zweck. Die Erlöse werden gezielt für Menschen in Not eingesetzt.

**Hilfsprojekt «Delta Cultura» in Capo Verde**
Seit 2013 engagiert sich der Klub auf den Kapverdischen Inseln, einem der ärmsten Länder der Welt, indem er Fussballschuhe sammelt, Trainer ausbildet und beim Aufbau eines Trainingszentrums hilft.

## **AUSBILDUNG** (INTERN) **KLASSENZIMMER**

**Prävention und Ausbildung**
Spieler, aber auch Mitarbeitende des FC Thun werden seit 2007 in diversen Ausbildungsmodulen geschult und für die Gefahren des Fussballgeschäfts sensibilisiert. Die Kurse werden durch interne und externe Fachpersonen durchgeführt sowie in Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen wie dem Bundesamt für Sport (Förderprogramm J+S) oder Swiss Olympic (Präventionskampagne «Cool & Clean»).

**Ehrenamt und Freiwilligenarbeit**
Spieler der 1. Mannschaft und Mitarbeiter sind Botschafter des sozialen Engagements und aktiv in den sozialen Projekten tätig. Im Jahr 2016 waren dies rund 8'000 Sozialstunden.