

Gemeinwohl-Bericht

FT München-Gern

2023/2024



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	FT München-Gern
Rechtsform:	e.V.
Eigentums- und Rechtsform:	e.V.
Website:	www.ftgern.de
Branche:	Sportverein
Firmensitz:	München
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	2
Vollzeitäquivalente:	1
Saison- oder Zeitarbeitende:	0
Ehrenamtliche z.T. mit Übungsleiterpauschale:	65
Jahresergebnis 2023/2024:	271.000 € / 27.000 € Das Ergebnis für 2023 beinhaltet die Auszahlung zuvor gewährter öffentlicher Zuschüsse für die Sanierung des Kunstrasenplatzes.
Jahresüberschuss:	entspricht dem Jahresergebnis und fließt komplett in die Rücklagen
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	0
Berichtszeitraum:	2023/2024

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die FT München Gern e.V. ist ein für jeden offener, gemeinnütziger Sportverein im Nordwesten Münchens. Dafür bieten wir allen interessierten Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen, attraktive Angebote rund um den Fußball, sowie je eine Abteilung für Darts, Laufen, Damengymnastik, Zeltlager und Stockschießen.

Wir lieben Sport– als Spieler*, als Trainer, als Spielereltern, Freunde und Fans. Diese gemeinsame Leidenschaft macht uns zur Gemeinschaft – unabhängig davon, welcher Hautfarbe und Herkunft wir sind, welches Alter oder Geschlecht, welche sexuelle Ausrichtung wir haben, ob wir körperlich oder geistig beeinträchtigt sind. Bei uns dürfen alle Sport treiben – sofern sie die Ideale unseres Leitbilds teilen.

*Nur wegen der einfacheren Lesbarkeit wählen wir jeweils nur die männliche Form, dabei sind aber immer Personen beiderlei Geschlechts gemeint.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Wir decken als klassischer Fußballverein sämtliche Altersgruppen im Breitensport ab und schaffen es, mit einem relativ kleinen Platzangebot, mehr als 700 Mitglieder aufzunehmen. Das sind im Fußball: 3 Herrenmannschaften, 3 Seniorenmannschaften und 20 Jugendmannschaften.

Im Laufe der Zeit haben sich zudem fünf kleinere Abteilungen gebildet:

die Damengymnastik mit 40 Mitgliedern,

die Hobbystockschützen mit 10 Mitgliedern,

die Laufgruppe mit 12 Mitgliedern,

die Zeltlagerabteilung mit 9 Mitgliedern und

die Dartsabteilung mit 11 Mitgliedern

Dazu vertreten aktuell auch 14 Schiedsrichter die FT Gern im lokalen Amateurfußball.

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Unser Produkt ist die Sportausübung in Gemeinschaft und die nimmt zu 100% Anteil am Umsatz.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Wir alle machen uns Gedanken über unsere Zukunft. Nachhaltigkeit bedeutet für uns Zukunftsfähigkeit. Wir haben den Anspruch sozial, ökonomisch und ökologisch so zu haushalten, damit es nachfolgende Generationen auch können. Die GWÖ-Bilanzierung (GWÖ - Gemeinwohlökonomie) ist für uns der folgerichtige Schritt. Auch als ein gesellschaftliches Zeichen. Unser emotionales Umfeld bietet beste Möglichkeiten aus Mitgliedern Multiplikatoren für die Idee der nachhaltigen Entwicklung zu machen. Für die Bilanzierung spricht auch, dass wir damit ein starkes Zertifikat, gegenüber unseren Mitgliedern und Sponsoren sowie der öffentlichen Hand, die uns mit Zuschüssen unterstützt, erhalten.

Die Bilanzierung lässt uns Verbesserungspotentiale erkennen und verstehen, wie nachhaltig wir wirklich bisher gearbeitet haben und wo wir uns mehr engagieren können und wollen. Die Gemeinwohlbilanzierung erfolgt in einer Peer-Evaluation mit zwei anderen Kleinunternehmen aus dem Raum München.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Im Jahr 2024 haben wir unser Leitbild im Bereich Fußball erneuert und einen neuen Wertekompass für unseren Jugendfußball aufgestellt. Damit soll ein Denkprozess bei unseren Mitgliedern angeregt werden mit dem Ziel, dass der gesellschaftliche Wert des Sports über den kurzfristigen sportlichen Erfolg weit hinaus geht. Im Rahmen eines Hosttownprojekts des Bayerischen Fußballverbands (BFV) anlässlich der Fußball-EM fand im Sommer 2024 ein Nachhaltigkeitsworkshop des BFV bei uns statt.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Seit 2024 haben wir eine Nachhaltigkeitsbeauftragte im Verein, die auch für die GWÖ als Ansprechpartnerin fungiert: Edith Sievers (edith.sievers@ftgern.de).

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Logos:



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	FT München Gern e.V.
	M5.0 Vollbilanz	2023/2024	PG-LAFS-2024-01
zert. Begleiter*in	Roland Wiedemeyer Martina Bonertz, Vera Boos		Beteiligte Peergruppen Firmen
			• Enerbasics* Partnerschaftsgesellschaft, München • Solnomics UG, Wörthsee

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: J.	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 70 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Zertifikat gültig bis 31.10.2027	BILANZSUMME: 273

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: **zypey**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.econgood.org

A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Wir kaufen für den Betrieb unseres Sportbetriebes vor allem folgende Produkte zu:

- Sport-Bekleidung und zusätzlich Textilprint
- Gas, Wasser, Strom Vereinsheim
- Strom Sportbetrieb
- Getränke, Ausstattung Vereinsheim (Tische, Stühle, Sonnenschirme)
- Ausrüstung (Tore, Netze, Zubehör)

Und hauptsächlich folgende Dienstleistungen:

- Gebäudereinigung
- Erneuerung und Instandhaltung Sanitär, Heizung, Solarpaneele
- Rasenpflege
- Prüfung Standsicherheit Flutlichter (alle 5 Jahre)
- Außenanlagen- und Platzpflege
- Internet

Die Auswahl der Lieferanten erfolgt unter folgenden Gesichtspunkten in einer einzelnen Abwägung für jedes Produkt im Kreise eines Teams:

- Produktqualität, Langlebigkeit, Funktionalität, Servicequalität bei der Abwicklung
- Preis und Option zu nachhaltigen Produkten
- kurze Lieferwege, Regionalität
- persönlicher Ansprechpartner und persönlicher Eindruck
- Lieferzeit

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Aktuell werden die sozialen Risiken in der Lieferkette nicht systematisch evaluiert. Sehr wohl aber besteht ein Bewusstsein für diese Risiken. Die Sensibilität für dieses Thema soll zukünftig mit Hilfe einer entsprechenden Einkaufsrichtlinie weiter erhöht werden.

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferanten vorliegen?

Eine Prüfung, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferanten vorliegen, wird aktuell nicht durchgeführt.

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Bis jetzt gibt es keine Einwirkung auf Lieferanten.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Gas, Wasser, Strom Vereinsheim - SWM: im Nachhaltigkeitsbericht nach GRI ist die soziale Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Mitarbeitern enthalten, als städtisches Unternehmen ist die SWM dem Gemeinwohl verpflichtet. (<https://www.swm.de/unternehmen/nachhaltigkeit>)

Internet – M-net: klimaneutraler (TÜV Rheinland Zertifikat) lokaler Telekommunikationsanbieter, Great Place to Work-Zertifikat, soziales Engagement (<https://www.m-net.de/ueber-m-net/verantwortung/internet-und-klimaschutz>)

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Produkte	Einkaufsvolumen 2024 in €
Sportkleidung, Ausrüstung	50.000€
Gas, Wasser, Strom Vereinsheim, Strom Sportbetrieb	19.700€
Gebäudereinigung	13.400€
Ausstattung Vereinsheim, Getränke	10.000€
Sanitär, Heizung, Solarpaneele	8.700€
Rasen-, Platz- und Außenanlagenpflege	8.000€
Standicherheit Flutlichter (alle 5 Jahre)	4.200 €
Internet	1.000€
Sonstige Ausgaben	4.000€

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Welche Produkte/Dienstleistungen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt werden, wissen wir bisher nur im Einzelfall, bei fair gekauften Fußbällen des Anbieters Rasenreich. Der Anteil am Gesamteinkaufsvolumen ist verschwindend gering.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es wurden einige Bälle des Herstellers Rasenreich mit Fairtrade-Zertifikat erworben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Es wird eine eigene Einkaufsrichtlinie nach GWÖ-Richtlinien erstellt, um die sozialen Arbeitsbedingungen bei Lieferanten und entsprechende Zertifikate stärker im Einkaufsprozess zu berücksichtigen.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Die Branchen Reinigung und Bekleidung sind grundsätzlich eher intransparent. Bei dem Bereich Sporttextilien besteht eine besondere Gefährdung der Menschenwürde, die durch die überwiegende Fertigung in Fernost nicht sicher zu kontrollieren ist.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Wir haben mit unserem Lieferanten für Sportkleidung hinsichtlich Langlebigkeit und Recyclingfähigkeit der Produkte Gespräche geführt und auch die Dilemmas der Beschaffung von Sportkleidung angesprochen. Bisher fehlen entsprechende Alternativen, für einen Wechsel der eingesetzten Ausrüstungslinien.

Verifizierungsindikator

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

Wir schätzen, dass mind. 17% ethisch unbedenkliche Produkte eingekauft werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Es wurde das Gespräch mit unserem Ausrüstungs- bzw. Bekleidungslieferanten gesucht.

Verbesserungspotenziale:

Wir setzen auf weitere Bewusstseinsausbildung und wollen eine GWÖ-Einkaufsrichtlinie erstellen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Die Basis für faire und solidarische Geschäftsbedingungen wird durch einen persönlichen Kontakt im gegenseitigen Austausch und eine langjährige Beziehung zu den Lieferanten sichergestellt. Dieses ist bei lokalen kleinen Unternehmen z.B. Uhlsport, Mickeys Schuhhaus, natürlich mehr möglich als bei großen überregionalen oder internationalen Unternehmen wie z.B. SWM.

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Seitens der Lieferanten sind uns keine Reklamationen bekannt. Langjährige Geschäftsbeziehungen sprechen für Zufriedenheit, wir bezahlen unsere Rechnungen so schnell wie möglich, es erfolgt keine Ausschöpfung der Zahlungsfristen.

Bei einem Lieferanten gab es in der Vergangenheit Probleme mit Zahlungen, da interne Prozesse der Abstimmung durch die ehrenamtliche Arbeit manchmal ein wenig hinterherhinken, diese Abläufe wurden im gemeinsamen Gespräch mit Verantwortlichen im Verein und Lieferant bereinigt.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Dies versuchen wir, da wir das Gespräch mit den Beteiligten suchen, gerade bei kleinen Unternehmen, die nicht über eine eigene Marktmacht verfügen.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

Es sind bisher keine Zahlen vorhanden. Die Geschäftsbeziehung zu den für uns größten Lieferanten Mickys Schuhhaus, uhlsport, die Stadtwerke München und Hofbräu München bestehen seit jeweils über 15 Jahren.

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

Das Verhältnis Verein zu Lieferanten beträgt geschätzt 66:33.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Durch die Besetzung der Geschäftsstelle in Teilzeit können Lieferantengespräche in anderer Qualität (Frequenz, Dauer) geführt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regelmäßige Kontakte zu den Haupt-Lieferanten etablieren. Eine eigene Einkaufsrichtlinie nach GWÖ-Richtlinien erstellen.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Wir versuchen, faire und enge Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten aufzubauen, um Einblick in deren Unternehmensabläufe und solidarischem Verhalten zu erhalten. Dies ist sicher eher bei kleinen, lokalen Lieferanten möglich.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Im persönlichen Gespräch kann man Dinge, die negativ auffallen, wertneutral ansprechen.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Es findet bisher keine systematische Überprüfung statt. Alle Erkenntnisse zu Lieferanten fließen in eine Gesamtbewertung ein. Falls eklatante Verstöße bekannt würden, müsste das Gespräch gesucht werden und ggf. Lieferantenbeziehungen überprüft werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

Der geschätzte Anteil liegt bei 2%.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Wir stehen hier noch am Anfang und schätzen den Wert mit etwa 5% der getätigten Umsätze ein.

Bei langjährigen, kleinen Unternehmen, bei denen uns alle Mitarbeiter bekannt sind, haben wir Einblick auf den fairen und solidarischen Umgang untereinander.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Systematische Gespräche mit Lieferanten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Vorhandene Kontakte intensivieren und versuchen den Anteil lokaler Lieferanten zu erhöhen oder dieses Vertrauensverhältnis auch mit weiter weg angesiedelten, größeren Partnern aufzubauen. Dieser Aspekt ist in die Einkaufsrichtlinie mitaufzunehmen.

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?

Als lokaler, eher kleiner, gemeinnütziger Sportverein ist keine Marktmacht vorhanden. Wir arbeiten mit langjährigen, vertrauensvollen Beziehungen.

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Da wir keine Marktmacht besitzen ist dies ausgeschlossen.

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Wir besitzen keine Marktmacht. Daher Fehlanzeige.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Es wird keine Marktmacht ausgenutzt.

Verbesserungspotenziale

Es wird weiter auf langjährige, vertrauensvolle Lieferantenbeziehungen gesetzt.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Präambel: Die für unsere Maßstäbe beiden wirkmächtigsten Punkte, nämlich der Tausch des Kunstrasenbelags und der Wechsel zu LED-Licht, schlagen bereits vor dem Berichtszeitraum zu Buche. Dies sind eine einmal in 20 Jahren bzw. eine einmal Entscheidung. Bei beiden ging eine wirtschaftliche wie ökologische Evaluierung voraus.

Mit dem LED-Licht haben wir uns für ein innovatives Produkt zur Verringerung der Energiekosten und des Verbrauchs um bis zu 85%, der Reduzierung der Lichtverschmutzung für Anwohner und Tierwelt und ein langlebiges Produkt mit wenig Folgekosten entschieden. Beim Kunstrasen haben wir uns für ein innovatives und erprobtes kunststoffgranulatfreies Produkt entschieden. Für die gewünschte Qualität haben wir bewusst höhere Kosten in Kauf genommen. Die Folgekosten des Granulat-Auffüllens aber auch der Eintrag von Kunststoffgranulat in die Umwelt fallen dafür weg.

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion/im Betrieb aufgewendet?

Wir verwenden vor allem Sportausrüstung, die nach Bedarf alle 2-3 Jahre getauscht oder ergänzt wird. Wir haben 26 Mannschaften mit durchschnittlich 15 Spieler, das macht circa 390 Spieler.

Welche Arten von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion/im Betrieb eingesetzt?

Im Sportbetrieb verwenden wir Energie für Elektrizität (Flutlicht) und Wärme (Gas, Solarthermie). Beim Material benutzen wir vor allem Verbrauchsmaterialien (Hygienematerialien und Reinigungsprodukte) und Sportmaterialien.

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Die Kriterien für die Auswahl unserer Produkte sind vor allem Qualität, Langlebigkeit und Preis. Siehe dazu auch A1.1.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Die ökologischen Risiken in der Zulieferkette werden aktuell noch nicht evaluiert.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Es ist uns nichts explizit bekannt. Vermutlich sind bei Produktion und Transport in der Textilindustrie schädliche Umweltauswirkungen vorhanden. Wie alle Sportartikelhersteller produziert unser Lieferant seine Produkte zu 80% in Fernost, primär in China.

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Bei der Auswahl der Produkte wird auf Umweltverträglichkeit und Entsorgung Wert gelegt. Erste Gespräche für eine recyclefähige Sportkleidung wurden geführt, dazu ist es allerdings noch ein langer Weg. In der Zwischenzeit veranstalten wir - auch in Kooperation mit anderen

lokalen sozialen Initiativen - regelmäßige Flohmärkte, um zu klein gewordene Sportkleidung im Kreislauf zu halten.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Wir haben Interesse an recyclefähiger Sportkleidung bekundet und werden unseren Lieferanten weiterhin darauf ansprechen. So wie wir uns bei der Auswahl von Kunstrasen wie LED-Licht weitreichende Gedanken zu ökologischen Folgen und Langlebigkeit gemacht haben, versuchen wir dies bei jedem größeren oder regelmäßigeren Einkauf von Produkten zu analysieren. Wir haben zum Beispiel auch einen Versuch gestartet, teurere dafür hoffentlich langlebigere Kabelbinder zu erwerben. So kann eine Reduktion der Umweltauswirkungen in Zusammenarbeit mit einem Lieferanten erfolgen oder es kann ein Lieferantenwechsel zu einem Lieferanten mit höheren ökologischen Standards nötig sein.

Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Die Unterschiede zum Mitbewerb hinsichtlich des ökologischen Einkaufs lassen sich aktuell nur vermuten. Bis auf wenige Ausnahmen gibt es vermutlich bei Sportvereinen noch kein Bewusstsein für Nachhaltigkeit.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

In den Bereichen Strom, Gas, Internet, Grünanlagenpflege und Sanitär/Heizung/Solar haben wir uns bewusst für eine ökologisch höherwertige Alternative entschieden. Das sind circa 33% des Einkaufsvolumens.

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

Geschätzt tragen 38% der Lieferanten mit ihren höherwertigen ökologischen Alternativen zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen bei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wir haben Gespräche geführt (Sportkleidung), uns Gedanken gemacht auch vermeintlich kleine Dinge in ökologisch umweltfreundlichere Alternativen zu ändern (z.B. Kabelbinder, Banner) und organisieren Flohmärkte für die Wiederverwendung von Sportkleidung.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen weiter Bewusstsein schaffen, eine GWÖ-Einkaufsrichtlinie erstellen und in zukünftige Gespräche einbringen.

A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen vermuten wir auch weiterhin bei der Herstellung von Sportausrüstung und deren Transport. Allerdings können wir dies nur schätzen, die Lieferkette ist lang und intransparent.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Bei der Auswahl der Produkte verstärkt auch auf Umweltverträglichkeit und Entsorgung Wert legen und diese Aspekte in eine GWÖ-Einkaufsrichtlinie einbringen.

Verifizierungsindikator

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

Da die Umweltauswirkungen der Textilprodukte nicht abschließend bekannt sind, können wir hier keine valide Schätzung abgeben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Es wurden Gespräche mit unserem Ausrüstungslieferanten geführt.

Verbesserungspotenziale

Erhöhung der internen Sensibilität bei Einkaufsentscheidungen mit dem Ziel der vermehrten Auswahl ökologisch nachhaltiger Lieferanten.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Wir kommunizieren mit maximaler Offenheit, wenn es zu Problemen in den Prozessen kommt. Lieferanten erhalten alle Informationen auf Anfrage.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Bei Problemen in den Abläufen werden Prozesse gemeinsam besprochen und optimiert. Lieferanten können jederzeit Kontakt aufnehmen, wenn Sie beispielsweise bessere Produktalternativen haben. Darüberhinausgehende Mitentscheidungen gibt es bisher nicht.

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Wir unterstellen eine hohe Zufriedenheit, da es bisher in dieser Hinsicht keinerlei Beschwerden gab.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine konkreten Aktivitäten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Implementierung einer standardisierten Kommunikation, z.B. Jahresgespräch. Das soll Teil einer zu erstellenden Einkaufsrichtlinie sein.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Bis dato haben wir keine Strategie entwickelt, um innerhalb unseres Einflussbereiches strategisch vorzugehen. Mit vielen lokalen und kleinen Lieferanten wird ein persönlicher, unbürokratischer Umgang gepflegt, der automatisch zu einer engen Abstimmung auf Augenhöhe führt. Auch mit größeren Lieferanten wird eine enge regelmäßige Kommunikation gepflegt.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Mit offener Kommunikation mit langjährigen Lieferanten.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Aktuell gibt es keine Prüfung von Risiken oder Missständen. Werden Missstände festgestellt, kann die Kündigung von Vertragsverhältnissen und ein Lieferantenwechsel erfolgen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

Wir schätzen derzeit 2%.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.

Dies ist bisher nicht gezielt erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es wurden keine expliziten Maßnahmen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Im ersten Schritt Bewusstseinsbildung bei uns und bei den Lieferanten. Mittelfristig könnte auch in diesem Belang ein strukturierter Austausch (z.B. Jahresgespräch) positive Effekte bringen.

B Eigentümer*innen & Finanz-Partner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Wir bilden Rücklagen, da große Investitionen regelmäßig alle 10-15 Jahre kommen.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Eine Möglichkeit ist die Erhöhung des Mitgliederbeitrages. Als gemeinnützige Einrichtung steht uns noch die Möglichkeit des Einwerbens von Spenden oder von Stiftungsmitteln mit z. B. Projektbezug zur Verfügung. Des Weiteren gibt es die Möglichkeit über Crowdfunding, Sponsorengelder, Zuschüsse und Fördermittel die Eigenmittel zu erhöhen.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

50% durch Mitgliedsbeiträge

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Dies ist nicht meldepflichtig, daher gibt es keine öffentlich zugängliche Datenerfassung. Wir schätzen, dass der Eigenkapitalanteil in der Branche ähnlich ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es erfolgte eine Beitragserhöhung im Jahr 2023 im Zuge der Etablierung systematischer Übungsleiterpauschalen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen attraktive Crowdfunding-Projekte aufsetzen und mehr Stiftungsmittel für Projekte generieren.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Bei großen Investitionen können wir zinslose Darlehen von der Stadt München erhalten, die über die Stadtparkasse München abgewickelt werden. Mangels eigener Sicherheiten wird an uns von Kreditinstituten grundsätzlich kein Darlehen gegeben. Auch vergibt die Stadt München derzeit grundsätzlich keine Bürgschaften für gemeinnützige Vereine.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Im Moment sind keine Kredite vorhanden. Wir erhalten diese nur im Zusammenhang mit öffentlich geförderten Investitionen. Hier machen Bankkredite maximal 10% der Gesamtfinanzierung aus. Zinslose Darlehen der Stadtparkasse München werden von uns als minimal riskante Form der Fremdfinanzierung eingestuft.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital) 50%

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in EUR)

Zuschüsse: Stadt München, BLSV durchschnittlich	90.000€
Vermögensverwaltung: Pacht Gelände Dachau	21.000€
Pacht Vereinsheim (nur 2023)	8.000€
Sponsorengelder	23.000€
Spenden	5.000€

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es gab keine gesonderten Aktivitäten im Berichtszeitraum.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen attraktive Crowdfunding-Projekte aufsetzen und mehr Stiftungsmittel und Sponsorengelder für Projekte generieren.

Eine Finanzierung über externe Banken ist mit Ausnahme der Stadtparkasse München, durch die Stadt München vermittelt, nicht möglich. Aber die Kontoführung oder Anlage der Rücklagen bei einer Ethikbank sind zu prüfen.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

Stadtparkasse München, Württembergische Versicherungen

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Die Stadtparkasse München veröffentlicht einen Nachhaltigkeitsbericht (sozial & ökologisch) und hat eine Nachhaltigkeitsbeauftragte. (<https://www.sskm.de/de/home/ihre-sparkasse/nachhaltigkeit-ueberblick.html?n=true&stref=sitemap>). Die Stadtparkasse München ist zudem ein lokaler Finanzpartner, der das gesellschaftliche Leben in der Stadt unterstützt, darunter auch unseren Sportverein als Hauptsponsor.

Die Württembergischen Versicherungen sind eine Selbstverpflichtung zu Nachhaltigkeit eingegangen mit den Principles for Responsible Investment (PRI), den Principles for Sustainable Insurance (PSI) und der UNEP Finance. (<https://www.wuerttembergische.de/ueber-uns/nachhaltigkeit/>)

Verifizierungsindikator

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

Stadtparkasse München Darlehen 5.000€

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Tilgung des bestehenden Restdarlehens bei der Stadtparkasse München.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Derzeit keine. Wir erhalten Kredite nur im Zusammenhang mit öffentlich geförderten Investitionen und dies macht maximal 10% der Gesamtfinanzierung aus. Zinslose Darlehen der Stadtparkasse München werden von uns als minimal riskante Form der Fremdfinanzierung eingestuft.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Unsere Zukunftsausgaben werden der Tausch des Kunstrasens alle 10-15 Jahre sein, sowie die Weiterbildung von Übungsleitern, die Digitalisierung und Organisationsentwicklung im Verein. Die Deckung der Ausgaben sehen wir, wie bisher, durch Eigenmittel (Rücklagen und laufende Überschüsse).

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Es gibt keine Kapitalerträge in einem gemeinnützigen Verein. Das Geld bleibt im Verein und wird für das Vereinsleben verwendet.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit* (in Tsd. EUR):

2023: 271 Tsd. €, 2024: 27 Tsd. €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR):

Austausch Kunstrasen ca. 200 Tsd. € alle 10-15 Jahre, andere Zukunftsausgaben circa 10 Tsd. €

Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR):

klubtalent 2023 8 Tsd. €

Anlagenzugänge (in Tsd. EUR):

keine

Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR):

siehe Mittelüberschuss, alle Überschüsse werden in die Rücklagen gegeben

Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital):

entfällt

*Mittelüberschuss ist ein Cashflow- und kein Ergebnisbegriff; das Thema beschäftigt sich sehr grundsätzlich mit der Verwendung verfügbarer Geldmittel.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Im Berichtszeitraum gab es Beratungskosten von klubtalent (Organisationsentwicklung) und Kosten für die Digitalisierung und Einführung neuer Programme zur Mitgliederverwaltung bzw. Mitgliederkommunikation.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Durch die Gemeinnützigkeit sind wir immer auf einen solidarische und gemeinwohlorientierte Verwendung der Mittel festgelegt. Aktuell erarbeiten wir mittel- und langfristige Ziele für Zukunftsausgaben und leiten daraus Maßnahmen ab. Das übergeordnete Ziel ist die langfristige Bestandssicherung des Vereins.

B2.2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
Nicht zutreffend

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
Nicht zutreffend

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?
Nicht zutreffend

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine

Verbesserungspotenziale

Keine

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele an/in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Der Ersatz des Rasenplatzes durch einen Kunstrasenplatz würde die Platzkapazität dieser Fläche annähernd verdreifachen. Dadurch könnten deutlich mehr Kinder aufgenommen werden und der Frauen- und Mädchenfußball endlich entsprechend gewichtet werden (soziale Verbesserung). Die Errichtung einer sogenannten Freilufthalle wäre eine enorme Bereicherung für das Sportangebot vor Ort. Dabei wäre die Kooperation mit KiTas und Horten in unmittelbarer Nähe zu prüfen.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Rücklagen und Zuschüsse der öffentlichen Hand für Investitionen.

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Die Investitionen des Vereins müssen das Vereinsleben langfristig unterstützen, um die Gemeinnützigkeit weiter zu gewährleisten. Bei einem Neubau eines Kunstrasens würden wir uns wieder umfassend auf dem neuesten Stand über die ökologisch sinnvollste Variante informieren.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Die letzten großen Investitionen (LED-Licht, Kunstrasentausch siehe Präambel A3) wurden kurz vor dem Berichtszeitraum umgesetzt. Der Kunstrasentausch erfolgt etwa alle 15 Jahre bei intensiver Nutzung.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)

Es ist noch kein Investitionsplan vorhanden.

Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

Es wurde nichts im Berichtszeitraum realisiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Es wurden keine größeren Maßnahmen im Berichtszeitraum umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir planen gerade den Rasen zu Kunstrasen umbauen. Außerdem prüfen wir den Bau von turnierfähigen Stockbahnen auf unserem Gelände. Weiter wollen wir uns über eine Freilufthalle informieren, um das Vereinsangebot weiterzuentwickeln.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Entfällt, da ausschließlich satzungskonforme Ausgaben zulässig sind.

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Wir ziehen unsere Informationen aus Erfahrungen anderer Vereine und der Verbandsberatung. Darüber hinaus kooperieren wir mit der Hochschule Fresenius im Rahmen einschlägiger studentischer Projektarbeiten.

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen): keine

Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % der Geldanlagen): keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Umsetzungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Derzeit keine erkennbar.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Sportkleidung wird grundsätzlich in Asien produziert und aktuell noch nicht recycelt. Trainingsmaterial wie z.B. Bälle, Hütchen, Stangen, Tore werden konventionell bezogen.

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Gespräche mit uhlsport über eine eigene Trikotlinie, um den zyklusmäßigen Design-Wechsel zu vermeiden und somit die Sportbekleidung länger im Kreislauf halten zu können.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Wir haben 2025 die Umstellung auf Ökostrom bei unserem Energielieferanten vollzogen und sind damit weg von fossilen Energieträgern.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Wir haben Gespräche mit unserem Ausrüster uhlsport über die Recyclingfähigkeit der Sportkleidung und eine eigene Trikotlinie geführt.

Verbesserungspotenziale

Die Umstellung auf Ökostrom bei den SWM.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Jedes Mitglied ist Eigentümer. Von der Mitgliederversammlung wird der Vorstand und satzungsgemäß zu bestimmende Ehrenamtliche gewählt, die den Vereinsausschuss bilden, der alles Wesentliche entscheidet. Die Wahlen finden satzungsgemäß im 2-Jahresrhythmus statt. (Siehe auch: Aktuelle Satzung der FT München-Gern e.V. | Freie Turnerschaft München Gern e.V.)

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
Indirekte Mitbestimmung durch Wahlen ist immer gegeben, alle Mitglieder sind auch automatisch Miteigentümer des Vereins.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Es herrscht Transparenz über alle relevanten Entscheidungen und Tätigkeiten, diese wird über intensive Kommunikation hergestellt. Dafür wird die Homepage, die vereinsinterne App, ein Newsletter und Social Medialkanäle (derzeit Instagram und Facebook) genutzt.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Jedes Mitglied ist anteilig zu gleichen Teilen am Verein beteiligt. Vereinsmitglieder können nur natürliche Personen sein.

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Die Struktur ist satzungsbedingt unveränderbar.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

Mitglieder (100%)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wir haben unsere Mitgliederinformationen verbessert: Newsletter, App, Social Media. Die Zahl der Mitglieder ist im Berichtszeitraum bei circa 720 gleich geblieben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ergänzend zu den jährlichen Mitgliedervollversammlungen, können wir weitere Informationsabende während des Jahres vor Ort anbieten.

B4.2 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Es sind weder feindliche Übernahmen erfolgt noch geplant.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Durch Erlangung der Stimmberichtigung bei der Mitgliederversammlung nach Wartezeit.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Es fanden keine Maßnahmen statt.

Verbesserungspotenziale

Wir könnten zur Sicherheit eine Wartezeit für das Stimmrecht in die Satzung schreiben.

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Präambel: Wir verstehen unter Mitarbeiter nicht nur den in Teilzeit angestellten Geschäftsstellenleiter und den Trainer auf Minijobbasis, sondern auch alle Trainer mit Aufwandsentschädigung (Übungsleiterpauschale) und die gewählten oder benannten ehrenamtlichen Funktionäre. Alle die machen unseren Verein aus und halten ihn am Laufen. Von daher ist unser Mitarbeiterbegriff etwas weiter gefasst als weithin üblich, aber analog zum Verständnis der GWÖ.

Wir haben als Verein keinen Erwerbsdruck, die Mitarbeit beruht auf reiner Freiwilligkeit. Jeder bringt sich in Umfang und Tätigkeit frei gewählt ein.

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Respekt, Fairness und Gemeinschaft stehen in unserem überarbeiteten Leitbild ganz oben. Respekt untereinander generell und im Besonderen vor Funktionären, Schiedsrichtern und Trainern.

Im Verein kann man sich in unterschiedlichsten Themenfeldern einbringen, je nach Können, Zeitbudget und persönlichen Interessen, jede Art von Mitarbeit ist erwünscht im Sinne: je mehr sich einbringen, desto besser. Es wird immer wieder aktiv zur Mitarbeit aufgerufen, einerseits generell und andererseits für bestimmte Aktionen, Fähigkeiten oder Aufgabenfelder.

Wir finanzieren die erstmalige Trainerlizenzierung und auch die Verlängerungen für unsere Trainer. Auch bilden wir Schiedsrichter aus.

Die ehrenamtliche Arbeit lebt von der Wertschätzung untereinander und vom Vorstand (die sind die einzigen, die wahrscheinlich jegliche geleistete Arbeit überhaupt wahrnehmen), von einem solidarischen, freundschaftlichen Miteinander und von den Feiern im Verein: von traditionellen Mai- und Weihnachtsfeiern, neuen Formaten wie Faschingsfeiern, Ladys Nights (die durch das Führen des Vereinsheims in Eigenbetrieb erst so möglich sind) bis zu spontanen Feiern von sportlichen Erfolgen. Das Vereinsgelände bietet viel Raum und Gelegenheit, in unterschiedlichen Zusammensetzungen den sozialen Aspekt des Vereins nicht zu kurz kommen zu lassen.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Wir leben eine offene Kommunikation ohne Hierarchien, haben jedoch ein Konzept der Kommunikation bei Problemen in einzelnen Gruppen erarbeitet. Die Gruppe soll möglichst das Problem untereinander ansprechen, ggf. mit Elternsprechern und Trainern reden, dann den Bereichsleiter und erst dann den Vorstand ansprechen. Grundsätzlich dürfen Fehler gemacht werden (das passiert einfach) und werden nicht "sanktioniert" oder als "Scheitern"

betrachtet. Jeder wird dazu ermuntert, Probleme offen anzusprechen, um so Lösungen im Austausch zu finden.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Die Trainer und ehrenamtlichen Funktionäre sind in der eigenverantwortlichen Ausübung ihrer Tätigkeit weitgehend frei innerhalb gesetzter Qualitätsstandards.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

Die Fluktuation der ehrenamtlichen Trainer ist im niedrigen Bereich, wobei es immer schwerer fällt, scheidende Trainer adäquat zu ersetzen. Geschätzt sind es jedes Jahr 20 % der Trainer, die aus unterschiedlichsten Gründen (Umzug, berufliche oder familiäre Belastungen, Vereinswechsel des Kindes) aufhören oder pausieren. Die Trainer arbeiten neben dem eigentlichen Beruf bei uns und absolvieren zwei Trainings und Spiele nebenberuflich. Das ist ein nicht zu unterschätzender zeitlicher Aufwand. Letztlich konkurrieren wir mit der beruflichen Tätigkeit der Trainer, aber auch mit nebenberuflichen Aktivitäten. Zudem haben wir uns im Jugendfußball 2024 einem neuen Wertekompass verschrieben, der besagt, dass wir den sportlichen Ehrgeiz nicht über alles stellen, sondern dass wir uns als Breitensportverein sehen, der Gemeinschaft, Spaß und Wertevermittlung voranstellt. Daraufhin haben uns einige Trainer und Spieler verlassen.

Die Fluktuation der Funktionäre ist gering. Viele sind sehr lange dabei, aber es hat in den letzten Jahren (2022-2024) einen altersbedingten Wechsel gegeben. Positiv zu sehen ist, dass wir nachfolgende Generationen gewinnen konnten, das Vereinsleben aktiv mitzugestalten und auch Positionen im Vorstand zu übernehmen.

durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit wurde noch nie erhoben.

Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

Wir erhalten Initiativbewerbungen von Trainern, jedoch ist die Anzahl gering und nicht erfasst, vereinzelt stellen auch Eltern ihre Fähigkeiten für die Vereinsorganisation von sich aus zur Verfügung.

Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Fand bis jetzt nicht statt.

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitenden bzw. nach Führungsebene

Bei Trainern gibt es Pflichtschulungen (3 täglich alle 3 Jahre) zum Erhalt der Lizenzen, freiwillige Schulungen z.B. in Kooperation mit dem FC Bayern München im Kleinfeldbereich oder über den BLSV und dem BFV. Bei den Funktionären kann sich jeder in seinem Feld umsehen. Es gibt angebotene Schulungen von Verbänden, von öffentlichen wie privaten Initiativen z.B. des Haus des Stiftens.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Seit Sommer 2023 wird auf Elternabenden und in der Trainerausbildung das neue Leitbild direkt, und speziell der respektvolle Umgang untereinander, angesprochen.

Im Sommer 24 haben wir einen Wertekompass im Kinder- und Jugendfußball erstellt und kommuniziert. Der Wertekompass steht für einen respektvollen Umgang untereinander gegen überambitionierte Ziele von Trainern, Spielern wie Eltern. <https://ftgern.de/werte-leitbild/>

Verbesserungspotenziale/Ziele

2025 bieten wir Konfliktschulungen bei gesellschaftlichen Problemstellungen an. Auch im Rahmen von Rollenspielen, z.B. Umgang mit (Cyber-)Mobbing in der Gruppe. Wir planen spätestens 2026 regelmäßige Erste-Hilfe-Schulungen für alle anzubieten. Wie auch weitere Angebote zum Thema Kinder- und Jugendschutz.

Wir führen 2025 rhythmisierte Mitarbeitergespräche ein. Durch die Besetzung der Geschäftsstelle und eine dritte Jugendleitung erscheint es uns zeitlich machbar, diese wichtigen Gespräche im ersten Schritt mit allen Trainern einzuführen.

Grundsätzlich suchen wir bereits seit längerer Zeit nach einem richtig funktionierenden Kommunikationstool innerhalb des Vereins. 2025 wird ein Mitgliederverwaltungssoftware eingeführt, über die man auch intern kommunizieren kann. Bisher läuft viel der internen Kommunikation der Mannschaften über WhatsApp, die der Funktionäre über WhatsApp und Teams. Wir kommunizieren auch über Instagram, facebook, die FT Gern App, E-Mail-Newsletter und die Homepage der FT Gern.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Es gibt keine Erfassung von Unfällen oder Gesundheitsrisiken. Wir statten die Trainer mit hochwertiger Kleidung gegen Witterungseinflüsse (Regen, Kälte, Schnee) aus. Unser moderner Kunstrasenplatz bietet einen optimalen und risikoarmen Untergrund, der seit der Umstellung auf LED-Flutlicht auch noch sehr gut ausgeleuchtet wird.

Es gibt eine Sicherheitseinweisung für Funktionäre und Trainer im Vereinsheim: Wo sind Notausgänge, Sicherungskasten und Feuerlöscher etc.

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Es entstehen körperliche Belastung durch das Training sowie psychische Belastungen durch überzogene Erwartungen von Eltern. Eine Atmosphäre der offenen Kommunikation ermöglicht es eine Überlastung frühzeitig zu erkennen, um zu unterstützen oder Alternativen aufzubauen.

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen:

Die Krankenquote wird nicht erfasst, das Angestelltenverhältnis besteht noch nicht lang genug, um Aussagen treffen zu können

Das Training wird in der Regel von zwei Trainern geleitet. Wenn einer krank ist, managt es ausnahmsweise einer allein oder das Training entfällt. Ehrenamtliche Funktionäre sagen Bescheid und fehlen dann einfach für die Zeit der Krankheit, ebenso der angestellte Geschäftsstellenleiter. Die Geschäftsstelle wird dann von anderen Ehrenamtlichen Funktionären geöffnet.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Es sind keine Betriebsunfälle bekannt.

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Hier werden keine Daten erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Im Berichtszeitraum wurden keine Veränderungen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen die Sicherheitseinweisung im Vereinsheim regelmäßig durchführen und dokumentieren und zusätzlich eine Sicherheitseinweisung für das Verhalten bei großer Hitze anbieten.

Es sollten Arbeiten mit einer Leiter nie allein vorgenommen werden und dies so kommuniziert werden. Zudem müssen die Erste-Hilfe Kästen erneuert werden.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Jeder ist willkommen, der von der Sache begeistert ist, Einsatz zeigt, etwas lernen will oder Wissen mitbringt, sich weiterentwickeln will und Herausforderungen annimmt. Da die Mitarbeit auf Freiwilligkeit beruht und wir immer auf der Suche nach Mitarbeitenden sind, ist Chancengleichheit bei uns kein Thema. Kinder- und Jugendtrainer müssen sich unserem Wertekompass verpflichten und fachlich qualitativ passen. Wir haben eine strukturierte Überprüfung und Auffrischung der Selbstverpflichtung der Trainer (Ehrencodex) und des erweiterten Führungszeugnisses etabliert. Ein Diskriminierungsausschluss ist in der Satzung verankert.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

Bisher ist keine Benachteiligung aufgefallen oder geäußert worden.

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Nachdem keine Hierarchie gelebt wird, gibt es auch keine entsprechenden strukturellen Nachteile. Besondere Trainertalente werden gefördert und zu Fortbildungen motiviert.

Erfolgreiche Trainer erhalten Wertschätzung vom Team und den Funktionären im Verein. Wir sind immer auf der Suche nach Trainern und Funktionären, so dass wir auch Augen und Ohren für Talente und einsatzbereite Menschen im Verein haben. Die Rekrutierung der ehrenamtlichen Funktionäre konnte bisher immer aus der eigenen Mitgliedschaft erfolgen, auch weil wir Talente frühzeitig erkennen und langsam an neue Aufgaben heranzuführen.

Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z. B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Wir haben Frauen wie Männer als Mitarbeiter, Jüngere und Ältere und viele Nationalitäten. Kriterien wie Nationalität, sexuelle Orientierung oder Religion sind für uns unerheblich.

Vereinsvorstand: 5 Mitglieder: 4 Männer, eine Frau; 30 – 70 Jahre

And. Ehrenamtliche: 23 Mitglieder: 16 Männer, 7 Frauen; 30-70 Jahre

Trainer: 50 Mitglieder; 6 Frauen, 44 Männer; 20 – 70 Jahre

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Es existieren Bewegungsangebote im Sportverein, darüber hinaus keine gesonderten Gesundheitskurse.

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

Wir bilden das großstädtische diverse Umfeld schon ganz gut ab, mit unterschiedlichen Nationalitäten, Generationen und sozialen Schichten.

Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten

Die Abwesenheiten werden innerhalb der Teams ermöglicht, es erfolgt bisher keine Erfassung.

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

Es erfolgt bisher keine Erfassung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Die Verjüngung des Vorstandes 2024 repräsentiert die nachfolgenden Generationen besser.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir planen für die nächsten Wahlen im März/April 2026 eine weitergehende Verjüngung und Diversität im Vorstandsteam.

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Bei den ehrenamtlichen Funktionären und Trainern arbeitet jeder in Umfang und Tätigkeit freiwillig mit. Die Ansprache aller Beteiligten ist hierarchielos möglich.

Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?

Es gibt keine Rückmeldungen.

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Eine offene und hierarchielose Kommunikation lässt Probleme schnell sichtbar werden. Es gibt vereinzelt zwischenmenschliche Probleme, aber keine strukturellen Ungerechtigkeiten. Nicht, dass sie uns bewusst wären oder geäußert wurden.

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

nicht vorhanden

Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Keine

Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

nicht vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Im Berichtszeitraum wurden keine Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale

Wir planen die Einführung einer anonymen Vertrauensstelle im Verein. Der Bereich Mobbing/Medienkompetenz/sexualisierte Gewalt, und wie gehe ich damit um, beschäftigt uns.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Präambel: Dieses Kapitel wird nur für den festangestellten Mitarbeiter und den Minijobber beantwortet. Die Aussagekraft bei nur zwei Anstellungen, beide nicht in Vollzeit, ist begrenzt. Die Ehrenamtlichen bekommen nur zum Teil eine Aufwandsentschädigung (circa 40 Trainer erhalten eine monatliche Übungsleiterpauschale während des Trainingsbetriebs).

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Die Abgeltung erfolgt über ein monatliches Festgehalt. Der Mitarbeiter misst seine Arbeitszeit selbstständig digital. Gespräche über Aufgaben und Gehalt finden jährlich statt. Der geringfügige Vertrag des Trainers der 2. Herrenmannschaft wird inhaltlich jährlich besprochen und im beiderseitigen Einvernehmen verlängert oder beendet.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?

Lohn ist weit über dem Mindestlohn. Für den Angestellten in Teilzeit ist die Umwandlung von vorher hauptsächlich ehrenamtlichen Aufgaben in bezahlte Teilzeit ein erheblicher Beitrag, das große Engagement auch zur Deckung der Lebenshaltungskosten heranziehen zu können. Zudem ist es dem Angestellten möglich, neben der Teilzeitbeschäftigung weitere Einkünfte zu erzielen.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Vergütung ist vereinsintern festgelegt worden und gibt den Rahmen vor. Stellt sich heraus, dass Gehälter nicht (mehr) passen, kann das aktiv angesprochen und Gehälter entsprechend angepasst werden.

Verifizierungsindikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

30 EUR Netto und 22 EUR Netto

Medianverdienst

26 EUR Netto

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

Es gibt nur einen Standort, der Verdienst wird zur Zeit von beiden Mitarbeitern als lebenswürdig empfunden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Eine Teilzeitstelle (50%) wurde im Herbst 2024 neu geschaffen. Ziel ist die Entlastung der Ehrenamtlichen und die Entwicklung einer Vereinsstrategie. Da der langjährige ehrenamtliche Vorstandsvorsitzende nun darüber hinaus Leiter der Geschäftsstelle ist, und das Beschäftigungsverhältnis im Vereinsausschuss besprochen und bestätigt wurde, sind die

Konditionen sehr transparent. Es ist fair für beide Seiten, Verein wie Angestellten, verhandelt worden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Es kann in Zukunft ein E-Bike Leasing für Angestellte angeboten werden.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Arbeitszeiten werden manuell in einer Liste erfasst. Arbeitsbereiche sind durch den Vereinsausschuss festgelegt, innerhalb der Arbeitsbereiche arbeitet jeder selbstverantwortlich.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden entstehen bei besonderen Aktivitäten im Verein. Allerdings besteht die Möglichkeit es selbständig mit Arbeitszeit auszugleichen, wenn es der Arbeitsanfall zulässt. Schwierig ist die Unterscheidung zwischen geleisteten Überstunden einerseits und der ehrenamtlichen Betätigung andererseits.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Für den Festangestellten ist die gesellschaftliche Teilhabe bereits sehr hoch, weil die Arbeitszeit flexibel gehandhabt wird. Der Austausch mit Kooperationspartnern und Stake Holdern kann flexibel während der Arbeitszeit gepflegt werden.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Arbeitszeit wird selbst bestimmt, ohne dass jemanden im Einzelnen Rechenschaft abgelegt wird.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)

Die Arbeit erfolgt auf Stundenbasis, dies bedeutet beim Festangestellten in Teilzeit 20 Stunden, bei freier Einteilung.

Tatsächlich geleistete Überstunden

Da daneben noch ehrenamtliche Funktionen wahrgenommen werden, ist es in der Verantwortung des Arbeitnehmers Zeiten als Überstunden zu deklarieren. Dabei ist nicht immer einfach zu unterscheiden, was sind Überstunden, was ehrenamtliche Stunden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Der erste Vorstand hat in Teilzeit den Job der Geschäftsstellenleitung übernommen, um seine ehrenamtliche Arbeit, sowie vieler anderer ehrenamtlich im Verein Tätigen einzugrenzen. Dadurch soll strukturell und thematisch im Verein viel verändert werden. Auch wenn weiterhin viele Stunden im Ehrenamt geleistet werden, ist der Status quo des Angestelltenverhältnisses für die Geschäftsstelle allerdings eine große Verbesserung zur vorherigen Situation.

Um die geleisteten Stunden weiter zu begrenzen, ist auch die Anzahl der Vorstandsmitglieder von drei auf fünf erhöht worden und die Anzahl der Jugendleiter von zwei auf drei. Die Trainer sollen ab 2025 noch intensiver organisatorisch von den Eltern unterstützt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Bessere Einbindung der Eltern-Mitarbeit bei der allgemeinen Organisation, bei Feiern und in der internen Kommunikation, um die Geschäftsstellenleitung und die ehrenamtlichen Funktionäre zu entlasten. Einführung von Elternsprechern für jedes Team.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Es wird eine tägliche Kernzeit angestrebt. Wichtige persönliche und dienstliche Termine können aber wahrgenommen werden. Insgesamt ist die Zeiteinteilung sehr frei, vor allem in den Wochen, in denen kein Spielbetrieb ist. Dann zeitweise kann auch im Homeoffice gearbeitet werden. Die "Kernzeit" richtet sich danach, wann die meisten Ehrenamtlichen Zeit haben, also während des Spielbetriebs in den Nachmittag, abends und am Wochenende, da strategische, grundlegende Gespräche nur persönlich sinnvoll zu führen sind. Das geht nur mit Begeisterung fürs Thema. Wie sich das Thema "gesetzlicher Anspruch auf Ganztagsbetreuung" ab 2026 in Schulen auf die Vereinsarbeit auswirken wird ist noch völlig offen.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Aktuell beträgt die monatliche Arbeitszeit im Durchschnitt 85 Stunden, das ist circa eine Arbeitszeit von täglich 4 Stunden. Es kann auch mehr gearbeitet werden. Daneben bleibt Zeit einer anderen Erwerbsarbeit nachzugehen und Freizeit zu haben. Da beim Angestellten Hobby und Beruf zusammenfällt, ist die empfundene Mehrarbeit und die ehrenamtliche Arbeit nicht als Belastung gesehen. Darin liegt auch ein Risiko, das dadurch eingegrenzt wird, dass sich viele der Ehrenamtlichen lange, gut kennen, ein offener Austausch vorhanden ist und auch aufeinander aufgepasst wird.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Es besteht eine Teilzeit mit flexiblen Arbeitszeiten und einer Kernzeit und ein Minijob, in den Arbeitszeiten der trainierten Mannschaft.

Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Job-sharing)

Ein Geschäftsstellenleiter in Teilzeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Eine Teilzeitstelle wurde geschaffen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Das Teilzeit-Arbeitsverhältnis ist noch neu und Bedarf einer halbjährlichen beidseitigen Überprüfung und ggf. einer Anpassung.

C2.4 Negativaspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Aktuell sind die Verdienste lebenswürdig für beide Angestellten.

Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Dies ist für beide Angestellte nicht relevant.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?

Es gibt keine solchen Arbeitsverhältnisse.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Es gibt keine Zeitarbeitenden.

Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Nach + - 12 Monaten lässt sich gut erkennen, wie hoch die intrinsische Motivation des Mitarbeiters und der Organisation ist das Arbeitsverhältnis fortzusetzen. Das jetzige Arbeitsverhältnis ist unbefristet. Der Minijob wird jährlich erneuert, was in der Branche so üblich ist.

Verifizierungsindikatoren

- Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst": ja
- Gewinn erzielt der Verein: keinen
- Mitarbeitendenanzahl: 2
- Höchst- und Mindestverdienst: 30 EUR/Std. Netto und 22 EUR/Std. Netto
- Anzahl der Pauschalverträge: 0
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge: 0
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden: keine
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden): 2
- Anzahl der Zeitarbeitenden: 0
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen: Minijob auf ein Jahr
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen: ein Minijob
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen: jährlich in beidseitigem Einvernehmen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Es wurde ein sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplatz eingeführt, um die ehrenamtliche Arbeitszeit qualitativ und quantitativ zu verbessern. Zudem soll damit ermöglicht werden, eine grundlegende Vereinsstrategie zu erarbeiten.

Verbesserungspotenziale

Im Moment müssen die geschaffenen Veränderungen evaluiert werden bevor neue geplant werden.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus? Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

2023 war das Vereinsheim eine bewirtschaftete extern verpachtete Gaststätte. Wir waren mit dem überwiegenden fleischhaltigen und nicht biologischen Essen sowie dem Service nicht zufrieden. Das Vereinsheim ist dann Beginn 2024 in die Eigenverantwortung des Vereins übergegangen. Die dann leere Küche im Vereinsheim wurde mit einer Kochgelegenheit, einem Gefrierschrank und einer Mikrowelle ausgestattet. Damit ist es dem Mitarbeiter möglich, eine frische, selbstgekochte Mahlzeit zu kochen bzw. mitgebrachtes Essen zu erwärmen.

Es sind verschiedene Konzepte des Catering für Mitarbeiter und Kunden angedacht und zum Teil, wie ein Bio-Currywurst Food Truck, ausprobiert worden. Die Suche nach einer nahrhaften, flexiblen Verpflegung, die in dem rechtlichen Rahmen (keine professionelle Gastro) möglich ist, geht weiter.

Verifizierungsindikator

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft 2023 < 5%, 2024 ohne feste Verpflegung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Im Jahr 2024 wurde die Möglichkeit der Selbstverpflegung eingerichtet.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Vorhalten von Bio-Tiefkühlkost. Weitere Suche nach einer gesunden, flexiblen Verpflegung im Vereinsheim.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Genutzt werden öffentliche Verkehrsmittel (Tram/U-Bahn/Bus), Auto und Fahrrad.

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Öfter ÖPNV oder das Fahrrad zu nutzen.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Das vereinsinterne E-Lastenrad kann für den Arbeitsweg, Außentermine oder auch vor Ort für Besorgungen genutzt werden.

Verifizierungsindikator

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß:

Beim Angestellten: Sommer 80% Rad und ÖPNV, 20% Auto – Winter 60% Auto und 40% ÖPNV.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

2024: Ein Vereinsmitglied hat in Eigenregie ein Lastenfahrrad angeschafft und stellt es allen Mitgliedern zur Verfügung. Es steht fest auf dem Vereinsgelände und ist über die Geschäftsstelle zu leihen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

In Planung für 2025/2026 ist eine Mitglieder-Infokampagne zum Thema Mobilität und zu den vereinsrelevanten SDGs. Den Auftakt dazu soll die Präsentation dieses GWÖ-Berichts sein. Weitergehend ist ein Shared Space als "Ausleihstation" für Mitglieder geplant.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Ökologische Aspekte sind uns wichtig. Wir haben ein grünes Gelände und kümmern uns selbst, mit einer Fachkraft aus dem Gartenbau, auch um den Strauchschnitt. Die Bäume werden durch das Gartenbauamt der LH München gepflegt. Der Rasen braucht auch seine Pflege, wir achten darauf, dass wir möglichst wassersparsam bewässern. Außen um die Sportplätze haben wir Sträucher und Bäume. Wir haben uns für eine Blühwiese auf dem Dach eines Neubaus beim NABU informiert und vor dem Vereinsheim ein Hochbeet errichtet. 2021 fanden Begehungen mit dem Verein Greencity e.V. und mit dem NABU statt, um die ökologische Gestaltung der Randflächen zu optimieren. Gerade bei Anschaffung von Geräten achten wir auf Langlebigkeit und gute Qualität.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Bisher nur bei der Auswahl des Platzwartes.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Die Trainer sollen Material und damit Ressourcen schonen, die LED-Flutlichtanlage hat einen Timer, der die Anlage ab 22.00 abschaltet und einen Trainings- und Spielbetriebsmodus. Im Trainingsmodus wird nur etwa die Hälfte der Energie verbraucht, die der Spielbetriebsmodus benötigt.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Wir versuchen die Anreise mit ÖPNV und Fahrrad zu unterstützen und zu propagieren. Dafür haben wir wiederholt mehr Fahrradstellplätze geschaffen. Werden dies auch wieder machen müssen, v.a. in Hinblick auf wesentlich mehr Lastenräder. Der Gedanke ist, dass Gewohnheiten aufgebrochen werden müssen, wenn man mit dem Fahrrad zum Sportverein fährt, dann im besten Fall auch die Wege davor/danach!

Auch versuchen wir für das Sparen von Strom und Wasser zu sensibilisieren, auf die Verwendung von Mehrweg zu achten und Müll zu vermeiden, bzw. Entsprechend der Vorgaben zu trennen.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in % 10%

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in % 50%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

2023: Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes durch die Uni Bayreuth und Teilnahme am Stadtradeln.

2024: Implementierung der Funktion einer Nachhaltigkeitsbeauftragten, Teilnahme am Stadtradeln, Anschaffung eines E-Lastenrades für den Verein.

Verbesserungspotenziale/Ziele

In den nächsten Jahren eine bessere Vernetzung von Ideen und Info-Veranstaltungen mit allen im Verein Beteiligten (Mitarbeiter wie Mitgliedern) und lokalen Institutionen /Kooperationspartnern zu erreichen. Ziel ist lokal gemeinsame nachhaltige Aktionen zu stemmen (Bsp. Wir legen Blühstreifen/Hochbeete an und binden Ganztagskinder aus dem Hort neben dem Platz für die Betreuung ein.) 2025: Im Rahmen des Stadtradelns ein gemeinsamer Fahrradausflug zu den Vereinsgeländen in Dachau durchzuführen. Im Hochbeet einen Kräutergarten für alle anzulegen.

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

Welche der untenstehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Einige Vereinsmitglieder bestellen sich seit dem Ende der Bewirtschaftung Pizza ins Vereinsheim. Dadurch entsteht viel Verpackungsmüll.

Einige Trainer kaufen Wasser in Einwegflaschen für Auswärtsspiele, da sie leichter zu transportieren sind. Durch a) das Lastenrad und b) neue Behälter werden wir versuchen dies wieder zu unterbinden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

2024: Anschaffung einer Schnell-Spülmaschine und Teller/Besteck fürs Vereinsheim, damit kein Einweggeschirr verwendet wird.

Verbesserungspotenziale

Ein Snackautomat wurde aufgebaut, der in Zukunft mit mehr Bio-Snack befüllt werden soll. Mitglieder motivieren hauptsächlich Mehrweg-Trinkflaschen zu verwenden. Mehrwegbehälter für Essenslieferungen anschaffen und die Menschen vor Ort von der Nutzung überzeugen.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle Vereinsdaten, also Mitgliedsdaten und Finanzdaten können bei Interesse abgefragt werden.

Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen?

Durch informelle Ansprache eines von fünf Vorständen oder der Geschäftsstelle. Wir haben im Verein keine typische Arbeitgeber–Angestellten Situation, bei der man sich manches vielleicht nicht fragen traut.

Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Ein Problem ist eher die fehlende Aktualität und Reaktionsgeschwindigkeit aufgrund der ehrenamtlichen Erstellung.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Den Mitgliedern stehen alle Daten bei Interesse zur Verfügung.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Einmal im Jahr wird bei der Mitgliederversammlung die Einnahmen- und Überschussrechnung detailliert vorgestellt.

Verifizierungsindikator

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %). 90%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Alle interessanten Daten sind über die Geschäftsstelle im Gespräch erfragbar, die Geschäftsstelle ist seit 2024 besser erreichbar.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Es gibt ein Projekt für ein neues, technisch aktuelles, Mitgliederverwaltungssystem. Die Umsetzung ist für Q2/2025 geplant.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Die Vereinsfunktionäre werden durch das höchste Vereinsorgan, die Mitgliederversammlung gewählt. Jedes volljährige Vereinsmitglied kann sich für jede satzungsgemäß zu besetzende Funktion zur Wahl stellen.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Grundsätzlich kann jeder Funktionär und auch jeder Übungsleiter in seinem Funktionsbereich frei agieren. Über darüberhinausgehende Mitarbeit aller (Funktionär und Mitglied) bei Projekten oder Feiern freuen wir uns immer.

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Feedback erhalten die Funktionäre in den im 2-Monatsrhythmus stattfindenden Vereinsausschusssitzungen (Vorstand und gewählte Funktionsträger) und laufend von Mitgliedern. Die Übungsleiter erhalten laufend Feedback durch die Sportler und auch durch die zuständige Abteilungsleitung. Aus den Erkenntnissen entwickelte sich eine Kommunikationskultur und auch der Wertekompass entstand in der Folge als Konsequenz. Die Meinung der Mitglieder wird immer gerne gehört und wo möglich berücksichtigt.

Verifizierungsindikator

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden.

100% Wenn der Vorstand und die gewählten Führungskräfte die Belange der Mitglieder nicht hören und umsetzen würden, würden sie beim nächsten Mal abgewählt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Interne Diskussion über die Verbesserung der Kommunikation zwischen den Mitgliedern und auch an die Mitglieder, danach Entwicklung einer vereinsinternen App und Aufbau eines E-Mail-Newsletters.

Verbesserungspotenziale/Ziele

2025 wird geprüft, ob das neue Mitgliederverwaltungssystem die direkte interne Kommunikation abdecken könnte.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Im Grunde bei allen relevanten Entscheidungen.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Die Partizipation ist grundlegender Bestandteil des Konstrukts Verein und daher unabdingbarer Bestandteil. Wichtige Entscheidungen werden im Vereinsausschuss diskutiert und von allen Mitgliedern des Vereinsausschusses abgestimmt und mehrheitlich beschlossen oder abgelehnt. Im Rahmen der jährlichen Mitgliederversammlung kann jedes Mitglied zu jedem Thema die eigene Meinung formulieren und auch selbst Anträge einbringen. Zudem werden bei wichtigen Themen Stimmungsbilder bei allen Mitarbeitern oder allen Mitgliedern eingeholt.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Mit Unterstützung der Agentur "klubtalent" wurden alle internen Aufgaben identifiziert und priorisiert. Für alle Aufgaben sollen "Leitlinien" entwickelt werden, die in ein Vereinshandbuch münden. Die priorisierten Aufgaben werden so verteilt, dass der Einzelne nicht überfordert wird. Für personell nicht abgedeckte Aufgaben werden aktiv neue ehrenamtliche Mitarbeiter gesucht.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %). 100%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Die Zusammenarbeit mit klubtalent (2023/24/25) hat interne Strukturen durchleuchtet und auf Schwachstellen aufmerksam gemacht.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Die Kommunikation an die Mitglieder muss noch besser gelingen. Vor allem das Vereinsverständnis, also der Möglichkeiten selbst an Entscheidungen und Richtungsfragen Einfluss zu nehmen, muss noch mehr ins Bewusstsein der Mitglieder gerückt werden. Es ist ein wichtiges Anliegen, dafür 2025 eine Elternvertretung und auch eine Jugendvertretung neu zu installieren.

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Nein, die juristische Person eingetragener Verein sieht keinen Betriebsrat vor. Nachdem das System basisdemokratisch organisiert ist, ist das auch nicht notwendig.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Ständiger offener interner Austausch über Problemstellungen.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Siehe Antwort zur ersten Frage, dies trifft auf uns nicht zu.

Verifizierungsindikator

Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?

Nicht vorhanden, siehe erste Berichtsfrage.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Der eingetragene Verein ist basisdemokratisch und benötigt keinen Betriebsrat. Es wurde keine Veränderung vollzogen.

Verbesserungspotenziale

Die zu schaffende Vertrauensstelle (siehe C1.4) kann bei allen möglichen Themen Ansprechpartner sein.

D Kund*innen & Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

Präambel: Die Kundenbeziehung besteht bei uns zu allen Mitgliedern, d.h. zu den Sporttreibenden selbst, bei Kindern und Jugendlichen (Endkunden) auch zu deren Erziehungsberechtigten (Auftraggeber), sowie auch zu vielen Kooperationspartnern (z.B. Bayerisches Rotes Kreuz, Oase Neuhausen, Ausbildungshotel St. Theresia, Hort St. Theresia, LegaKids).

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Im Normalfall gibt es aktive Bewerbungen für die jeweilige Sportabteilung. Die Funktionäre können über die Homepage direkt über die Vereins-E-Mail-Adresse angeschrieben werden. Im Bereich Kinderfußball werden die meisten Mitglieder in einem Alter von 4-5 Jahren aus der näheren Umgebung aufgenommen. Nur in Einzelfällen suchen wir aktiv nach Mitgliedern z.B., wenn eine Mannschaft noch einen Spieler/Torwart braucht, um im Spielbetrieb bleiben zu können. Meist geschieht dies durch Mund-zu-Mund Propaganda und über unsere Social-Media-Kanäle bei facebook und Instagram. Dies erreicht dann auch Sportler, die sich bereits für unseren Verein interessieren. Alle Mitglieder werden gleich betreut, zahlen innerhalb der Abteilung denselben Jahresbeitrag. Lediglich bei Kindern und Jugendlichen gibt es eine deutliche Absenkung des Beitrages in Abhängigkeit des Haushaltseinkommens bis hin zur "Gratismitgliedschaft". Ziel ist ein echtes Solidarsystem.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Die Kunden zahlen bei uns nicht einen Betrag für eine bestimmte Leistung, sondern einen Jahresbeitrag, mit dem der ganze Sportverein finanziert wird. Der Verein darf keinen Gewinn machen, wir müssen lediglich unsere Kosten decken, was jedoch auch Investitionen in Platz und Vereinsheim oder Personalkosten miteinschließt. Diese Investitionen müssen im Sinne der Vereinssatzung dem Vereinszweck dienen. Da verschiedene Abteilungen die Örtlichkeiten (v.a. Rasenflächen) unterschiedlich beanspruchen, gibt es unterschiedliche Mitgliedsbeiträge. Unsere Kunden haben ein Mitbestimmungsrecht, wenn zum Beispiel auf der Jahreshauptversammlung der Beitrag erhöht wird.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Mitgliederinformationen via App und Newsletter müssen erstmalig aktiv vom Mitglied angefordert werden (App herunterladen, Newsletter per E-Mail anfordern).

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Mitglieder wenden sich an ihren Übungsleiter, es wird versucht in der Gruppe eine Lösung zu finden, bevor Bereichsleiter oder Funktionäre eingebunden werden. Bei größeren Problemen

ist dies aber möglich. In Zukunft kann auch die Vertrauensstelle (siehe C1.4) hinzugezogen werden.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

Die Ausgaben für Eigenwerbung beschränken sich auf Schilder mit dem Vereinsnamen, Logo und Slogans oder den Hinweis auf den Vereinsmerchandise. Diese Schilder werden einmal für mehrere Jahre angeschafft.

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Es gibt keine Verkaufsmitarbeiter.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Nein. Im Gegenteil die Zahl der Kunden ist in einigen Sparten (Kinderfußball, Zeltlager) begrenzt und die Nachfrage übersteigt in diesen Abteilungen oft die Möglichkeit des Angebots.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Der Erstkontakt läuft entweder über die Homepage und dann per E-Mail oder Telefon oder gleich vor Ort im Vereinsheim. Um die Erreichbarkeit telefonisch und vor Ort zu verbessern, haben wir 2024 erst mit einem Minijob und inzwischen mit einer Teilzeitstelle personell aufgestockt. Dafür wurde auch ein eigenes Mobiltelefon angeschafft. Die Homepage befindet sich in Überarbeitung siehe D1.2.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Einrichten einer Vertrauensstelle im Verein. Erstellen einer barrierefreien Homepage.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Die FT Gern Homepage ist seit einiger Zeit nicht mehr umfänglich von Mobilgeräten aus erreichbar. Da die Firma, die die Seite programmiert hat, dies nicht mehr anbietet, müssen wir die Seite erneuern.

Welche benachteiligten Kund*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Baulich ist es nicht möglich, körperlich eingeschränkten Personen im Vereinsheim entgegenzukommen. Die alte Bausubstanz lässt keinen wirtschaftlichen und ökologischen Umbau zu. Aktuell gibt es auch keine inklusiven Konzepte.

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?

Menschen, die wenig Bildung erfuhren oder nicht muttersprachlich deutsch aufwuchsen oder Menschen mit Lernschwierigkeiten, haben in einem Sportverein, der sich auf gemeinsame Aktivitäten konzentriert, keine hohe Hemmschwelle mitzumachen.

Mädchen- und Frauenmannschaften haben wir noch keine expliziten. Bisher können Mädchen bis zur U17 bei Jungenmannschaften mittrainieren, der Aufbau eigener Mädchenteams ist ab 2025 fest in Planung.

Die Kooperation mit dem FC Bayern in der Altersklasse bis einschließlich 12 Jahre führt dazu, dass Talente zeitig in den Fokus geraten und gefördert werden, ohne dass sie den Verein und ihre gewohnte Umgebung verlassen müssen wie das bisher und bei anderen Vereinen der Fall ist. Unser neues Konzept sieht vor, dass Talente ein Zusatztraining beim FC Bayern erhalten, ansonsten im Verein bleiben und erst ab U13 wechseln.

Sozial schwache Mitglieder: Haushalte mit einem zu versteuernden Bruttojahres-Einkommen bis zu 45.000€ erhalten 50% Nachlass auf den Jahresbeitrag. Eine Reduzierung um 50% vom Vereinsbeitrag besteht für das zweite und alle weiteren Kinder und Jugendlichen aus einem Haushalt bis 17 Jahren. Für Kinder und Jugendliche, die Leistungen nach SGBII, SGBXII oder dem Asylbewerberleistungsgesetz erhalten, oder deren Eltern Wohngeld oder Kinderzuschlag erhalten ist der Beitrag nochmals reduziert und dieser Beitrag kann durch das Jobcenter im Rahmen von Leistungen zur Teilhabe erstattet werden. Der Link zum Antrag ist auf der Homepage. (<https://ftgern.de/files/neu-mitglieder-information-01.2025.pdf>)

Ein Trainer der ersten Herrenmannschaft trainiert auch mit Menschen mit körperlichen Einschränkungen, es fanden schon inklusive Trainings mit der Herrenmannschaft statt, es wird aber auch eine Erweiterung des Vereinsangebotes auf ein Team mit körperlich eingeschränkten Menschen angedacht.

Ältere Herren spielen bei uns inzwischen auch über 60 Jahre noch aktiv in der Senioren E, danach können Mitglieder in eine passive Mitgliedschaft wechseln und immer noch am Vereinsleben teilnehmen.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Trifft für unseren Verein nicht zu.

Verifizierungsindikator

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.

Es wird bisher keine Zahl erhoben, geschätzt aber maximal 10%.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wir arbeiten seit Sommer 2024 an einer neuen Homepage, da die alte Seite technische Probleme hat. Dabei versuchen wir gleichzeitig auf Barrierefreiheit hinsichtlich einfach lesbarer Schrift, Symbolen, einfacher Gliederung und gut lesbaren Texten zu achten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

2025: Live-Schaltung der neuen barrierefreien Homepage. Die Erreichbarkeit der Homepage über Mobiltelefone wird 2025 wieder verbessert. Aufbau einer Mädchen-Fußball-Abteilung für die Saison 25/26, erste Gespräche mit zukünftigen Übungsleitern wurden schon 2024 geführt. Einführung inklusiver Mannschaften.

D1.3 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Die FT München-Gern e.V. kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt wurden.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Wir informieren auch über unsere Wertvorstellungen, was aber im Gegenteil klar unsere Positionen darstellen soll, damit Menschen mit gegenteiligen Wertvorstellungen schon gar nicht erst zum Verein kommen.

Verifizierungsindikator

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen. 0%.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Im Jugendbereich Festschreibung des Gerner Wertekompass (siehe C 1.1).

Verbesserungspotenziale

Weiter noch klarer und deutlicher unsere Wertvorstellungen kommunizieren.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Präambel: Die Nachfrage nach Sportmöglichkeiten im großstädtischen Umfeld übertrifft in der Regel das Angebot, das räumlich stark begrenzt ist. Absprachen und Kooperation sind also die Regel.

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Es bestehen bereits lokale Gesprächsrunden mit Nachbar-Fußballvereinen, um den Amateurfußball insgesamt zu stärken und mit benachbarten sozialen Projekten wie dem Kreisjugendring (Oase Neuhausen), Hort, Kindergarten, Grundschule und Kolping-Werk, um ein gutes Angebot für Kinder und Jugendliche in den Sozialräumen zu schaffen.

Auch zahlreiche Kooperationen im Fußballbereich mit der Münchner Fußballschule, Mädchen an den Ball, B 42 (Fitness-App für Fußballer) und dem FC Bayern Campus sollen die sportlichen Möglichkeiten im Fußball optimieren.

Daneben pflegen wir gesellschaftliche Kooperationen mit LegaKids, dem Bayrischen Roten Kreuz, der Geschichtswerkstatt Neuhausen, und dem Verein für Stadtteilkultur Neuhausen-Nymphenburg e.V um gemeinsame Aktionen durchzuführen, die für alle einen Mehrwert bedeuten und Organisationen, die wir für sinnvoll erachten zu unterstützen. Mit der Stadt

München, dem Referat für Bildung und Sport sowie dem Bezirksausschuss 9 Neuhausen arbeiten wir regelmäßig zusammen.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
Ausgebaut wird in nächster Zukunft die Kooperation mit der Oase Neuhausen (Kreisjugendring) in Form gemeinsamer lokaler Aktivitäten. Ein weiteres Kooperationsziel ist eine engere Zusammenarbeit mit der Grundschule am Dom-Pedro-Platz mit dem Ziel das Recht auf Ganztagsbetreuung ab September 2026 lokal zu unterstützen. Daneben befinden wir uns in Gesprächen mit dem Verein Westend United e.V., der eine alternative Variante des Fußballvereins ohne Spielbetrieb erfolgreich lebt.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
Mit Nachbar-Fußballvereinen im Direktgespräch, bei den Fachverbänden BLSV und BFV (Bayr. Landes-Sportverband e.V. und Bayr. Fußballverband) sowie im Umfeld der IG Sport (Interessengemeinschaft Sport – Sport wichtig machen) werden Erfahrungen mit Mitbewerbern ausgetauscht und Problemlösungen entwickelt. Thematisiert werden dabei grundsätzliche Fragen der Organisation, aber auch spezielle Einzelthemen (z.B. Vereinswechsel von Kindern, neue Spielformen...).

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Über die Ausbildung von Schiedsrichtern und Trainern, sowie interne Vorgaben für Eltern, Trainer und Spieler nehmen wir großen Einfluss auf das menschliche Niveau am Platz.

Innovative, strategische Entscheidungen wie z.B. das Umstellen des Trainings- und Spielbetriebes der Kleinsten am Platz auf das System FUNino werden bei uns im Verein in der Regel frühzeitig vorab umgesetzt. Wir versuchen über die Kooperationspartner und Ausbildungspartner weiterhin das Know-How in den Verein zu holen und diese Erkenntnisse auch gegen klassische Widerstände umzusetzen.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

wird nicht erhoben, schätzungsweise um die 5%.

Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:

- **Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)**
Nachbarvereine, lokale Einrichtungen für Kinder und Jugendliche: <5%.
- **Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen**
Fußballorganisationen bzw. Verbände: <5%:
- **Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe**
Münchner Fußballschule, FC Bayern Campus <5%

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: 3/3)

- **Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:**
IG Sport (Lobby für Vereine), münchenistbunt (Demokratieförderung) 1/3
- **aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying):** direkter positiver Kontakt zum Verbandspräsidium, IG Sport 1/3
- **Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Verbandsmitarbeit BFV (AG Grundlagen) 1/3

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Beim BFV wird im Arbeitskreis Grundlagen mitgearbeitet, um den Erfahrungsaustausch mit anderen Vereinen zu gewährleisten und auf Entscheidungen Einfluss zu nehmen. Das sind normalerweise zwei Präsenztermine im Jahr.

Mit der Oase Neuhausen (Jugendtreff und Abenteuerspielplatz Neuhausen) sind wir eine Kooperation eingegangen, mit dem Ziel gemeinsame lokale Jugendaktivitäten durchzuführen.

Mit dem Beratungsunternehmen klubtalent haben wir einen Prozess zur Vereinsentwicklung gestartet, der eine Begleitung für ein Jahr vorsieht. Ziel ist ehrensamtsentlastende Strukturen im Verein zu schaffen.

Die Abstimmung mit der Münchner Fußballschule ist durch die personelle Situation noch enger möglich. Ziel der engen Kooperation ist die sportliche und persönliche Weiterentwicklung der Trainer. Und neu hinzugekommen ist eine Kooperation mit dem FC Bayern Campus, um vor allem die Trainerausbildung qualitativ zu verbessern und die Begabtenförderung junger Talente zu kanalisieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kooperationen müssen immer mit Leben gefüllt werden, denn erst im Zusammenarbeiten ergeben sich neue Chancen, für die wir weiter offen sein wollen. Natürlich bedarf es auch der Überprüfung aus Fragen des Zeitmanagements, der persönlichen Überforderung und um das Kerngeschäft nicht aus den Augen zu verlieren.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfrage

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Das findet vor allem im organisatorischen Bereich statt. Terminverlegungen, Spielortwechsel usw. Wünsche werden i.d.R. immer umgesetzt.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen ...

- **anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0
- **der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

- **anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0/Trifft nicht zu
- **der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0/Trifft nicht zu
- **(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)** 0/Trifft nicht zu

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ...

- **anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0
- **der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?** 0

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Wir gehen immer auf die Wünsche anderer Vereine ein.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Vorhandene Gesprächsgruppen mit Nachbarvereinen öffnen und gezielt erweitern.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

Konkurrenz um die "besten" Spieler entsteht trotz der vielen aktiven Spielern, der wir aber aktiv entgegentreten mit unserem Angebot (siehe C1.1). Unser Wertekompass, mit definierten Kadergrößen, schützt Trainer vor sich selbst und andere Vereine vor übermotivierten, abwerbenden Trainern.

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Dieses Ziel verfolgen wir nicht.

Verifizierungsindikatoren

- **Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?** nein
- **Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?** nein
- **Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?** nein
- **Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?** nein
- **Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die anderen Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. Sollen?** nein

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Die Verdeutlichung des "Gerner Weges" im Kinder- und Jugendfußball (siehe auch: liebe-gerner-familie.pdf). Und damit aktives Entgegenhalten zu praktizierten Abwerbungen von Spielern, da dies nicht unserem Verständnis von Ausbildung und Gemeinschaft entspricht.

Verbesserungspotenziale

Unseren "Gerner Wertekompass" noch mehr und immer wieder in den Verein zu tragen und andere Kooperationspartner von Ähnlichem zu überzeugen. Tu Gutes und Sprich darüber!

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Präambel: Im Sportverein sind die Dienstleistungen wenig materiell ausgerichtet. Es entstehen mit der Nutzung des Sportangebots durch die Kunden Auswirkungen auf die Umwelt, die in diesem Kapitel betrachtet werden (variable ökologische Auswirkungen). Die fixen ökologischen Auswirkungen, die im laufenden Betrieb von Sportstätten und Verwaltung/Geschäftsstelle entstehen, werden in Kapitel E3 berichtet.

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Unsere Trainingsbekleidung ist aus recyceltem Material hergestellt, Uhlsport ist dabei nach eigener Aussage Branchenvorreiter.

Die Trikots sind jedoch in der Entsorgung nicht einfach, da es gemischte Fasern aus Baumwolle und Kunstfasern enthält. Manche Trainingsjacken sind individualisiert mit den Namenskürzel, dann kann man sie nicht ohne weiteres weitergeben.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Wir haben noch keinen ökologischen Fußabdruck für unsere Produkte und Dienstleistungen, von den Nachbarvereinen ist uns dies auch nicht bekannt.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Bezogen auf die Hilfsmittel zur Durchführung unserer Dienstleistung achten wir beim Einkauf auf nachhaltige, qualitativ hochwertige Produkte mit langer Lebensdauer. Darüber hinaus versuchen wir einerseits durch Tausch bzw. das Weitergeben von Kleidung, und Zubehör bei der Kleiderbörse zweimal im Jahr im Verein und in der Zukunft auch mit der Neuhauser Oase (Jugendtreff und Abenteuerspielplatz Neuhausen) die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren. Andererseits versuchen wir Repair und Reuse vorzuleben und reparieren z.B. Tore/Netze so lange wie möglich. Aktuell sind wir mit unserem Ausrüster uhlsport im

Gespräch, um zukünftig ausschließlich nachhaltige Trikots zu beschaffen. uhlSport arbeitet aktuell an einer echten Kreislauflösung für Teamwear. Zusätzlich sind wir in Überlegungen zu einer eigenen Trikotlinie, um ein dauerhaftes Design zu haben.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Für die An- und Abreise zum Sportplatz rufen wir zur Nutzung von Fahrrad oder ÖPNV auf. Auch sind wir eine Kooperation mit CarlundCarla eingegangen, damit man vergünstigt 9-Sitzer Autos leihen kann, um gesammelt zu einem Spiel zu fahren.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Durch die Teilnahme am Stadtradeln 2024 versuchen wir die Mobilität mit dem Fahrrad in den Blick aller zu rücken, bei jährlicher Wiederholung ist da sicher Steigerungspotenzial.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ziel ist, auf ein fair produziertes Trikot umzusteigen, dass in der Herstellung weniger Ressourcen benötigt und auch nach der Nutzungszeit in den Stoffkreislauf zurückgeführt wird.

Sharen und damit weniger anschaffen: Auf dem Vereinsgelände soll ein Ort geschaffen werden, um Gegenstände, die man selten benötigt, mit allen zu teilen.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Die im gesamten Jugendbereich einheitlichen Trikots werden jahrelang verwendet und auch an nachrückende Teams weitergegeben, wenn sie zu klein werden. Es wird immer nur das angeschafft, was wirklich benötigt wird. Wir müssen auch mit unseren Finanzen haushalten.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Schon wegen der begrenzten Finanzen wird dies diskutiert und immer eine langlebige Version bevorzugt.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Gemeinsamer Einkauf von Trainingsausstattung und Hilfe bei der Auswahl von erprobten Materialien und Produkten. Außerdem werden die Herrenmannschaften beim Kauf von geeigneten Fußballschuhen finanziell unterstützt, auch um die Verletzungsgefahren auf dem Kunstrasenplatz zu minimieren, zudem kann man perfektes Schuhwerk dann auch länger nutzen.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Bei allen Sportabteilungen setzen wir auf FT Gern Branding der Sportausstattung, um schnelllebiges modische Sportbekleidung oder das aktuelle Bundesliga-Trikot des Verein X zu vermeiden.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Innerhalb des Vereins wird die maßvolle Nutzung und der sorgfältige und respektvolle Umgang mit der Ausstattung vermittelt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Viele Maßnahmen wie die Trikotweitergabe werden schon seit Jahren umgesetzt. Um dies zu gewährleisten, halten wir Trikotsätze vor, um auslaufende Trikotlinien länger verwenden zu können (bei Verlust oder Beschädigung einzelner Trikots). Neu im Berichtszeitraum ist, dass sich eine Ehrenamtliche auf die Bestellung und Abgabe von Merch und Ausstattung konzentriert und damit der Bereich besser organisiert ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Bewusstsein für Suffizienz auch neben dem Platz schaffen. Wie mit unserer geplanten Share-Ecke.

D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Nichts bekannt

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Die private An- und Abreise zum Sportplatz oder auch Auswärts-Sportsstätten stellt das größte Potential bei uns dar. Ab dem Jugendbereich wird zumindest für Auswärtsspiele möglichst eine Gruppenanreise organisiert. Zu erwähnen ist dabei wieder die Kooperation mit CarlundCarla und das vereinsinterne Lastenrad.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Anschaffung eines E-Lastenrades für die vereinsinterne Nutzung, um die Mitnahme von Bällen/Trikotkoffer/Trinkflaschen bei der Anreise mit dem Fahrrad zu ermöglichen.

Verbesserungspotenziale

Noch mehr, alle Mitglieder auf den Verzicht des motorisierten Individualverkehrs zu sensibilisieren und die Anreise mit dem Fahrrad/zu Fuß/dem ÖPNV zu bewerben und wo möglich zu erleichtern z.B. Stellplätze für Fahrräder oder eine Ladestation für E-Bikes.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Unsere Kunden sind unsere Mitglieder, da herrscht Mitbestimmung, Transparenz und auch Mitwirkung, die sehr erwünscht ist. Kommuniziert wird über interne Kanäle und öffentlich einsehbare Kanäle. Jährlich findet eine Mitgliedsversammlung statt, bei der Funktionäre gewählt und Themen eingebracht und abgestimmt werden.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Im Merch-Bereich werden immer wieder Kundenwünsche mit aufgenommen und bei der Umsetzung auf langlebige Produkte geachtet. Auch die Trainer- und Schiedsrichterausbildung bei uns auf dem Platz/im Vereinsheim, soll die Qualität des Produktes Fußballausbildung erhöhen.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Marktforschung wurde in den letzten Jahren für die Organisationsentwicklung und für die Gestaltung / den Slogan der Vereinspräsenz genutzt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind.

Es haben sich zwei Abteilungen aus Mitgliederinitiativen gegründet.

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.

Das E-Lastenfahrrad ist in Initiative und Durchführung eines Mitgliedes angeschafft worden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Mitgliedereinbeziehung bei der Organisationsentwicklung, Gestaltung und Slogan der Vereinspräsenz. Gründung von zwei neuen Abteilungen. Und die Anschaffung des E-Lastenfahrrad.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Nicht allen Mitgliedern ist die aktive Möglichkeit der konkreten Mitgestaltung so präsent, die nötige Offenheit ist immer wieder zu kommunizieren.

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Vor der Mitgliedschaft wird ein Vertrag mit allen notwendigen Inhalten zu Training und Werten im Verein unterzeichnet, inklusive eigenem Wertekatalog. Dabei handelt es sich um das Werteverständnis im Verein, das soziale Miteinander und die Regeln in Bezug auf das Verhalten auf und um den Platz.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Es wird noch kein CO₂-Fußabdruck des Vereins veröffentlicht.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Die Kunden zahlen bei uns nicht einen Betrag für eine bestimmte Leistung, sondern einen Jahresbeitrag, mit dem der ganze Sportverein finanziert wird. Die Beiträge ("Preise") der Sportabteilungen sind der Homepage und dem Mitgliedsantrag zu entnehmen. Die Bestandserhaltungskosten für das Vereinsheim, das Umfeld und weitere Flächen werden bisher nicht einzeln aufgeführt.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Wir haben keine Kenntnisse über die sozioökologischen Belastungen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).

Das Produkt ist eine Dienstleistung, 0%

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). 0%

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen.

Kann nicht beziffert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Die Werte des Vereins wurden in den Verträgen nochmal klarer formuliert, um auch Erwartungshaltungen auf beiden Seiten zu präzisieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Die Effizienz unserer Kommunikation, vor allem die Wahl der Kanäle zu den Mitgliedern beschäftigt uns fortwährend. Aktuell beschäftigt uns auch das Thema, wie wir mit der Vielzahl an Social-Media-Kanälen umgehen sollen. Den GWÖ-Bericht und einen CO₂-Fußabdruck wollen wir veröffentlichen.

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Ist uns nicht bekannt.

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Nein

Verifizierungsindikator

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes) 0%

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Entfällt

Verbesserungspotenziale

Entfällt

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden - sportliche Betätigung in der Gemeinschaft
2. Verstehen/Einfühlung - Teamsport als Basis für soziales Verhalten, Gemeinschaft
3. Teilnehmen/Geborgenheit - Teamsport, Gemeinschaft
4. Muße/Erholung - Freizeitgestaltung, Sport als körperlicher und geistiger Ausgleich
5. Identität/Sinn - Gemeinschaft, Sport

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Das Produkt bzw. die Dienstleistung der FT Gern ist Sport und Gemeinschaft und somit nicht als Luxusprodukt anzusehen, sondern stellt eine dringende Notwendigkeit dar.

Das einzige ressourcenverbrauchende Produkt, waren unserer Meinung nach, die Tombolas auf den Weihnachtsfeiern, die im Jahr 2022 abgeschafft wurden. Damit vermeiden wir die Abgabe überflüssiger Wegwerfartikel.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Mit unserem Angebot erfüllen wir das Bedürfnis nach Gemeinschaft und sportlicher Betätigung. Ein Breitensportverein bietet ein ganzheitliches "Produkt", das weit über den reinen sportlichen Nutzen hinausgeht. Es verbindet körperliche Aktivität mit sozialen, gesundheitlichen und gesellschaftlichen Mehrwerten.

Dabei fördern wir mit unseren Produkten auch die individuellen Sportkenntnisse und Fähigkeiten und somit langfristig durch das Bilden von Gewohnheiten, die individuelle Gesundheit und die Einbindung in ein Sozialsystem.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Der sozialen Spaltung im Regionalen wird durch ein menschliches Miteinander entgegengewirkt. Vereinssport liefert einen wichtigen Beitrag zur Integration sowohl von Menschen mit Beeinträchtigungen als auch Menschen mit Migrationshintergrund. Auch dort wirkt das Miteinander im Sport der sozialen Spaltung entgegen.

Die demokratische Teilhabe und Mitbestimmung stärkt das Demokratieverständnis der einzelnen Mitglieder.

Vereinssport ist Identitätsstiftend für die einzelnen Spieler, jeder ist ein Teil der solidarischen Gemeinschaft, die Haltung und Orientierung bietet. Dies schließt eine gute Erfahrung für starke wie schwache Persönlichkeiten mit ein.

Der Amateurfußball ist das größte Sozialprojekt in Deutschland. Er gibt vielen Menschen Halt, Gemeinschaft, Freude und Bewegung. Er führt Generationen und verschiedenste Milieus zusammen. Der Amateurfußball ist integrativ, volkswirtschaftlich wertvoll, demokratiefördernd.

Im Folgenden sind die für uns relevanten SDG's der UN genannt:

(formuliert vom Deutschen Olympischen Sportbund e.V. www.dosb.de/ueber-uns/internationales/sport-fuer-entwicklung/sport-und-die-ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung)

SDG 3: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.



Sport fördert und stärkt die physische und psychische Gesundheit und hilft, Stress und Belastungen zu bewältigen. Zudem reduziert Sport Risiken wie zum Beispiel Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Übergewicht, Diabetes oder verschiedene Arten von Krebs.

SDG4: Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern



Sport bietet Kindern und Jugendlichen einen Lern- und Erlebnisraum, in denen sie sich entwickeln und erproben können. Mitbestimmung und soziale Entwicklung können durch den Sport gestärkt werden. Vielfältige Kompetenzen wie zum Beispiel Verantwortungsbewusstsein, Entscheidungsfähigkeit, Empathie und Teamarbeit werden durch den Sport aktiv gefördert. Auch marginalisierte Gruppen finden hier Zugang, wodurch Sport zur formellen und informellen Bildung und zum lebens-

langen Lernen beiträgt und damit das Ziel unterstützt, inklusive, gerechte und hochwertige Bildung für alle zu gewährleisten.

SDG 16: Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern



Sport fördert durch allgemeingültige Regeln Toleranz und Respekt und ermöglicht Begegnungen über gesellschaftliche Grenzen hinweg. Gemeinsames Sporttreiben baut Vorurteile ab, integriert marginalisierte Gruppen in das gesellschaftliche Leben und stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl. Menschen lernen, Herausforderungen kooperativ zu lösen und Konflikte gewaltfrei auszutragen. Sportpädagogische Angebote tragen so zu pluralistischen und friedlichen Gesellschaften bei.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

erfüllte Bedürfnisse:

- Grundbedürfnisse (100 %)
- Statussymbole bzw. Luxus (0 %)

dient der Entwicklung ...

- der Menschen (100 %)
- der Erde/Biosphäre (0 %)

löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (100 %)

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100 %)

Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0 %)

Negativ-Nutzen (0 %)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Gemeinsames Training der Herrenmannschaften in der Vorbereitung mit anderen Abteilungen und Inklusionsgruppen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Das Miteinander kontinuierlich stärken. Das Prinzip share, als soziale und ökologische Art des Konsums etablieren. UN 17 Ziele der Nachhaltigkeit unter den Mitgliedern verbreiten durch eine Poster-Kampagne im Vereinsheim. Inklusionssportgruppen im Verein anbieten.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Wir bilden durch die Ausübung des Sports in Gemeinschaft soziale Fähigkeiten und gesellschaftlichen Nutzen, wie Wertevermittlung, Toleranz, soziale Kontakte, Inklusion und Förderung des Ehrenamtes mit entsprechenden Sozialkompetenzen (Teamgeist, Führungsstärke, Verantwortung tragen, Disziplin).

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Kooperationen mit der Geschichtswerkstatt Neuhausen und dem Verein für Stadtteilkultur Neuhausen ermöglichen eine sehr gute Vernetzung mit den Akteuren im Stadtbezirk. Mit gemeinsamen Aktivitäten und Veranstaltungen, wie beispielsweise des Wasservogelfests, verankern wir Gemeinschaft im Viertel.

Die Kooperation mit der Oase Neuhausen (Jugendtreff & Abenteuerspielplatz) in direkter Nachbarschaft eröffnet Optionen für gemeinsame Veranstaltungen (Flohmarkt, Weihnachtsmarkt), die letztlich der Gemeinschaft im Viertel dienen. Darüber hinaus denken wir aktuell über ein gemeinsames Angebot im Zusammenhang mit dem Recht auf Ganztagsbetreuung in der Grundschule ab 2026 nach.

Die Kooperation mit der Münchner Fußballschule (mfs) führt zu Mieteinnahmen, die für den gemeinnützigen Zweck eingesetzt werden. Daneben findet hier ein ständiger Know-How Transfer statt (z.B. Trainerschulung).

Daneben existieren noch weitere Kooperationen (Deutsches Rotes Kreuz, Lega Kids, B42), die eher situativ zu gemeinsamen Aktionen führen. Mit den direkten Nachbarvereinen im Bezirk stehen wir zu verschiedenen Themen im ständigen positiven Austausch. Dadurch erfährt die innere strukturelle Weiterentwicklung unserer Organisation permanente Impulse. Die Unterstützung von gesellschaftlichen Aktionen wie "München ist bunt!" trägt unser Selbstverständnis des integrativen Zusammenlebens in die Stadtgesellschaft.

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Wir schaffen einen Raum für einen gesellschaftlichen Diskurs, der in unseren Augen unerlässlich ist, aber immer weniger außerhalb der eigenen Blase stattfindet. Der vielfältige und auch nach außen gewandte Sportverein bietet einzigartige Möglichkeiten die gesamte Breite der Stadtgesellschaft zu erreichen. Gerade der 2024 entwickelte Wertekompass führt zu vielen Gesprächen und Diskussionen im Zusammenhang mit überhandnehmendem Druck auf Trainer und Kinder. Dies wollen wir in den Fokus rücken und permanent thematisieren, um nachhaltig positive gesellschaftliche Effekte zu erzielen.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

Die Wertevermittlung geschieht am Platz jede Woche systemisch. Der gesellschaftliche Zusammenhalt wird bei den Vereinsfesten gestärkt. Die gibt es zu bestimmten Anlässen Maifeier, Wasservogelfest, Sommerfeste, Weihnachtsfeiern. Im Durchschnitt finden jährlich etwa 15 größere Veranstaltungen im Verein statt. Gesellschaftliche Aktionen werden bei Bedarf und Anlässen unterstützt wie bspw. Wahlen, lokalpolitische Entscheidungen.

Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser*innen, Besucher*innen

Facebook-Follower ca. 1000 Personen, Instagram-Follower ca. 1000 Personen, Newsletter ca. 350 Abonnenten, App ca. 330 Nutzer, Sichtkontakt Landshuter Allee täglich 140.000 Autofahrer

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Die Kooperation mit der Neuhauser Oase wurde wesentlich vertieft. Die Wertevermittlung mit dem Wertekompass im Kinder-, Jugendfußball wurde intensiviert. Und über die Trainer- und Schiedsrichterausbildung gehen wir die Wertevermittlung systemisch an. Als Verein vermitteln wir auch eine gesellschaftliche Haltung gegen Ausgrenzung und Rassismus für Vielfalt und Gleichberechtigung.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Unsere Stärke der Vielfalt weiter stärken und der Gesellschaft als Stärke vermitteln. Konzeptionell diese Haltung stärker vermitteln.

Wir eruieren auch die Möglichkeiten einer Berufsausbildungs Kooperation mit Sponsoren, um jungen Menschen beim Start ins Berufsleben zu helfen.

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Beim Thema Licht haben wir auf insektenschonendes und energiesparendes LED-Flutlicht umgestellt. Die Option des noch sparsameren Trainingsbetriebs, ermöglicht zusätzlich die Lichtverschmutzung der Umgebung in Grenzen zu halten. Der Trainingsbetrieb benötigt weniger als die Hälfte an Energie im Vergleich zum Spielbetriebsflutlicht. Das Spielbetriebsflutlicht wird sehr selten benötigt (Freitagabend).

Der Sportbetrieb erzeugt auch zu sensiblen Tageszeiten (abends bis 22 Uhr und morgens ab 9 Uhr am Wochenende) Lärm. Zudem können sich Anwohner durch Veranstaltungen auf dem Vereinsgelände gestört fühlen.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

In einem dichtbesiedelten Raum wie in der Großstadt, ist es immer schwer die verschiedenen Bedürfnisse von Menschen in Einklang zu bringen. Wir versuchen so gut es geht Rücksicht zu nehmen und unser Umfeld über unsere Aktivitäten zu informieren. Alle sind herzlich willkommen bei uns Sport zu machen und am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. Nicht zu verheimlichen ist, dass wir bei dem einen oder anderen Nachbarn auf Unverständnis treffen und er sich von Licht und Lärm des Spielbetriebs oder der Veranstaltungen gestört fühlt. Das ist aber die Ausnahme.

Durch aktuell nicht vermeidbare Emissionen durch den Energiebedarf, der benötigt wird, um unsere Dienstleistung anbieten zu können, ist eine indirekte Auswirkung auf die Biosphäre nicht auszuschließen.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen 0%

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. Vertreiben 0%,
ist uns nichts bekannt

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Bei seltenen Lärmbeschwerden suchen wir aktiv den Ausgleich im Gespräch mit betroffenen Anwohnern. Nutzer unserer Gaststätte werden vertraglich zu einer Rücksichtnahme gegenüber der benachbarten Wohnbebauung verpflichtet (kein Lärm nach 23 Uhr außerhalb des Vereinsheims).

Verbesserungspotenziale

Wir bleiben im aktiven Gespräch mit Personen und Einrichtungen in unserem direkten Umfeld, um negative ökologische Effekte zu minimieren und um zwischen konkurrierenden Bedürfnissen der Akteure progressiv zu vermitteln.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Umsatzsteuer, Gewerbesteuer und Körperschaftssteuer

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Wir erhalten regelmäßige Unterstützung an alle gemeinnützigen Sportvereine von der Stadt München/Sportamt und vom BLSV und projektbezogene Zuschüsse vom Bezirksausschuss 9 und den beiden oben genannten.

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Steuern für eine Teilzeitstelle.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse: Summe aller Umsätze plus sonstige (betriebsfremde) Erträge

2023: 615.000€ (hier ist der Zuschuss von 220.000€ für die Erneuerung des Kunstrasens im Jahre 2021 enthalten)

2024: 396.000€

Abgaben:

- **effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Kapitalertragsteuer)**
2023: keine
2024: keine, Körperschaftssteuer fällt für 2024 an (ca. 5.000€), wird 2025 bezahlt
- **lohnabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen**
2023: 2.100€
2024: 5.600€
- **Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten – sofern diese vom Unternehmen direkt einbehalten werden)**
2023: keine
2024: 1.500€
- **Subventionen: Summe aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen**
2023: 305.000€ (hier ist der Zuschuss für den Kunstrasen enthalten)
2024: 76.000€

- **Wertschöpfung berechnet als: Nettoerlöse (Umsatz plus sonstige Erträge) zuzüglich Subventionen abzüglich Aufwendungen für Vorleistungen und Abschreibungen oder Summe der Löhne und Gehälter inkl. aller Abgaben, Zins- und sonstige Finanzaufwendungen sowie (Jahres)ergebnis**
2023: 271.000€ (inkl. Auszahlung eines zuvor gewährten Zuschusses)
2024: 27.000€

Netto-Abgabenquote (in %): Die Summe der Abgaben wird auf die Wertschöpfung bezogen.
Trifft in unserem Fall nicht zu.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Interne Finanzprüfung jährlich (Revision).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Der Verein ist grundsätzlich bereit über Steuern und Abgaben einen fairen Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten und dies wenn möglich auch auszubauen.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Präambel: Als ehrenamtlich geführter gemeinnütziger Verein erfüllen wir die Kernfunktion das Gemeinwesen freiwillig zu stärken. Aus dieser Perspektive erübrigen sich die Berichtsfragen. Der "Eigennutzen" ist immer das eigene gemeinnützige Sporttreiben und gesellschaftliche Leben zu stärken!

Der Geldwert für jährlich circa 15.600 Stunden ehrenamtlich erbrachter Stunden im Verein beträgt, bei einem Stundensatz von 15 € etwa 234.000 €.

Berichtsfragen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Alle der geleisteten Stunden und unsere Ressourcen fließen in den gesellschaftlichen Nutzen, ob in den eigenen Sportbetrieb oder gesellschaftliche Initiativen mit Kooperationspartnern (siehe dazu E1.2).

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Bei uns besteht als gemeinnützige Einrichtung kein Eigennutz.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Wir bedienen mit unserer Arbeit Grundbedürfnisse nach Gesundheit und Wohlbefinden, aber auch Teilnahme am gesellschaftlichen Leben und Gemeinschaft (siehe Punkt E1.1).

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Diese Themen sind seit 1907 Zweck des Vereins. Sicher unterliegen die Ausführung und Gestaltung gesellschaftlichen Veränderungen, der wir uns stellen, wie durch die Einbindung neuer Gruppen und die Verjüngung des Vorstandes.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Das Ehrenamt wird weiterhin der Hauptbestand der Vereinsleistung sein. Daher wird es entscheidend sein, die Belastung der Ehrenamtlichen entsprechend der persönlichen Leistungsfähigkeit anzupassen und den Ehrenamtlern immer mit großer Wertschätzung zu begegnen.

Verifizierungsindikator

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit).

Der theoretisch errechnete Geldwert beträgt ca. 234.000 €

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Beauftragung der Agentur klubtalent für die nachhaltige Entwicklung einer zukunftsfähigen Vereinsstrategie.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Stärkung des Ehrenamts durch Wertschätzung. Ansprechen der politischen Akteure auf die Bedeutung der Stärkung des Ehrenamts, z.B. durch zusätzliche Rentenpunkte.

E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Präambel: Besteuert wird im gemeinnützigen Verein nur der wirtschaftliche Bereich. Missbräuchliches Wirtschaften würde unsere Gemeinnützigkeit und damit die Existenzgrundlage des Vereins gefährden.

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- **Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?** nein
- **Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?** nein
- **Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?** nein
- **Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?** nein
- **Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?** ja
- **Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?** es gibt keine
- **Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?**
Da wir uns nicht mit diesen Risiken auseinandersetzen müssen, wurden dementsprechend auch keine Maßnahmen ergriffen.

Verifizierungsindikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

nein

Länderspezifisches Reporting: entfällt

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.)
- Fördersumme
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

entfällt

Verbesserungspotenziale

entfällt

E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Präambel: Keiner im Verein trifft eine Entscheidung allein. Es gilt das 4 bzw. 6 Augen-Prinzip. Ob das das Aufnehmen von neuen Mitgliedern betrifft oder die Auswahl des Ausrüsters und des Getränkelieteranten. Das Risikopotential ist insgesamt gering.

Berichtsfragen

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?

Vergabe Erneuerung oder Ausbau Kunstrasenfläche und vergleichbares erfolgt durch öffentliche Ausschreibung (EU-Recht) und unterliegt der Prüfung der öffentlichen Zuschussgeber. Das betrifft also alle größeren Investitionen und damit ist das Korruptionsrisiko kaum gegeben.

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Unser größter Einkaufsposten betrifft die Ausstattung mit Sportbekleidung. Der Vertrag mit dem Ausrüster setzt enge Leitplanken bei der Materialbeschaffung (Standardisierung).

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

Wir pflegen einen respektvollen, wertschätzenden und sachlichen Kontakt innerhalb der Gremien.

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Gut gepflegte Kontakte zu Entscheidungsträgern innerhalb der Gremien (Verwaltung, Politik, Verbände siehe D2.1).

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

keine

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Es gibt eine gegenseitige Kontrolle und enge Abstimmung bei allen Entscheidungen im Vorstand.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

4-bzw. 6 Augen-Prinzip

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Es sind bisher keine Interessenskonflikte aufgetreten.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es erfolgen keine Parteispenden.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

nein

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

Nicht explizit, aber wir pflegen eine offene Kommunikation.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Unser Gesamtbudget dient sozialen und gesellschaftlichen Zwecken. Daher ist die Zweckbindung implizit gegeben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

Keine Verbesserung

Verbesserungspotenziale

Auch potenziell ist keine Verbesserung denkbar.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Präambel: Wir führen bisher kein Controlling durch, um systematisch die ökologischen Auswirkungen zu monitoren. Die Verbrauchsdaten werden bisher ausschließlich anhand von Abrechnungsunterlagen der Energieversorger erfasst. Dadurch können auch die Umweltwirkungen nicht differenziert bestimmt werden.

Dennoch optimieren wir stetig unsere Verbräuche. Das Gebäude wird komplett mit LED-Leuchtmitteln erhellt und die Duschen sind mit Wassersparduschköpfen ausgestattet.

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...) An- und Abreise zum Sportbetrieb von 26 Teams
- Feinstaub und anorganische Emissionen Mobilität, Dünger
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht) nein
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂) Mobilität
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x) Mobilität
- ionisierende Strahlung nein
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe nein
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung) nein
- Landverbrauch nein
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung) in durchschnittlichen Jahren nicht relevant

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

aktuell noch keine

Verifizierungsindikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

	Strom (ohne Vereinsheim)	Gas (inkl. Vereinsheim)	Wasser (inkl. Vereinsheim)
2023	6152 € 12.168 kWh	6514 € 63.189 kWh	5089 € 1396 m ³
2024	4140 € 12.811 kWh	10326 € 66.105 kWh	2761 €

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. Kg Zahl

- **Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg**
- **Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. Kg**
- **Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg**
- **Heizenergie und Kühlenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) (in kWh/°C) (gemeint ist der Energieaufwand, um Räume auf Arbeitstemperatur zu klimatisieren)**
- **Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³**
- **Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg**
- **Papierverbrauch in kg**
- **Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg**
- **Kunstlichteinsatz (vorzugsweise in Lumen, ersatzweise in kWh + Art der Leuchtmittel) (Der Indikator soll dazu benutzt werden, die Lichtverschmutzung einzuschätzen bzw. optimale Arbeitsplatzbeleuchtung zu erreichen – letzteres ist allerdings eher C1 zuzuordnen.) Flutlichtanlage 2020 auf LED umgestellt**
- **Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie**

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Der Pachtvertrag in der Gaststätte wurde zu Ende 2023 gekündigt, dadurch gibt es keinen Küchenbetrieb mehr und dies resultiert in einer deutlichen Senkung des Strom- und Gasverbrauchs.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Berechnung des CO₂-Fußabdrucks.

E3.2 Relative Auswirkungen

Präambel: Jeder Verein ist strukturell und in der Größe anders und damit schwer vergleichbar.

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

- **zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?** vergleichbar
- **zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?** vergleichbar, Licht mit LED verbessert als der Durchschnitt

Verifizierungsindikatoren

relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe D.1) in der Branche bzw. Region.

Uns liegen dazu keine Zahlen vor.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

LED im Vereinsheim, Instandsetzung der Solarthermieanlage auf dem Dach des Vereinsheims.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen uns informieren über eine Wallbox für E-Autos und E-Bikes am Vereinsheim und immer auf dem Stand der Technik und offen für Neuerungen bleiben.

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Präambel: Die einzige Umweltauflage betrifft die Nutzung des Flutlichtes, dass sich um 22 Uhr automatisch abschaltet. Verstöße sind daher ausgeschlossen.

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten? (nur Ökologie)

Die künstliche Beleuchtung am Sportplatz ist nur bis 22 Uhr gestattet.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Das Flutlicht wird durch eine Zeitschaltuhr automatisch um 22 Uhr beendet.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Keine

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?

Keine

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Keine anderen Standorte

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

nichts

Verbesserungspotenziale

Keine

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsguppen erfasst?

Wir sind 2016 als Verein Mitglied der Bürgerinitiative Landshuter Allee Tunnel geworden, um unsere Sichtweise auf das Bauvorhaben Landshuter Allee direkt neben unserem Platz einzubringen. Wir haben aus der Vergangenheit gelernt, dass wir auch bei eigenen Maßnahmen am Platz zuvor mit den Anwohnern ins Gespräch gehen.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

In allen unseren verfügbaren Medien (siehe D1.1)

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Kein Bericht vorhanden

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

entfällt

Verifizierungsindikator

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Noch nicht erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine Umsetzungen durchgeführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gemeinwohlbericht 2025

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen: Kontaktadresse, Öffentliche Versammlungen...

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Über direkte Ansprache von Verantwortlichen, die Kontaktdaten sind auf der Homepage und in der App veröffentlicht.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Die Kontaktaufnahme besteht über die persönliche, digitale oder schriftliche Kommunikation oder über Polizei und Bezirksausschuss.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Bisher erfolgt keine Dokumentation.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

Die Mitbestimmung ist satzungsgemäß auf Vereinsmitglieder beschränkt.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?
nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

nichts

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Maßnahmen geplant.

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Präambel: Uns ist in dieser Hinsicht kein Fehlverhalten bewusst.

Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

keine

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

entfällt

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

entfällt

Im Berichtszeitraum wurde verbessert

nichts

Verbesserungspotenziale

keine

Ausblick

Die Arbeit am GWÖ-Bericht war spannend für uns. Über viele Details haben wir aus den aufgezeigten Perspektiven noch nicht nachgedacht. Manches ist in einem Verein auch traditionell anders geregelt als die Berichtsvorlage für Unternehmen das abfragt. Die Finanzen sind im Verein von Mitgliedsbeiträgen/der Gemeinschaft und Zuschüssen abhängig. Das Ehrenamt ist stark verankert.

In manchen Bereichen sehen wir uns schon richtig gut. Die Mitsprache und Mitbestimmung sowie die Kooperation mit anderen Vereinen und Verbänden ist täglich gelebte Realität. Andere Bereiche wollen wir uns jetzt erarbeiten, wie beispielsweise eine Einkaufsrichtlinie oder regelmäßige Gespräche mit Mitarbeitern sowie Kooperationen und Lieferanten.

Ein halbes Jahr intensiver Arbeit liegt hinter uns. Wir sind dankbar für so viele Gedankenanstöße!

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

GWÖ-Bericht veröffentlichen und im Verein bekanntmachen.

UN17 Nachhaltigkeitsziele kommunizieren.

Soziales/Kommunikation:

- Barrierefreie Website erstellen, Digitalisierung der Mitgliederverwaltung plus neuem Kommunikationstool vorantreiben
- mehr Info-Veranstaltungen für die Mitglieder, die Beitragstransparenz erhöhen, unsere Wertvorstellungen klarer kommunizieren und leben, Mitgestaltung besser kommunizieren
- Eltern-/Jugendsprecher für jedes Team installieren für bessere Kommunikation und mehr Mitarbeit und Mitsprache
- Vorträge & Schulungen anbieten: Erste-Hilfe, psychische Gesundheit im Sport, sexuelle Gewalt im Sport, Rassismus im Sport, Cyber-Mobbing, Kinder- und Jugendschutzthemen
- Share-Möglichkeit für selten genutzte Gegenstände auf unserem Gelände für Vereinsmitglieder ermöglichen
- Ehrenamt stärken intern durch Wertschätzung, extern auf Politik einwirken, das Ehrenamt in seiner gesellschaftlichen Relevanz weiter zu stärken
- Einkaufsrichtlinie nach GWÖ-Richtlinien erstellen
- Regelmäßige Überprüfung von Kooperationen
- Berufsausbildungs Kooperationen mit Sponsoren starten
- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Sicherheitseinweisung regelmäßig durchführen und dokumentieren, auch z.B. Verhalten bei großer Hitze
- Neue Abteilungen gründen, Mädchenfußball, inklusive Gruppen
- Stadtradeln veranstalten und mit eigenen Aktionen befeuern

Ökologie:

- Umstellung auf Ökostrom
- Verwendeten Dünger überprüfen
- Gesunde, flexible Verpflegung fürs Vereinsheim suchen
- Ökologische Nischen auf dem Vereinsgelände identifizieren und bewahren bzw. aufwerten

Ökonomie:

- Beiträge konstant halten
- Konto bei einer Ethikbank prüfen
- Crowdfunding-Projekte starten
- Überprüfen von Arbeitsverhältnissen auf Fairness

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Soziales:

- Anonyme Vertrauensstelle schaffen
- Regelmäßige Überprüfung von Lieferantenbeziehungen, Jahresgespräche einführen

Ökologie:

- Erneuerung Vereinsheim mit integrierten Solarpanelen planen
- Ladesäule für E-Bikes bzw. E-Autos, E-Bike Leasing für Angestellte
- Mobilität verändern: mehr Verzicht aufs Auto, mehr Nutzung des Lastenfahrrads/ Fahrräder und ÖPNV
- Fair produziertes recyclebares Trikot verwenden, eigene Linie ohne Produktzyklus etablieren
- CO2-Fußabdruck erstellen und veröffentlichen

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Edith Sievers (Nachhaltigkeitsbeauftragte der FT München-Gern), Michael Franke (1. Vorsitzender der FT München-Gern)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

(ca. 10 Stunden Berichtschreiben und 5 Stunden Workshop pro Berührungsgruppe also mal 5, plus Überarbeitung, Bewertungen und Workshop ca. 80 Stunden) geschätzt insgesamt: 155 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Über die Erstellung des Berichtes wurde vor allem über den vereinsinternen Newsletter und über die Jahreshauptversammlung kommuniziert. Die Erfahrungen und Ergebnisse werden den Mitgliedern in einer gesonderten Info-Veranstaltung im Vereinsheim unterbreitet, die hoffentlich zu einem möglichst breiten Dialog und Mitarbeit in daraus folgenden Handlungsfeldern führt.

Datum: 08.06.2025