

Soziales Engagement von Vereinen

## Mit Fußball können auch Werte vermittelt werden

VON ANDRÉ FISCHER

**Die 36 Vereine der Fußball-Bundesliga haben in der vergangenen Saison rund 3,1 Milliarden Euro umgesetzt. Ein kleiner Teil des Geldes ging auch in soziale Projekte. Die Veranstaltung „Alles nur Gesellschaftsspielchen?“ der Deutschen Akademie für Fußball-Kultur im Eckstein wollte das gesellschaftliche Engagement der Fußballvereine einmal genauer vorstellen und kritisch hinterfragen.**

„Das Thema Gesellschaft und Fußball gab es früher nicht“, meinte die Club-Trainerlegende Hans Meyer. Der Ansatz, Fußball und soziale Verantwortung zusammenzubringen, sei eine richtig gute Sache. Allerdings dürfe man nicht vergessen, so Meyer, dass viele Amateurtrainer schon seit Jahrzehnten gute Jugendarbeit leisteten und sich damit sozial engagierten.

„Lernort Stadion“ heißt eine bundesweite Initiative, die 2009 gegründet wurde, und die inzwischen zwölf Fußballvereine, von Stuttgart bis Bremen, bei ihrem gesellschaftlichen Engagement unterstützt. Bei einer Lesung im Dortmunder Stadion hatte es großen Zulauf gegeben, so dass die Fußballstadien als außerschulische Lernorte in den Blick gerückt wurden, weil sie Jugendliche ansprechen, die sich sonst mit der Regelschule schwertun. Fußball als Medium für die Vermittlung von Werten: Das reicht von der Inklusion von Behinderten bis zu Hilfen für Blinde bei der Gestaltung von Sendungen. Die Vielfalt ist groß.

Auch der 1. FC Nürnberg ist mit seinem Lernzentrum „Kopfball“ seit 2012 dabei. Pro Saison machen rund 800 Schüler die Workshops und Vor-

träge im Stadion mit. Laut Andreas König, der „Kopfball“ betreut, würden mit dem Projekt folgende Schwerpunkte gesetzt: Politische Bildung mit den Themen Zivilcourage, Menschenrechte, Rechtsextremismus sowie Jugend im Netz. Außerdem werden Berufsorientierung und Persönlichkeitsbildung unterstützt. Rund 35 000 Euro kostet das im Jahr. Bis 2017 wird das Projekt noch von der Robert Bosch Stiftung und der Bundesliga Stiftung unterstützt. Damit solche Projekte in Gang kommen und wahrgenommen werden, ist meist ein prominenter Fußballer mit im Boot. In Nürnberg ist das der derzeit verletzte Torhüter Raphael Schäfer.

Thomas Grethlein, Aufsichtsratsvorsitzender des 1. FC Nürnberg, zeigte sich überzeugt, dass die Vereine ihre soziale Verantwortung noch weiter ausbauen: „Im System Fußball ist sehr viel Geld unterwegs.“ Angesichts ihrer medialen Präsenz seien die Vereine in der Pflicht, etwas zu tun. Mit dem Fußball könnte auch selbstverantwortliches Handeln in den Vordergrund gerückt werden, das sonst schwer zu vermitteln sei. Dass dies möglich sei, liege an der gesellschaftlichen Kraft des Fußballs und an dem hohen Identifikationspotenzial der Vereine, meinte Grethlein: „Fußball verbindet alle sozialen Schichten.“ Sozialreferent Reiner Pröhl fügte an: „Man kommt mit dem Fußball an Jugendliche heran, die sich schon von der Gesellschaft verabschiedet haben.“

### Theaterstück für Jenö Konrad

Wie schwierig es ist, alle Ebenen eines Vereins auf gesellschaftliche und soziale Verantwortung einzuschwören, machte Club-Pressesprecherin Katharina Wildermuth, die eigens dafür eine spezielle Ausbildung absolviert hat, deutlich: „Natürlich geht es in erster Linie um Sport.“ Bei der Auswahl von Sponsoren, bei der Produktion von Fanartikeln werde inzwischen aber auf Nachhaltigkeit geachtet. „Wir hoffen auf Sponsoren, die keine Krisen mitbringen“, sagte Wildermuth. Der Club hat jetzt ein Projekt für Flüchtlinge aufgelegt und am 9. Juni wird ein Theaterstück über den jüdischen Club-Trainer Jenö Konrad, der von den Nationalsozialisten vertrieben wurde, im Staatstheater aufgeführt.

Für den Autor Ronny Blaschke, der durch die Diskussion führte und an einem Buch zu dem Thema arbeitet, ist die Diskrepanz zwischen dem, was die Vereine an Umsätzen erzielen und dem, was sie für ihr soziales Engagement ausgeben, noch immer sehr groß. Er forderte sie auf, noch stärker Impulsgeber der Stadtgesellschaft zu werden und sich nicht zu gönnerhaft zu verhalten. Wie das positiv funktioniert hat, machte Blaschke am Beispiel Mainz 05 deutlich. Durch den Sponsor Entega – ein Energieversorgungsunternehmen, das auf Ökostrom und -Gas setzt – wurde der ganze Verein nachhaltig umstrukturiert. Ob es so bleibt, wird sich zeigen: Entega beendete das Sponsoring 2015.

N7

15.4.16