

## **Gesellschaftliches Engagement des Profifußballs deutlich gestiegen**

Vom freiwilligen gesellschaftlichen Engagement des Profifußballs profitieren immer mehr Menschen. Dies belegt eine heute in Frankfurt am Main veröffentlichte Studie des Forschungs- und Beratungsunternehmens Nielsen Sports, welche die gemeinnützigen Aktivitäten der Bundesliga-Stiftung, der Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga und ausgewählter Spielerstiftungen untersucht.

Die Anzahl der vom Profifußball unterstützten Projekte ist in der Saison 2015/16 auf 450 angestiegen. In der Spielzeit 2012/13, dem Betrachtungszeitraum der ersten Studie dieser Art, waren es noch 318. Mit einem Anteil von 74 Prozent stand mehrheitlich die Förderung 825.000 junger Menschen im Fokus der Aktivitäten, dies entspricht etwa sechs Prozent aller Kinder und Jugendlichen in Deutschland. Insgesamt wurden mehr als 1,1 Millionen Menschen unterstützt, rund 40 Prozent mehr als noch in der Spielzeit 2012/13. Der Wert der eingesetzten Mittel stieg ebenfalls um 40 Prozent auf über 28 Millionen Euro pro Jahr an. Die Proficlubs engagierten sich gesellschaftlich deutlich umfangreicher als vergleichbare mittelständische Unternehmen, wie die Gegenüberstellung mit Studien der KfW Bankengruppe und des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) belegt.

„Dass sich der Profifußball immer stärker für die Gesellschaft einsetzt, ist eine gute Nachricht“, sagt Fritz Pleitgen, Kuratoriumsvorsitzender der Bundesliga-Stiftung. „Während andere Einrichtungen in unserer Gesellschaft wie Parteien, Gewerkschaften und Kirchen viele Mitglieder verloren haben, erhalten Bundesliga und 2. Bundesliga mehr und mehr Zulauf. Sie bringen Menschen zusammen und wirken wie sozialer Klebstoff.“

18 der 36 Proficlubs haben ihre Maßnahmen inzwischen in einer eigenen Organisationsstruktur gebündelt und verstetigt, drei Clubs mehr als in der Spielzeit 2012/13. „Drei Jahre nach der ersten Studie war es uns wichtig, transparent nachzuhalten, welche Entwicklung das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Profifußballs genommen hat“, sagt Stefan Kiefer, Vorstandsvorsitzender der Bundesliga-Stiftung. „Dass sich heute rund 70 Prozent der Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga mit mehr Mitarbeitern für die Gesellschaft einsetzen, zeigt, wie ernst der Profifußball das Thema nimmt.“

Durch Regularien vorgegebene Maßnahmen wie die Fanarbeit der Clubs wurden bei der Erhebung ebenso nicht berücksichtigt wie ökologische Engagements. Aktivitäten, die möglicherweise auch kommerziellen

### **Medienkontakt**

Maximilian Türck  
Manager CSR-Kommunikation

**T** +49 69 / 6 50 05-203  
**E** [presse@bundesliga-stiftung.de](mailto:presse@bundesliga-stiftung.de)

Interessen dienen, blieben bei der Betrachtung ebenfalls außen vor. Untersucht wurde ausschließlich das freiwillige gesellschaftliche Engagement im Sinne von sogenannter „Corporate Citizenship“.

Die zweite Studie zum freiwilligen gesellschaftlichen Engagement des Profifußballs ist unter [www.bundesliga-stiftung.de](http://www.bundesliga-stiftung.de) abrufbar.