Unsere Rot-schwarze Elf

für mehr

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsbericht *2025/26*

1. FCN

11
Ausbau eines wirkungsvollen
Netzwerks

9
Verantwortung
in der Lieferkette

10
Förderung von
Frauen und Mädchen im Fußball

7
*Nachwuchs***förderung**

8
Verbesserung des Stadion- und
Spieltagserlebnisses

6
Verantwortungsvolle
Mobilität

4
Betriebliches
Umwelt- und Klimamanagement

5
Digitale
Transformation

2
Einstehen
für Menschenrechte

3
Gesellschaftliches
Engagement

1
Verantwortungsbewusster und
attraktiver Arbeitgeber

Alle Infos zur Nachhaltigkeit beim Club:

Mit seiner „Rot-schwarzen Elf für mehr Nachhaltigkeit" bespielt der 1. FC Nürnberg das große Feld der Nachhaltigkeit. Und das durchaus erfolgreich. Wie sich die elf Fokusthemen in der Saison 2025/26 geschlagen haben und welche Bilanz sie erzielt haben, erfahren Club-Mitglieder auf den folgenden Seiten.

unser Club"

Klar, Nachhaltigkeit muss sein. Der Club will aber auch. Schon vor vier Jahren und bevor Nachhaltigkeit DFL-lizenzierungspflichtig wurde, hat sich der FCN auf den Weg gemacht, dieses große Themenfeld strategisch anzugehen und institutionell im Verein zu verankern. So ist Nachhaltigkeit Bestandteil der Vereinssatzung und der mittel- bis langfristigen Strategie. Die Stabsstelle Nachhaltigkeit ist Treiber des Themas, aber bewusst auch Teil der Abteilung Community & Membership. Denn nur, wenn neben den Mitarbeitenden auch Fans, Mitglieder und die Club-Familie die Aktionen und Ziele gemeinsam mittragen, kann sich der 1. FC Nürnberg als nachhaltiger Verein etablieren. Innerhalb des Club bringen Mitarbeitende deshalb in der abteilungsübergreifenden Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit Ideen aus ihren Bereichen ein, planen Projekte und entwickeln die Nachhaltigkeitsstrategie weiter.



Wir sind näher an den Menschen und genießen wieder das Vertrauen von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Diese Stärken wollen wir nutzen, um den Club und das Leben gemeinsam mit unserem Netzwerk besser zu machen.

Niels Rossow,
Vorstandssprecher,
Vorstand Strategie & Marketing



Unser Ziel ist der nachhaltige sportliche Erfolg beim Club. Nur so können wir uns dauerhaft unter den 25 besten deutschen Vereinen etablieren. Die Entwicklung junger Spieler und der Mut, sie auch einzusetzen, sind dabei entscheidende Faktoren.

Joti Chatzialexiou,
Vorstand Sport



Nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg erhöht die Chance auf nachhaltigen sportlichen Erfolg. Der Abbau des strukturellen Defizits bringt uns dabei mehr Handlungsfreiheit auch für zukunftsweisende Projekte wie den Stadionneubau.

Stefan Heim,
Vorstand Finanzen



Aktuelle Zwischenstände und Kennzahlen auf der digitalen „Anzeigetafel der Nachhaltigkeit“:

1 Verantwortungsbewusster und attraktiver Arbeitgeber

Arbeiten beim FCN



- 133 Vollzeit-Mitarbeitende
- 38 Teilzeit-Mitarbeitende
- 49 Auszubildende und Studierende

Leitende Angestellte und Vorstände
Frauen: *2* **Männer:** *12* **Gesamt:** *14*

Stand 02/26

Praktika

für Menschen mit Behinderung im Greenkeeping.
Insgesamt beschäftigt der FCN 3 Personen mit Behinderung.



Jährliche Mitarbeitendenbefragung

Stand 03/26

Verlässlich & Hilfsbereit
Spürbare Verlässlichkeit (78%) und Unterstützung (79%) von Kolleg*innen

Stolz,
beim FCN zu arbeiten (76%)

Zufriedenheit
mit der Option, im Home-Office zu arbeiten (91%)

2 Einstehen für Menschenrechte

Heulen mit den Wölfen

am Nürnberger Staatstheater
7x ausverkaufter Theaterabend über Fußball und Ausgrenzung, mit Nürnberger Bürger*innen und Ensemble

Gemeinsam statt einsam



Unter diesem Motto des Welt-Down-Syndrom-Tags spielten die ClubFrauen am 21. März 2026 ein mit act.3, adidas und 11teamsports kreiertes Sondertrikot.

Nie wieder!

Gemeinsames Gedenken beim Heimspiel mit Botschaften von ClubLegenden und Statement der Jenö Konrad-Cup-Gewinnerklasse 2025.

Stolpersteinverlegung

Immer am 30. April für die 1933 ausgeschlossenen jüdischen Club-Mitglieder



Infos zu den Stolpersteinverlegungen

3 Gesellschaftliches Engagement

Spielräume am Münzinghof

Club-Community packte bei und mit der inklusiven Dorfgemeinschaft an.



Infos zur Community-Aktion

Über 3500 Stunden Bewegung für Kinder und Jugendliche

Saison 2025/26

Ø 40 wöchentliche Angebote

14.000 erreichte Kinder in Nürnberg und der Region

>130 Trainerinnen und Trainern

**KiTas (inkl. Kindergärten), Grundschulen und weiterführende Schulen in Nürnberg und der Region, alle Förderschulen in Nürnberg, AGs in der Nachmittagsbetreuung an Grund- und weiterführenden Schulen, Fußballklasse in Bayreuth

FCN-Bewegungsangebote in der Region

4 Betriebliches Umwelt- und Klimamanagement

5 Digitale Transformation

6 Verantwortungsvolle Mobilität

7 Nachwuchsförderung

Ressourcenverbrauch am Valznerweiher Saison 2025/26

Wärmeverbrauch
746,2 MWh

Stromverbrauch
1.044.931 kWh **(+4%)**

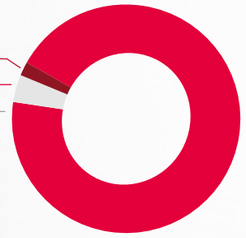
Wasserverbrauch
6.711 m³ **(-21%)** *in den Gebäuden*

Diesel Greenkeeping
14.859 l **(-7%)**

Bewässerung der Plätze*
43.274 m3 **(+4%)** *(mit Brunnenwasser)*

**inkl. Schwimmbad und Tennisplätze*

CO2-Fußabdruck des FCN



2% Scope 1: 249,30 t CO2e
4% Scope 2: 635,09 t CO2e
94% Scope 3: 13363,53 t CO2e

Der CO2-Fußabdruck gibt an, wie viele Treibhausgase der Club durch seine Aktivitäten verursacht:
› **Scope 1, z.B. Fuhrpark**
› **Scope 2, z.B. Stromverbrauch**
› **Scope 3, z.B. Fan-Mobilität**

Mehr Bäume am Valze



3 **Hainbuchen** *2* **Feldahorne** *34* **Waldicker**

Vor dem Heimspiel gegen Dresden pflanzten die F2 der DJK Eintracht Allersberg und die E-Jugend des TSV Wolnzach Bäume am Valze. Beide Teams kicken bei den Waldkickern und lernen über die Verbindung von Fußball und nachhaltigen Aktionen mehr über Umwelt- und Klimaschutz.

Verringerung des Ressourcenverbrauchs

durch Digitalisierung im Verein

Gebäude, Anlagen, Greenkeeping

-20
Eimer Farbe pro Saison weniger durch Einsatz von Linierrobotern zur Platzmarkierung

Mitgliederkommunikation

-12.500 / -70.000
Briefumschläge / Seiten Briefpapier weniger wegen digitalem Einladungsversand zur JHV

-6.800
Plastikkarten weniger wegen digitalem Mitgliedsausweis

Mitglieder digital

Mitgliedermagazin
66% digital | *34%* print

JHV-Einladung
54% digital | *46%* print

Mitgliedsausweis
18% digital | *82%* print

Ticketing digital

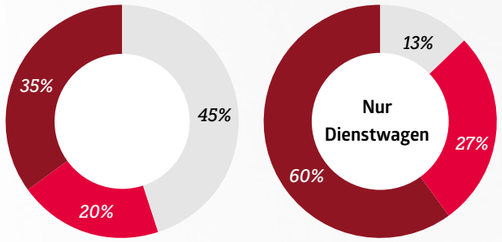
Tageskarten
66% digital | *15%* print@home | *19%* Hardticket

Dauerkarten: <0,5% digital;
99,5% physisch aus recyceltem PVC



Fahrzeugflotte beim FCN

Dienstwagen, Poolfahrzeuge, Greenkeeping usw.
Saison 2025/26



Quer durch Deutschland

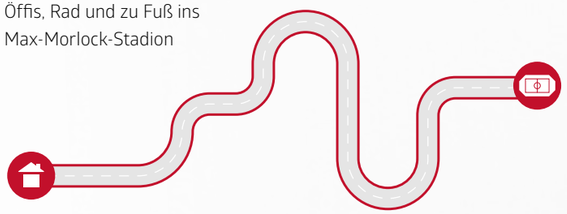
Reisen zu Auswärtsspielen Saison 2025/26

ClubMänner
65% Bus | *35%* Bahn

ClubFrauen
90% Bus | *10%* Bahn

Bewusst ins Stadion

Mobilitätsumfrage unter Ticketkäufern 2025/26
Fast zwei Drittel kommen mit Öffis, Rad und zu Fuß ins Max-Morlock-Stadion



58,8% **Öffis (Nah- und Fernverkehr)**
2% **zu Fuß**
32,8% **Auto**
1,2% **Reise-/Fan-Bus**
3,9% **Fahrrad, E-Scooter**
1,3% **sonstige**

Club *Nachwuchs»*



Kategorie 1 Leistungszentrum (höchste Kategorie der Leistungszentren)

22
Spieler kamen bei U- oder A-National-mannschaften zum Einsatz

8
Spieler gaben ihr Profi-Debüt

90
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (inkl. Trainer)

Jüngster Club-Profi aller Zeiten

Marko Soldic *16 Jahre*
Insgesamt: 9 eingesetzte Spieler unter 20 Jahren bei den Profis.

Meister in der Regionalliga Bayern



Punkterekord (77 Zähler), **Heimfestung** (drittmeiste Zuschauer), **auswärtsstark** (bestes Team), **zweitjüngste Mannschaft** (20,5 Jahre), **an 22 von 34 Spieltagen auf Platz 1**, **9 Siege in Folge**



Kern unserer Strategie ist, die nachhaltige Förderung von Nachwuchsspielern, um eine regelmäßige Integration in den Lizenzkader zu ermöglichen und durch ihre erstklassige Ausbildung langfristig zum sportlichen Erfolg des Vereins beizutragen.
Dieter Frey,
seit April 2026 Direktor ClubNachwuchs

8 *Verbesserung des Stadion- und Spieltagserlebnisses*

Service für Fans mit Behinderung



Service und Infos für einen Stadionbesuch von Fans mit Behinderung

Start zum Inklusionsspieltag: „Die Legende lebt" in Gebärdensprache auf den Stadionscreens

Gebrauchte Sneaker mit gespraytem Unikat



Upcycling-Aktion mit Künstler TiSe inkl. Schuh-Verlosung von adidas und Aktion mit BKK Faber-Castell & Partner zur gesunden motorischen Fußentwicklung bei Kindern der Bewegungs-AG



Für Notfälle und mehr Freiheit

Die Cluberer von „ergoflix" spenden 4 rot-schwarze Elektro-Rollis für Valze und Stadion

Platz 7 beim Veganen Stadion-Ranking 2026

Im Max-Morlock-Stadion im Angebot: Brezen, Pommes, veganes Bratwurstbrötchen, Langos und Crepes sowie der Bauckhof-Foodtruck mit veganem Angebot (z.B. Falafel).

PETA kürt vegan-freundliche Stadien

9 *Verantwortung in der Lieferkette*

Mehr Sorgfalt in der Lieferkette

87% **der FCN-Merch-Lieferanten bekennen sich im Code of Conduct zu mehr Sorgfalt in der Lieferkette**

Upcycling mit MOOT



Die Upcyling-Kollektion mit Turnbeutel, Brillenetui und Sofakissen aus Trikots und Hosen der Saison 23/24

Club-Neuheiten, offizielle Fanartikel des FCN

Besonderer Christmas-Sweater 2025



100% Bio-Baumwolle & GOTS-zertifiziert, entstanden aus der Zusammenarbeit mit Fair Wear Works

22% **zertifizierte Artikel**

Im ClubShop: Saison 2025/26

32% der Bekleidungsartikel und 8% der Textilaccessoires (Mützen, Schals, Socken) waren GOTS oder ÖKOTEX MADE IN GREEN zertifiziert

10 *Förderung von Frauen & Mädchen im Fußball*

Frauen beim Club

(Stand 02/26)

22% **Frauenquote beim Club insgesamt**

- **Lizenz:** *4,4 %*
- **NLZ:** *6,0 %*
- **Verwaltung:** *20,9 %*
- **Fanshop:** *56,5 %*
- **Frauenfußball:** *67,9 %*
- **Marketing GmbH:** *26,3 %*

Auf dem Rasen

Club-Mitglied Xenia unterstützte als Stadionsprecherin am Weltkindertag, Katharina bringt die ClubFrauen als Co-Trainerin am Weltmädchentag zum Schwitzen





Gemeinsam zum Klassenerhalt!

Die ClubFrauen spielen erstmals in der Vereinsgeschichte zwei Saisons in Folge in der 1. Bundesliga



11 *Ausbau eines wirkungsvollen Netzwerks*

Nachhaltigkeit im Partner-Netzwerk

mit über 100 Partnern und 300 Mitgliedern im Business Club das **größte Business Netzwerk Nordbayerns**

ESG-Check Saison 2025/26

56% **der Partner* veröffentlichten einen Nachhaltigkeitsbericht. *28%* der Partner* waren im Bereich der Nachhaltigkeit mit einem Zertifikat zertifiziert**

* Partner der ClubMänner und ClubFrauen, ohne Kategorie „ClubFreund"

Über 41.000 FCN-Mitglieder

1.671 Familien mit 4.699 Mitgliedern

seit Einführung Familien-Mitgliedschaft bei der JHV 11/25



Mitbestimmung und Teilhabe

35 Mitglieder-Newsletter, *34* Mitglieder-Events, *5* Mitglieder-Umfragen, *4* Workshops für Fanclubs und Mitglieder, *2* Treffen mit allen offiziellen FCN-Fanclubs, *9* Jubiläumsbesuche + Ausschwärmen mit *ca. 15* Fanclubbesuchen bei offiziellen FCN-Fanclubs

Gemeinsam sind wir stark

Gewaltpräventionskurse mit der Frederik und Luca-Stiftung sowie weiteren Partnern an Grundschulen, evaluiert durch die Universität Bayreuth.





unser Club“