



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING



MODUL 4

Wirtschaftliche Induktion im Zusammenhang mit dem Sport



SEGMENT 9

Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)

Soziale Verantwortung der Unternehmen

Das 2001 veröffentlichte „Grünbuch der Europäischen Kommission“ definiert die soziale Verantwortung von Unternehmen als "freiwillige Integration von sozialen und ökologischen Unternehmensbelangen in ihre Geschäftstätigkeit und in ihre Beziehungen zu den betroffenen Parteien".

- EG, 2001: Integration sozialer und ökologischer Anliegen in Geschäftstätigkeiten und Beziehungen zu interessierten Parteien

- CSR (Corporate Social Responsibility) wird von Unternehmen zunehmend geschätzt: die Erzielung eines wirtschaftlichen Gewinns, der auch auf sozialer und ökologischer Ebene Gewinne generiert.
- Die Auswirkungen des Unternehmens auf ein breites Publikum: Mitarbeiter, Lieferanten, Aktionäre, Kunden, öffentliche Verwaltung, Ausbildungseinrichtungen, Berufsverbände, lokale Verbände, Medien und sogar zukünftige Generationen.
- Unternehmen, die einen solchen Ansatz verfolgen, schaffen einen Mehrwert für die gesamte Gemeinschaft mit erheblichen Wettbewerbsvorteilen, da sie Risiken reduzieren, den Ruf steigern und bessere Beziehungen zu ihren Mitarbeitern und Kunden entwickeln.

- Neue Vision der Wirtschaft
- Nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und ökologische Gewinne
- Geschäftliche Auswirkungen auf unterschiedliche Zielgruppen
- Gemeinschaftlicher Ansatz > erhebliche Vorteile

Der Fall Barcelona

https://www.researchgate.net/publication/332082576_Corporate_social_responsibility_in_FC_Barcelona_as_Carroll's_CSR_pyramid_in_practice

- Ein Club, der immer auf sozialpolitische Maßnahmen und benachteiligte Gruppen geachtet hat:
Zusammenarbeit mit UNICEF
- „Katalanischer Stolz“ & „mès que un club“: Vermittlung von Geschichte, Traditionen und Werten des Territoriums und Verbindung zur lokalen und globalen Gemeinschaft

- Barcelona: „Katalanischer Stolz" und "mès que un club“
- Geschichte, Werte, Vereinstradition
- Verbindung mit der lokalen und globalen Gemeinschaft

Der Fall Barcelona

- 36 Akademien auf fünf Kontinenten:Engagement bei der Entwicklung und dem Wachstum von Kindern und jungen Sportlern
- Mehr als 1500 Kinder aus 20 verschiedenen Ländern innerhalb der "Escuela international" in 6/12 Jahren
- Stakeholder erwarten ethisches Verhalten, auch wenn dies nicht eines der Ziele ist.
- Verbreitung von Werten und spezifischem Verhalten als Beispiel:Respekt, Anstrengung, Ehrgeiz, Teamarbeit und Demut

Der Fall Barcelona

- 36 Akademien auf der ganzen Welt
- 1500 Kinder zwischen 6 und 12 Jahren
- Erwartungen an ethisches Verhalten
- Ein Beispiel für alle
- Respekt, Anstrengung, Ehrgeiz, Teamarbeit, Demut

CSR/Barcelona



CSR/Der Fall Barcelona

- Entwicklung jeder menschlichen Beziehung mit Fleiß, Verantwortung und Professionalität
- Bekämpfung von Korruption, Sportwetten und unerlaubten Ausgaben
- Projekt Hoffnung und Krankenhäuser Projekt: während der Weihnachtszeit Besuch, signierte T-Shirts, Autogramme und Budget für über 1000 stationäre Kinder
- Private Einladungen zu Schulungen oder Streichhölzern: Freude und Träume für weniger glückliche Kinder

CSR/Der Fall Barcelona

- Jede Beziehung: Fleiß, Verantwortung und Professionalität
- Bekämpfung von Korruption, Wetten, unberechtigten Ausgaben
- Besuch und Geschenke an weniger glückliche Kinder im Krankenhaus



Der Fall Barcelona

- Philanthropie zielte nicht darauf ab, das Image zu verbessern, sondern den sozialen Wandel zu fördern.
- UNICEF seit 5 Jahren auf den Trikots, Verzicht auf die Möglichkeit von reichen Sponsorings
- Projektsichtbarkeit für neue Verträge und Spenden
- Neuer Vertrag: 2 Millionen pro Jahr seit 10 Jahren für Ausbildung und Sport, aber auch für Kinderrechte und den Kampf gegen Aids



Der Fall Barcelona

- Sozialer Wandel
- UNICEF: 5 Jahre ohne reiche Sponsoren
- Neue Verträge und Spenden
- Ausbildung, Sport, Kinderrechte und AIDS

Der Fall Barcelona

- FootballNet 8 bis 21 Jahre alte junge Leute: Veranstaltungen, die die Teilnehmer zur Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen ermutigen
- Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung: wie Menschen mit Behinderungen dem Programm beitreten und an Aktivitäten teilnehmen können
- Oman, Saudi-Arabien: Frauen die Möglichkeit geben, unter definierten Bedingungen zu trainieren
- Ein Programm für 4.000 Flüchtlingskinder und Unterstützung von Krebskrankenhäusern bei der Krebsbekämpfung

Der Fall Barcelona

- FootballNet:lokale Veranstaltungen und Zusammenarbeit
- Menschen mit Behinderungen Teil des Programms
- Bekämpfung der sozialen Ausgrenzung
- Frauen und Flüchtlinge
- Krebs bekämpfen

CSR/Crema Basketball

- Der Sportverein sponsert eine Sensibilisierungskampagne gegen Gewalt gegen Frauen, indem er die rosa Farbe auf dem Trikot der Spieler wählt, zusammen mit einer Spende von 10 EUR von den Spielern für jeden Korb erzielt
- Sponsoren stimmen zu, nicht auf den Trikots zu erscheinen
- „Stoppt Gewalt gegen Frauen“ ist der einzige Slogan



CSR/Crema Basketball

- Rosa Trikots, 10 EUR Spende für jeden Korb erzielt
- Keine Sponsoren auf den Trikots
- „Stoppt die Gewalt gegen Frauen“

Teddybär Toss: eine Initiative, die in den USA geboren wurde und sich schnell in ganz Europa verbreitete

- In einem Spiel kurz vor Weihnachten sind alle Fans, vor allem die Jüngsten, eingeladen, ein neues weiches Spielzeug in die Arena zu bringen. Es wird während des ersten Aktionskorbs (oder Punktzahl) des Spiels auf den Parkettboden geworfen. Bei der ersten nützlichen Gelegenheit werden die Spieler das weiche Spielzeug ins Krankenhaus bringen, um während der Ferien den weniger glücklichen Kindern ein Lächeln zu bringen.



- Teddybär Toss, in USA und Europa
- Während der Weihnachtszeit
- Erstes Tor oder Korb getroffen Teddybär werfen



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SEARCH

SPORT EDUCATION FOR ACTIVE
AND RESPONSIBLE CITIZENSHIP
THROUGH HEALTH CARING

