



22. September 2022

## Volkswagen diskutiert mit DFB-Landesverbänden: Mehr Erfolg durch Diversität und Inklusion im Fußball

- Workshop mit der Fußball-Basis im Rahmen des Sportkongresses SPOBIS
- Kampagne #KeinFrauenfußball zur Fußball-EM erzeugt hohe Aufmerksamkeit
- Volkswagen bekräftigt sein soziales Engagement im Sportsponsoring

**Düsseldorf / Wolfsburg – „Mehr Frauen und Diversität: Erfolgsrezepte für den Fußball?!“ – darüber hat Volkswagen mit den 21 Landesverbänden des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) auf dem SPOBIS diskutiert. Für den größten Sportbusiness-Kongress in Europa organisierte Volkswagen bereits zum dritten Mal ein Programm, das speziell auf die Landesverbände zugeschnitten war. Unter anderem referierten Elke Heitmüller, Leiterin Diversity Management bei Volkswagen, und Dominik Durben von der Beratungsagentur timesarechanging. Sie gaben den Anwesenden wichtige Impulse für ihre Arbeit in den Landesverbänden mit auf den Weg. Im Rahmen seiner Partnerschaft mit dem DFB pflegt Volkswagen auch einen intensiven Austausch zur Basis des Fußballs, zum Amateur- und Jugendfußball, der durch die Landesverbände vertreten wird.**

**Medienkontakt**  
Volkswagen Communications  
Dominik Wrasmann  
Sportkommunikation  
Tel: +49 5361 9-77324  
[dominik.wrasmann@volkswagen.de](mailto:dominik.wrasmann@volkswagen.de)



Mehr auf  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)



**Elke Heitmüller mit den Vertreter\*innen der Fußball Landesverbände des DFB**

In ihrem Vortrag erläuterte Heitmüller, dass Diversität und Inklusion im Sport, aber auch in Unternehmen unerlässlich sind. „Unsere Gesellschaft ist vielfältig, aber ein funktionierendes Miteinander gibt es nur, wenn Inklusion gelebt wird und alle einbezogen werden“, sagte Heitmüller. „Die unterschiedlichen Fähigkeiten der Menschen sind ein Erfolgsfaktor für unser Unternehmen, für den Sport und

für die gesamte Gesellschaft.“ Im Beruf, wie im Sport müsse man aber auch immer wieder Rückschläge verkraften. „Das geht nur, wenn ich Teil eines funktionierenden Teams bin und gehört werde“, erklärte die ehemalige Leistungssportlerin.

### Volkswagen hat eine gesellschaftliche Diskussion angestoßen

Bei einem Rückblick auf die Fußball-Europameisterschaft der Frauen, die in diesem Sommer in England ausgetragen wurde, gaben Stephan Franssen, Head of Sponsoring, und Christoph Adomat, Leiter Sportkommunikation, den Verbandsvertreterinnen und -vertretern im vollbesetzten Plenum einige Einblicke zur Aktivierung des Events durch Volkswagen. Neben der Einführungskampagne des ID. Buzz<sup>1</sup> war der provokante Claim #KeinFrauenfußball das zentrale Element der Kampagne. Hierbei wurde aufgezeigt, dass bei den Männern von Fußball, bei den Frauen jedoch meist von Frauenfußball gesprochen wird – als ob es eine eigene Sportart sei. „Damit haben wir eine enorme

**ACCELERATE**  
DIGITAL: ENERGIZED



## Medieninformation

Aufmerksamkeit erzeugt und eine gesellschaftliche Diskussion angestoßen“, sagte Fransen. Adomat ergänzte: „Es geht darum, das Bewusstsein zu schärfen und Vorurteile abzubauen. Wir wollen dazu beitragen, dass die Basis für Veränderungen und stärkere Gleichberechtigung im Fußball gelegt wird.“

Wie das Momentum der Frauen-EM auch im Amateurfußball zum Tragen kommen kann und mehr Frauen und Mädchen für den Sport begeistert werden können, erläuterte Dominik Durben in einem Impulsvortrag. „Ganz wichtig ist es, eine passende Ansprache zu finden, denn die ist anders als bei Männern und Jungen. Es geht zum Beispiel darum, eine Roadshow zu organisieren und die Frauen und Mädchen vor Ort thematisch abzuholen.“ Laut Durben müsse außerdem im Vereinsdialog Überzeugungsarbeit geleistet werden, damit die Klubs mehr Mädchenmannschaften gründen. „Versuchen Sie sich bei der ganzen Bandbreite an Aufgaben, die Sie haben, zu fokussieren, fordern Sie vom DFB weitere Konzepte ein. Das dürfen und sollen sie“, appellierte Durben an die Vertreterinnen und Vertreter der Landesverbände.

### **Förderung für ein einzigartiges Erfolgsprojekt aus dem Basketball**

Für einen Blick über den Tellerrand des Fußballs stellten Birgit Wittenberg und Gerd Dräger vom Förderverein Girls Baskets Regio38 e.V. ihr Projekt vor. Im Jahr 2012 haben engagierte Eltern von Basketball-Spielerinnen in der Region um Braunschweig das Projekt gestartet, um Strukturen zur Förderung des weiblichen Basketballsports aufzubauen und dabei den Basketball für Mädchen in der Breite und Spitze weiterzuentwickeln. Mit Erfolg: Das Team der Baskets, in dem Talente aus der ganzen Region aktiv sind, wurde in der weiblichen Nachwuchs-Bundesliga (WNBL) bereits zweimal Deutscher Meister. Seit diesem Jahr engagiert sich Volkswagen als Partner.

Beim abschließenden Ausblick betonte Christoph Adomat, dass das gesellschaftliche Engagement von Volkswagen nach der erfolgreichen Frauen-EM 2022 nicht enden werde. „Wir geben weiter Gas,“ sagte der Leiter Sportkommunikation von Volkswagen. „Es geht darum, Haltung zu zeigen, und das Thema Diversity über den Sport als emotionale Plattform weiter voranzutreiben. Da sind wir alle gefordert, auch der DFB und die Fußball-Landesverbände.“

<sup>1</sup> ID. Buzz Pro – Stromverbrauch in kWh/100 km: kombiniert 21,7–20,5 (WLTP); CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+++; WLTP-Reichweite: 402 bis 423 km