

30.01.2023

Fußball-Fans können „LICHTBLICK DES JAHRES 2023“ wählen

Gesellschaftlich vorbildliche Projekte rund um den Fußballsport

Aktion: Auch in diesem Jahr können Fußballfans aus ganz Deutschland über ihre persönlichen Fußball-Lichtblicke des Jahres 2023 abstimmen. Im Rahmen des Wettbewerbs, den die Voting-Plattform FanQ mit Unterstützung der Versicherungsgruppe die Bayerische durchführt, können die Anhänger soziale und ökologische Vorreiterprojekte und Aktionen vom Amateurfußball bis zur Bundesliga mit Ihrer Stimme honorieren.

Köln. Sowohl im Profi- als auch im Amateurbereich genießt der Fußball in unserer Gesellschaft eine hohe Aufmerksamkeit – im positiven aber auch im negativen Sinne. Mit dem „LICHTBLICK DES JAHRES 2023“ soll der Fokus insbesondere auf die erfreulichen Dinge des Sports gerichtet werden.

Der Award ehrt Momente, Aktionen und Projekte im Profi- und Amateurfußball aus den Bereichen „Soziales Engagement“, „Sportliche Fairness“, „Ökologische Orientierung“ und „Vielfalt/Chancengleichheit“. Damit geben die Initiatoren gemeinsam mit den Fans positiven Entwicklungen und Ereignissen im Fußball eine Bühne. Dadurch dass Projekte mit Vorbildcharakter auf diese Weise ihre verdiente Aufmerksamkeit und Anerkennung erhalten, möchte der Award deren Wirkung für Sport und Gesellschaft stärken.

In der aktuell laufenden Abstimmungsphase können die Fans deutschlandweit für jede Kategorie ihre Favoriten wählen. Die Nominierungen mit den meisten Stimmen werden dann als Lichtblicke des Jahres in der jeweiligen Rubrik ausgezeichnet. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden nach Abschluss der Voting-Phase bekanntgegeben. Abgestimmt werden kann unter folgendem Link:

www.diebayerische.de/lichtblick2023

So stehen in der Kategorie „Soziales Engagement“ die Robert-Enke-Stiftung, die sich für die Sensibilisierung für psychische Erkrankungen einsetzt, sowie das Gemeinschaftsprojekt „LEBENSRETTNER SEIN“ des DFB und der Deutschen Herzstiftung genauso zur Auswahl wie das Präventionsprojekt „Zusammen1“ zur Stärkung des organisierten Sports gegen Antisemitismus des jüdischen Sportverbands Makkabi Deutschland und der „Beirat Zukunft“ des VfL Bochum, der das Ziel verfolgt, die eigenen Fans besser in die Gestaltung der Clubzukunft einzubinden.

Kategorie	Die Nominierten
Soziales Engagement	Robert-Enke-Stiftung
	VfL Bochum - Gründung "Beirat Zukunft"
	Projekt „Lebensretter sein“ (Deutsche Herzstiftung)
	Projekt „Zusammen1“ (Makkabi Deutschland e.V.)

Vereine wie der Karlsruher SC, die Sportvereinigung Feuerbach 1883 sowie Vorwärts Spoho haben sich wiederum die eigene Verantwortung für die Umwelt auf die Fahnen geschrieben, während sich das Mönchengladbacher Textil-Start-up „11v11“ für mehr Nachhaltigkeit in der Fußballmode einsetzt.

Ökologische Orientierung	Sportvereinigung Feuerbach 1883 - Gemeinwohlökonomie-Bericht
	Karlsruher SC - Foodsharing im Hospitality-Bereich
	Vorwärts Spoho - TÜV-Zertifikat "Nachhaltiges Wirtschaften"
	Textil-Start-up „11v11“ (nachhaltige Merchandise)

Im Bereich „Vielfalt und Chancengleichheit“ hat sich das Projekt „Klartext St. Pauli“ zum Ziel gesetzt, die clubinterne Kommunikation mit Fans und Mitgliedern barrierefreier und inklusiver zu gestalten. Auch das Projekt „Steilpass“ verfolgt den Zweck, Diversität und Inklusion im Berufsfeld Fußball zu entwickeln. Um Fußballkultur und eine weltoffene Gesellschaft zu verbinden, wurden im Laufe des letzten Jahres an verschiedenen Orten in Chemnitz im Rahmen des Projekts #Heimspiel Fußballspiele und Kleinturniere ausgetragen. Der TV-Sender „DAZN“ hat hingegen mit der Einführung eines ersten reinen Frauensport-Senders auf sich aufmerksam gemacht.

Vielfalt und Chancengleichheit	DAZN RISE
	Projekt „Steilpass“
	Projekt „Klartext St. Pauli“
	Projekt #Heimspiel

Auch wenn der wirtschaftliche Aspekt im Kontext des Profifußballs eine immer bedeutendere Rolle einnimmt, kamen Fans und Akteure auch hier ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nach. So handelten die Anhänger des Karlsruher SC beispielsweise geistesgegenwärtig, indem sie einen Sichtschutz für Gästespieler Jamie Lawrence errichteten, als der Magdeburger Verteidiger nach einem Kreislaufkollaps zu Boden ging. Vor dem Spiel gegen Hertha BSC rief die aktive Fanszene von Holstein Kiel zum Sammeln für den an Lymphdrüsenkrebs erkrankten KSV-Fan Ian (16) auf. Auch die Fanszene der Hauptstadt beteiligte sich, sodass Angreifer Fabian Reese die Spenden anschließend in einem symbolischen Geldeimer an die Störche-Fans übergeben konnte. Gegen frauenfeindliche Gewalt

positionierte sich Alexandra Popp bei der WM mit ihrer Spielführerinnen-Binde. Schiedsrichterin Catarina Campos fiel bei einem Pokalspiel in Portugal dadurch auf, dass sie eine weiße Karte zückte, um ein Fair-Play-Verhalten zu würdigen.

Aktion im Profifußball	Alexandra Popp
	Caterina Campos
	Fans des Karlsruher SC
	Fan-Szene von Hertha BSC Berlin

Bei redaktionellen Rückfragen nehmen Sie gerne Kontakt auf zu FanQ-Gründer Joachim Lammert, joachim.lammert@fanq.com, 0163-5293000.

Das ist FanQ

FanQ ist die "Stimme der Fans". Es ist die einzige Fußball-Plattform, bei der die Meinung der Fans im Mittelpunkt steht. Erfahrene FanQ-Redakteure stellen täglich aktualisierte Umfragen online. Fans können zu ihren Lieblingsclubs und allen relevanten Themen des Fußballs ihre Stimme abgeben. FanQ ist interaktiv. Fans können Meinungen austauschen, sozial interagieren und eigene Fragen stellen. Daraus entsteht ein repräsentatives Stimmungsbild zu relevanten Themen im Fußball. Außerdem erstellt FanQ Langzeitstudien, um komplexe Themen zu erforschen. Die FanQ-App ist kostenlos in allen relevanten Stores. Außerdem kann man sich für die FanQ-Web-Community registrieren. FanQ hat seinen Sitz in Köln.

die Bayerische

Die Versicherungsgruppe die Bayerische wurde 1858 gegründet und besteht aus den Gesellschaften Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G. (Konzernmutter), BL die Bayerische Lebensversicherung AG und der Kompositgesellschaft BA die Bayerische Allgemeine Versicherung AG. Die gesamten Beitragseinnahmen der Gruppe betragen rund 914 Millionen Euro. Die Gruppe steigert ihr Eigenkapital kontinuierlich. Es werden zudem Kapitalanlagen von über 5 Milliarden Euro verwaltet. Mehr als 12.000 persönliche Berater stehen den rund 1,1 Millionen Kunden der Bayerischen bundesweit zur Verfügung. Die Ratingagentur Assekurata hat der Konzernmutter im aktuellen Bonitätsrating die Qualitätsnote A („sehr gut“) verliehen und bescheinigt dem Unternehmen eine weit über der Branche liegende Finanzkraft. Der BA die Bayerische Allgemeine AG wurde ebenfalls im Rahmen eines Bonitätsratings ein A verliehen. Die BL die Bayerische Lebensversicherung AG hat im Rahmen eines umfassenden Unternehmensratings ein A+ erhalten.

Pressestelle der Versicherungsgruppe die Bayerische

Thomas-Dehler-Straße 25, 81737 München

Ansprechpartner: Dr. Ingo Buchholzer | Pressesprecher Konzern & Leben

Telefon: (089) 6787-8238

E-Mail: presse@diebayerische.de

Internet: www.diebayerische.de



Kontakt

FanQ Im Mediapark 5

50670 Köln

info@fanq-app.com

0163-5293000

Kilian Weber/Joachim Lammert