

Offensiv für

FAIRPLAY

bei der Herstellung von Trikots & Co.



**Zeit für den
Outfitwechsel?**

Anstoß für Fans
und Vereine



Moderne Sklavenarbeit	3
Die „textile Kette“	4
Ökologisch? Sozial? Glaubwürdig? Worin sich die Siegel unterscheiden.	6
FAIRTRADE DEUTSCHLAND e.V.	7
FAIR WEAR	7
GOTS	8
BCI	8
BLUESIGN PRODUCT	9
OEKO-TEX® STANDARD 100	9
Wie nachhaltig sind die Ausrüster?	10
ADIDAS.	10
PUMA	10
NIKE	11
JAKO	11
Schritt für Schritt zum nachhaltigen Verein	12
WERDER BREMEN	12
FC ST. PAULI	13
UNION BERLIN	13
SV BABELSBERG	14
Aktiv für Fairplay	15
Weitere Infos Die Romero Initiative Impressum	16

ZUM BILD SEITE 3 OBEN

Auf der Berlin Fashion Week 2023 machen die Kampagne für Saubere Kleidung und Aktivist*innen der Gruppe The Yes Men mit Brandzeichen und einer „Bekleidungsline“ auf die Notlage der Adidas-Arbeiter*innen in den Produktionsländern aufmerksam.

Foto: Kampagne für Saubere Kleidung, The Yes Men

Moderne Sklavenarbeit

Hinter den Trikots unserer Spieler*innen steht oft die Geschichte von Näher*innen, die trotz Vollzeitstelle und exzessiver Überstunden nicht wissen, wie sie sich und ihre Familie ausreichend ernähren sollen.

Fairness zählt in den Textilfabriken weltweit wenig. Sportartikelhersteller machen jährlich Millionengewinne, während die vorwiegend weiblichen Näher*innen unter gesundheitsgefährdenden oder sogar lebensgefährlichen Bedingungen schuften.

Auch die ökologischen Folgen sind verheerend. Rund 1.500 Millionen Tonnen Treibhausgas-Emissionen werden jährlich durch die Produktion unserer Kleidung verursacht. Das ist mehr CO₂ als alle internationalen Flüge und die Seeschifffahrt zusammen produzieren. Bis zu ein Viertel der Chemikalien, die eingesetzt werden und in die Flüsse gelangen, sind giftig.

Wer mit Fairplay wirbt, muss dafür Sorge tragen, dass das für alle Beteiligten gilt. Auch für die Näher*innen in den Textilfabriken weltweit, die als schwächstes Glied der Kette besonderen Schutz verdienen. Sie unter sklavenähnlichen Bedingungen arbeiten zu lassen ist mehr als unsportlich.



Die „textile Kette“

Die Grafik zeigt die typischen Stationen eines Kleidungsstücks bei seiner Herstellung – und welche ökologischen oder sozialen Probleme jeweils vorherrschen. Nicht alle Labels beachten den gesamten



Rohfaser-Herstellung



NATURFASER
(z.B. Baumwolle)

CHEMIE-
FASER

VEREDELUNG

PROBLEME

- Einsatz von genmanipuliertem Saatgut, Agrarchemikalien, gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen
- Einsatz von Öl und Chemikalien, Gesundheits- und Umweltbelastung

HIER ANSETZENDE LABELS

(siehe ab S. 6)



PROBLEME

- Bleichen, Färben, Imprägnieren mit teils gefährlichen Chemikalien, die zu Gesundheits- und Umweltbelastungen führen
- Lange Arbeitszeiten, Hungerlöhne, beeinträchtigte Gesundheit und Sicherheit

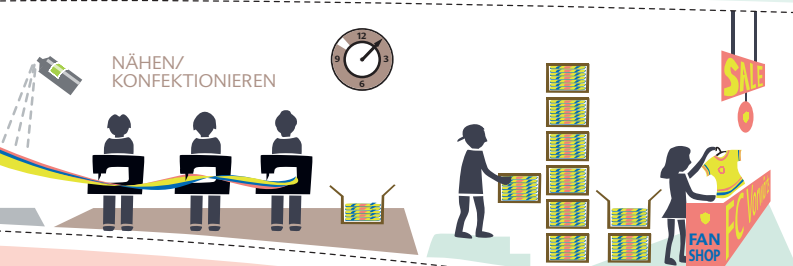
Die wichtigsten Schritte bei der Trikoherstellung

Produktionsprozess. Manche beziehen sich ausschließlich auf einzelne Stationen der textilen Kette oder setzen beispielsweise Schwerpunkte bei der Rohfaser-Herstellung oder der Verarbeitung.

Verarbeitung



Endprodukt



HIER ANSETZENDE LABELS

(siehe ab S. 6)



PROBLEME

- Schadstoffe im Endprodukt
- „Greenwashing“ mit fragwürdigen Labels

HIER ANSETZENDE LABELS

(siehe ab S. 6)



Ökologisch? Sozial? Glaubwürdig?



Worin sich die Siegel unterscheiden.

Zwischen „Greenwashing“ und ehrlichen Schritten

Nachhaltigkeit ist für immer mehr Sportler*innen wichtig. Das wissen auch die Sportartikelhersteller und bringen auf ihren Produkten Siegel an, die „öko“, „bio“ oder „fair“ versprechen. Aber wie glaubwürdig sind diese Aussagen? Woran erkennen Sportler*innen wirklich ökologisch und sozial nachhaltige Produkte?

Unsere Ampel-Bewertung im Überblick

Die Ampel zeigt unsere Bewertung in den Kategorien **Soziales**, **Ökologie** und **Glaubwürdigkeit** – für jede Kategorie von *grün* = „anspruchsvoll“ bis *rot* = „mangelhaft“ (inklusive Mischbewertung, z.B. *rot-gelb*). Trifft ein Label zu einer Kategorie keine Aussage, ist der Kreis leer (*grau*).

SOZIALES



ÖKOLOGIE



GLAUB-
WÜRDIGKEIT



Die besten Labels
einer Kategorie
werden zusätzlich
mit der Auszeichnung
VORBILD markiert.

Auf den folgenden
Seiten stellen wir die
wichtigsten Labels vor,
die auch in einigen Fan-
shops, bei Vereinen und
bei Ausrüstern zu
finden sind.

NÄHER
HINSEHEN
– LABELS
CHECKEN!



Ausführliche
Bewertungen und
Hintergrundinfos zu
über 90 Labels ...

online auf
labelchecker.de



gedruckt in unserem
„Wegweiser durch das
Label-Labyrinth“*



* bestellbar bei der
Herausgeberin,
siehe letzte Seite

Die Standards für den fairen Handel bestimmt die Dachorganisation Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International, FLO). In Deutschland erfolgt die Siegelvergabe und Vermarktung durch Fairtrade Deutschland e.V. Es gibt unter anderem einen Textilstandard, das Textilprogramm sowie einen Standard für Baumwolle.

Die ökologischen Kriterien sind gut, die Sozialstandards anspruchsvoll. Das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen wird unterstützt, existenzsichernde Löhne werden gefordert. Durch langfristige Lieferbeziehungen sowie die Zahlung eines Mindestpreises wird die Abhängigkeit vom Weltmarktpreis reduziert.

Fairtrade Deutschland e.V.



Fair Wear ist eine Multi-Stakeholder-Initiative, also ein Zusammenschluss von unterschiedlichen Interessensgruppen. Aktuell gibt es 136 Mitglieder, darunter der 1. FC St. Pauli, Stanley/Stella, Continental Clothing, Schöffel und Maier Sports. Fair Wear zielt auf die Verbesserung von Arbeitsbedingungen, insbesondere in Nähfabriken, in denen Bekleidung, Schuhe und andere Textilprodukte produziert werden.

Die Sozialstandards sind anspruchsvoll. Fair Wear begutachtet bei der sogenannten Brand-Performance-Prüfung, inwiefern die Beschaffungspraktiken der Mitgliedsunternehmen die Arbeitsbedingungen vor Ort verbessern. Sie zeichnet sich durch eine sehr hohe Glaubwürdigkeit aus. Fair Wear gilt im Textilbereich als Vorbild in den Kategorien Soziales und Glaubwürdigkeit.

Fair Wear



Global Organic Textile Standard (GOTS)



Der Global Organic Textile Standard (GOTS) ist ein Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern. Entwickelt wurde der Standard aus einem Zusammenschluss verschiedener Standardorganisationen.

GOTS weist gute ökologische Standards aus. Die Sozialstandards sind mittelmäßig. Für die glaubhafte Überprüfung der Einhaltung sozialer Kriterien ist eine stärkere Einbindung lokaler Akteur*innen erforderlich.



Better Cotton Initiative (BCI)



Die Better Cotton Initiative (BCI) wurde 2009 gegründet. Es handelt sich um eine Multi-Stakeholder-Initiative, der mittlerweile etwa 2.400 Mitglieder beigetreten sind, u.a. Adidas, Amer Sports, Nike, Puma. Zwölf Prozent der globalen Baumwollproduktion werden durch die BCI zertifiziert.

Die BCI betrachtet nur die Baumwollproduktion und stellt keine Anforderungen an die Weiterverarbeitung des Rohstoffs. Die Baumwollproduktion gemäß BCI-Standards stellt eine Verbesserung zum konventionellen Anbau dar. Es handelt sich jedoch nicht um Bio-Landbau, denn genmanipuliertes Saatgut ist erlaubt. Die Nutzung des Labels am Endprodukt kann für Konsument*innen verwirrend sein, da im Produkt nicht zwingend zertifizierte Baumwolle steckt.



Labelinhaberin ist die bluesign technologies AG. Sie wurde im Jahr 2000 in der Schweiz gegründet. Partner*innen des Bluesign-Systems sind Handelsmarken (z.B. Adidas, Jack Wolfskin, Jako, Nike, Vaude) sowie Chemieunternehmen.

Beim Bluesign-Siegel handelt es sich in erster Linie um ein Umweltzertifikat, das auch den Schutz der Arbeiter*innen beim Umgang mit Chemikalien abdeckt. Die sozialen Kriterien stehen nicht im Fokus. Begrüßenswert ist die umfassende Negativliste schädlicher Chemikalien sowie die Positivliste: der Bluesign „bluefinder“. Dort sind in einer umfassenden Datenbank alle chemischen Produkte aufgeführt, welche die Bluesign-Kriterien erfüllen.

Bluesign Product

bluesign®
PRODUCT



Die OEKO-TEX®-Gemeinschaft vergibt fünf Labels mit unterschiedlichem Fokus. Der STANDARD 100 ist am weitesten verbreitet und ein **reines Verbraucher*innenschutz-siegel**: Es prüft die Schadstoffrückstände am Endprodukt (inkl. aller Komponenten, z.B. Knöpfe, Reißverschlüsse usw.). Der Fokus von Oeko-Tex 100 ist Produktsicherheit, die durch Schadstoffprüfungen kontrolliert wird.

Die Herstellungsbedingungen untersucht Oeko-Tex 100 nicht. Folglich sagt dieses Siegel nichts über die sozialen und ökologischen Bedingungen bei der Herstellung aus.

OEKO-TEX® STANDARD 100



Wie nachhaltig sind die Ausrüster?

Proficlubs erhalten Millionen durch Ausrüster- und Sponsoring-Gelder sowie den Verkauf ihrer Trikots und Fanartikel. Adidas, Nike, Puma und Jako zählen zu den größten Ausrüstern in Deutschland. Sie liefern den Vereinen jede Saison die neuesten Modelle. Auch Amateurvereine sind durch Ausrüsterverträge gebunden und erhalten günstige Trikotsätze: ein wichtiger Kostenfaktor. In puncto Nachhaltigkeit weisen viele Ausrüster Schwachstellen auf.



Ausrüster u.a. von

- 1. FC Union Berlin
- FC Bayern München
- DFB



Ausrüster u.a. von

- Borussia Dortmund
- Borussia M'gladbach

Adidas ist die größte Sportmarke Deutschlands. Ein großer Teil der Produkte besteht aus Polyester, hergestellt aus Rohöl. Bis 2024 will der Konzern nahezu vollständig auf recycelten Polyester umsteigen und zwar aus altem Plastik. Für das DFB-Fantrikot wurde allerdings zur Fußball-WM 2022 belegt: Der Kunststoff stammte nicht wie angegeben von einer Umweltorganisation, die unter anderem auf den Malediven Müll-Sammelprojekte betreibt, sondern auch von Mülldeponien aus Thailand und Indonesien, wo Kinder Plastik sammeln.

Bei Puma werden Risiken in der Lieferkette transparent dargestellt, aber es fehlen Informationen über eine wirksame und flächendeckende Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Obwohl festgestellt wird, dass vor allem die zu niedrigen Löhne der Arbeiter*innen immer noch ein Problem darstellen, entsteht nicht der Eindruck, dass sich daran durch eine klare Strategie hin zu existenzsichernden Löhnen in Zukunft etwas ändern könnte.



Ausrüster u.a. von

- Bayer Leverkusen
- VfB Stuttgart
- Preußen Münster

Obwohl Jako in Sachen Umsatz und Mitarbeiter*innen vergleichsweise klein ist, spielt das Unternehmen beim Thema Engagement in der eigenen Lieferkette bei den Großen mit. Positiv fällt insbesondere die Bereitschaft zu konkretem Handeln auf: Als Mitglied des deutschen Textilbündnisses hat Jako Interesse an Modellen hin zu existenzsichernden Löhnen angezeigt.



Ausrüster u.a. von

- RB Leipzig
- VfL Wolfsburg
- Eintracht Frankfurt
- Hertha BSC Berlin
- FC Augsburg

Dem weltweit größten Sportartikelhersteller Nike stehen zahlreiche Ressourcen zur Verfügung, die das Unternehmen zum Teil auch in sein Nachhaltigkeitsmanagement investiert. Es häufen sich jedoch Fälle von sogenanntem „Woke-Washing“ (soziales Engagement, das mehr Schein als Sein ist). Trotz seiner Milliarden Gewinne kann das Unternehmen nicht nachweisen, dass es seinen Arbeiter*innen einen existenzsichernden Lohn zahlt.

Fazit

Bei den Ausrüstern zeigen sich deutliche Fortschritte in puncto Transparenz, aber bisher fehlen ausführliche Risikoanalysen und wirksame Maßnahmen zur Beseitigung der Risiken, hauptsächlich beim drängenden Thema Löhne. Die Verwendung von aus Erdöl gewonnenen Materialien wurde reduziert, vor allem durch den Einsatz von recyceltem Polyester. Beim Einscannen eines QR-Codes erhalten Kund*innen teilweise Informationen darüber, wo und von wem der Artikel unter welchen Bedingungen gefertigt worden ist. Dies darf jedoch nicht, wie im Falle des DFB-Trikots, zum Greenwashing missbraucht werden. Trikots aus der letzten Saison landen noch zu oft auf Mülldeponien, trotz zunehmender Upcycling-Kollektionen.



Schritt für Schritt zum nachhaltigen Verein

Einige Vereine sind schon auf einem guten Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Wir stellen hier eine Auswahl vor.



GRÜNZEUG
BEI WERDER



*„In den vergangenen Jahren haben wir große Fortschritte gemacht, indem wir unter anderem GOTS- und Fair-trade zertifizierte Produkte anbieten. Wir wissen, dass wir noch nicht perfekt sind, aber unser Anspruch ist es, uns immer weiter zu verbessern. Neben der Umsetzung verschiedener Maßnahmen setzen wir auf einen aktiven Dialog mit Mitarbeiter*innen, Fans, Lieferant*innen und Partner*innen.“*

Petra Stelljes, Geschäftsführerin Werder Bremen Fan-Service GmbH

Im Fanshop gibt es unter dem Slogan „zertifiziertes Grünzeug“ rund zehn Prozent zertifizierte Textilien.



IMMER BESSER



Beim FC St. Pauli geht es gemäß seiner Nachhaltigkeitsstrategie „NOT PERFECT BUT BETTER“ Schritt für Schritt in Richtung mehr Nachhaltigkeit. Der Verein wird unabhängig und transparent durch die Fair Wear Foundation geprüft.

*„Unsere Vereinsmitglieder haben uns den klaren Auftrag erteilt, Produkte fair und nachhaltig zu produzieren. Der FC St. Pauli weiß um seine Verantwortung, die er als Produzent von Sportbekleidung für die Arbeiter*innen in den Fabriken mitträgt und möchte dieser gerecht werden. Gleichzeitig glauben wir, dass der Multi-Stakeholder-Ansatz der Fair Wear Foundation, sowohl Markenanbieter*in als auch Auftraggeber*in mit in die Verantwortung zu nehmen, der einzig richtige Weg ist, um die Verhältnisse nachhaltig zu verbessern.“*

Bernd von Geldern, Geschäftsleiter Wirtschaft



Foto: FC St. Pauli

DUFTE UNION



Der 1. FC Union Berlin legt viel Wert auf die eigene Fußballkultur und besitzt eine äußerst aktive Fanszene. Im Fanshop gibt es rund 100 zertifizierte T-Shirts und Pullover, kurze Hosen oder Baby- und Kinderkleidung für den bewussten Fußballfan.



POKAL FÜR NULLDREI



Der SV Babelsberg 03 unterstützt z.B. offiziell die Initiative Lieferkettengesetz und setzt sich damit für die Achtung von Menschenrechten und Umweltstandards weltweit ein. Der Verein bezieht seine fairen Produkte von Stanley/ Stella, die unter anderem von GOTS und Fair Wear zertifiziert sind. Durch die Kombination der beiden Siegel soll sichergestellt werden, dass sowohl soziale als auch ökologische Aspekte bei der Produktion berücksichtigt werden. Viele der Merchandise-Ideen stammen zudem aus dem eigenen Fanlager. Sowohl bei Sponsor*innen als auch bei den eigenen Lieferbetrieben achtet der Verein sehr stark darauf, dass bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllt werden. Der SV Babelsberg 03 zeigt, dass auch ein geringes Budget ausreicht, um nachhaltig produzierte Fanartikel in den Online-Shop zu integrieren. Andere Vereine aus höherklassigen Ligen können sich an diesem Club ein Beispiel nehmen.

Fazit

Wichtig ist, dass die Vereine eine Vorbildrolle einnehmen und eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte innerhalb ihrer eigenen Wertschöpfungsketten abgeben. Die Vereine sollten nach strengen Richtlinien ihre Lieferfirmen, Sponsor*innen und Ausrüster wählen.

FRAG NACH!

Geh rein in die Shops und frag, ob sie bereits fair gehandelte Fanartikel führen. Wenn die Fußballklubs sehen, dass Nachfrage besteht, fällt die Ausrichtung des Sortiments hin zu mehr Nachhaltigkeit deutlich leichter.

KAUFE BEWUSST!

Wenn es doch der Neukauf sein soll, achte auf vertrauenswürdige Siegel für nachhaltige Produktionsbedingungen. Es gibt mittlerweile immer mehr zertifizierte Sportartikel.



AKTIV FÜR FAIRPLAY

Die Verantwortung liegt nicht allein bei den Vereinen und auf dem Platz. Jeder Fan und jedes Vereinsmitglied kann dazu beitragen, dass Fairplay in die Offensive geht.

WENIGER IST MEHR!

Wir kaufen mittlerweile so viele Kleidungsstücke, dass wir mehr als zwei Drittel der Sachen in unserem Kleiderschrank selten bis nie tragen. Damit verschwenden wir enorme Mengen an Ressourcen. Ein Trikot hält auch mehrere Seasons!



DAS FAIRE OUTFIT HOLT DIE PUNKTE!



ENGAGIERE DICH!

Fangruppen können Projekte in Zusammenarbeit mit den Vereinen und (lokalen) NGOs organisieren. Schlag dem örtlichen Fußballverein vor, beim nächsten Mal einen nachhaltigen Trikotsatz zu kaufen — bei einem ambitionierten Ausrichter. Nimm an Seminaren teil und verbinde dich mit anderen Initiativen und Clubs.

TAUSCH DICH GLÜCKLICH!

Du bringst ein paar alte Sachen mit, die nur im Schrank herumliegen und nimmst dir dafür neue Lieblingsstücke mit. Wann und wo nichts! Schau nach, ob du etwas tauschen kannst. Bei Bedarf findest du auch einen Trikottausch im Verein.



WEITERE INFOS

Von der CIR:
„Moral im Abseits“

Mit dieser Broschüre
schauen wir hinter die
Kulissen und zeigen,
wie Sportindustrie und
Sportartikelhersteller
Menschen ausbeuten.

[ci-romero.de/produkt/
broschuere-sport](http://ci-romero.de/produkt/broschuere-sport)



Von cum ratione:
„Die Vereine im
Ranking — So fair
sind ihre Shops!“

[cum-ratione.org/
downloads](http://cum-ratione.org/downloads)



Von Sport handelt fair:
„Der nachhaltige
Sportverein der
Zukunft“

[sporthandeltfair.com/
bildungs-und-informa-
tionsmaterialien](http://sporthandeltfair.com/bildungs-und-informationsmaterialien)



 **romero
initiative**
STIMME FÜR GERECHTIGKEIT

**Kampagne
für Saubere
Kleidung**

Clean Clothes Campaign Germany

Die Romero Initiative (CIR), ist Teil der Clean Clothes Campaign (CCC), eines internationalen Netzwerks von 200 Organisationen, die sich weltweit für bessere Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie einsetzen. Die CIR informiert Verbraucher*innen, unterstützt Arbeitsrechtsorganisationen und führt Kampagnen durch. Gemeinsam mit der CCC und kritischen Fans, mit Sportler*innen, Clubs und Vereinen wollen wir die Sportartikelindustrie zur konkreten Übernahme ihrer Verantwortung bewegen und für würdige Arbeitsbedingungen in den Weltmarktfabriken sorgen.

Mehr von der CIR zum Thema:

[ci-romero.de/
kritischer-konsum/
kleidung](http://ci-romero.de/kritischer-konsum/kleidung)



IMPRESSUM

Christliche Initiative Romero e.V.
Sandra Dusch Silva (V.i.S.d.P.)

Schillerstraße 44a
48155 Münster

T. +49 (0)251 / 67 44 13 - 0
cir@ci-romero.de
www.ci-romero.de

Gestaltung: grafischer.com

Druck: COS GmbH, Hersbruck,
auf 100 % Recyclingpapier

Dezember 2022

Gefördert durch ENGAGEMENT
GLOBAL mit Mitteln des Bundes-
ministeriums für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Gefördert durch die



STIFTUNG UMWELT
UND ENTWICKLUNG
NORDRHEIN-WESTFALEN

Die Veröffentlichung wurde mit finanzieller Unterstützung von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ und der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen ermöglicht. Für den Inhalt der Veröffentlichung ist allein die Christliche Initiative Romero verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung oder der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen wieder.