



Analyse der Ausrüster

Im Folgenden wird unsere ausführliche Analyse der Ausrüster der 36 Mannschaften aus der 1. und 2. Bundesliga dargestellt. Die Kriterien im Vergleich zum Vorjahr sind identisch. Eine genaue Beschreibung findet sich im Schlüssel zur Bewertung der Bundesligisten.

Im Vergleich zum Vorjahr lässt sich feststellen, dass die Bewertungen bei einem Großteil der Ausrüster gleich geblieben sind. Die Lohn-Problematik besteht weiterhin und wurde durch die Covid-19-Pandemie sogar noch verschärft. Viele Arbeiter*innen können ihr Überleben nur gerade so sicherstellen und haben keinerlei Möglichkeiten, Teile des Gehaltes zum Sparen zurückzulegen. Kommt es dann zu weltweiten Krisen wie dieser, in der Millionen von Arbeiter*innen entlassen

wurden und keine Löhne erhalten haben, droht vielen der Hungertod. Aus diesem Grund haben wir in unserer Analyse den Fokus auf Existenzlöhne gesetzt und das Kriterium mit 40% gewichtet, auch wenn selbstverständlich andere Themen wie Vereinigungsfreiheit oder geschlechtsspezifische Gewalt ebenfalls wichtig sind. Es darf nicht sein, dass Sportartikelhersteller, die Millionen für Marketing und das Sponsoring von Sportler*innen und ganzen Mannschaften ausgeben, bei den

Arbeiter*innen am Ende ihrer Lieferkette sparen. Fair P(l)ay muss alle umfassen!

Wir freuen uns jedoch sehr, dass mit DIY ein spannender neuer Ausrüster hinzugekommen ist, von dem ihr unbedingt einmal gehört haben solltet. Die Eigenmarke des FC St. Pauli erreicht bei uns eine 80 und hebt sich damit von den anderen Ausrüstern ab. Wenn ihr mehr wissen wollt, dann schaut euch gerne die Profile auf den nächsten Seiten an.

Adidas



PUNKTE	
Gesamt	60
Transparenz	100
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- 1. FC Union Berlin
- FC Bayern München
- FC Erzgebirge Aue
- Fortuna Düsseldorf
- Hamburger SV
- Holstein Kiel
- 1. FC Nürnberg

Adidas gehört neben Nike zu den erfolgreichsten Sportartikelherstellern der Welt und ist damit die größte Sportmarke Deutschlands.

Dass das Unternehmen aufgrund seiner Größe ganz andere Ressourcen zur Verfügung hat als kleinere Hersteller, spiegelt sich auch beim Thema Nachhaltigkeit wider. Die dazugehörige Unterseite bietet zahlreiche Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement, Produkten oder den dahinterstehenden Menschen. Dort findet sich auch der Nachhaltigkeitsbericht, der unter anderem die bei den Audits festgestellten Mängel (z.B. Arbeitszeit, Löhne) sehr ausführlich darstellt. Auch auf die Möglichkeiten von (anonymer) Kritik durch flächendeckend zur Verfügung stehende Beschwerdemechanismen wird explizit eingegangen.

Positiv ist weiterhin, dass die weltweite Lieferantenliste öffentlich verfügbar ist

und Informationen darüber bestehen, wie groß der Anteil von Frauen und Wanderarbeiter*innen – zwei besonders für Arbeitsrechtsverletzungen anfälligen Personengruppen - in den einzelnen Fabriken ist. Leider erhalten die Adidas Workplace Standards für Zuliefererbetriebe nur die üblichen Formulierungen zum Thema Löhne, es gibt somit keine öffentliche Verpflichtung zur Zahlung von Existenzlöhnen, die auch die Familien der Arbeiter*innen miteinschließt und die eigene Verantwortung des Unternehmens betont.

In den Jahren 2021 bis 2025 möchte Adidas Lohnbewertungen bei seinen internationalen Herstellern durchführen und mithilfe verschiedener Hebel (z.B. eigene Beschaffungspraktiken, Interaktion mit Regierungen) das Thema der fairen Entlohnung stärker vorantreiben. Das ist gut. Konkrete Zielsetzungen und Maßnahmen, wie ein existenzsichernder Lohn für alle Arbeiter*innen in den weltweiten Zuliefererbetrieben erreicht werden soll, fehlen jedoch weiterhin. Es gibt keinerlei Informationen, dass aktuell faire Löhne gezahlt werden und auch in naher Zukunft ist keine grundlegende Verbesserung der Situation in Sicht. ^{A1}

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

SV Darmstadt 98

Die Marke CRAFT ist als Ausrüster bislang noch relativ unbekannt. Lediglich der SV Darmstadt arbeitet mit dem Sportartikelhersteller aus Schweden. Auf der Website bekennt sich CRAFT zur Achtung der Menschenrechte und bezieht sich dabei auf den amfori-Verhaltenskodex. Da dieser zwar alle wichtigen Punkte enthält, es jedoch keinen direkten Link zu diesem Dokument gibt, enthält der Ausrüster hier nicht die volle Punktzahl. CRAFT berichtet auch von eigenen Kontrollen in den Zuliefererbetrieben, was wir gutheißen. Eine öffentliche Lieferantenliste ist jedoch leider nicht vorhanden, die Hauptproduktionsorte bleiben unbekannt. Die Marke gibt ebenfalls an, Teil verschiedener Markeninitiativen zur Verbesserung der Situation in den Produktionsländern zu sein. An dieser Stelle wären jedoch verbindliche Abkommen mit Gewerkschaften besser, um wirkliche Veränderungen bewirken zu können. Da keine transparenten Daten zum Thema Löhne vorliegen und auch keine konkreten Projekte vorgestellt werden, lässt sich schließen, dass CRAFT von der Zahlung existenzsichernder Löhne noch weit entfernt ist. ^{A2}

Craft



PUNKTE	
Gesamt	20
Transparenz	20
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

DIY



PUNKTE	
Gesamt*	80
Transparenz	60
Wirksamkeit	20
Verhaltenskodex	100

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

■ **FC St. Pauli**

DIY mag den meisten als Ausrüster unbekannt vorkommen. Und das hat auch seinen Grund: Der FC St. Pauli lässt seine Trikots unter diesem Namen künftig selbst herstellen. Das ist einzigartig in Deutschland! Wurde der Verein in den vergangenen Saisons für seine Zusammenarbeit mit dem Ausrüster Under Armour noch hart kritisiert, so soll bei der neuen Kollektion das Thema Nachhaltigkeit nun ganz vorne stehen.

Neben den beliebten Trikots finden Fußball*innen hier alles, was sie für das Training oder die Entspannung danach benötigen. Als Material verwendet werden hier ausschließlich Textilien mit recyceltem Polyester (Anteil min. 50 %, meistens 90 bis 100%) oder aus Bio-Baumwolle. St. Pauli hat einen Social Code of Conduct veröffentlicht, der alle wichtigen Punkte enthält. Die Länder, in denen die Kollektion hergestellt wird, können auf der Website eingesehen werden. Die Liste der Lieferanten ist aufgrund der Entscheidung der Partner*innen vor Ort zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht öffentlich, der Verein rechnet aber damit, diese mittelfristig davon überzeugen zu können, dass durch eine Offenlegung der Produktionsbetriebe keine Nachteile entstehen. Auch die Ergebnisse der Überprüfung der Fabriken und Nachhaltigkeitsberichte sollen Schritt für Schritt transparent kommuniziert werden.

Besonders positiv hervorzuheben ist, dass der FC St. Pauli als erster und bisher einziger Fußballverein Mitglied der Fair Wear Foundation ist. Diese gilt in Bezug auf die Glaubwürdigkeit und die sozialen Kriterien als Vorbild unter den Multi-Stakeholder-Initiativen und beinhaltet beispielsweise die aktive Förderung der Zahlung von Existenzlöhnen. Aus diesem Grund erhält DIY von uns auch 20 Punkte beim Kriterien „Wirksamkeit: Existenzlöhne“. Zukünftig muss jedoch trotzdem nachgewiesen werden, dass die Mitgliedschaft in der Fair Wear Foundation auch dazu führt, dass konkrete Belege für Löhne, die zum Leben ausreichen, gegeben werden können.^{A3}

**Nach der normalen Gewichtung würde DIY 60 Punkte erhalten. Wir haben an dieser Stelle 20 Sonderpunkte vergeben, da der Ausrüster gewährleisten kann, dass sämtliche Artikel im Sortiment aus nachhaltigen Materialien und unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien entlang der Lieferkette produziert worden sind. Das ist ein großer Unterschied zu den großen Sportartikelherstellern, die eher mit Einzelprodukten bzw. bestimmten Kollektionen für Nachhaltigkeit werben wollen.*

■ **Jako**



PUNKTE	
Gesamt	40
Transparenz	60
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- **Bayer Leverkusen**
- **VfB Stuttgart**

Obwohl Jako in Sachen Umsatz und Mitarbeiter*innen deutlich kleiner als die Platzhirsche Adidas und Nike ist, spielt das Unternehmen beim Thema Engagement in der eigenen Lieferkette eher oben mit.

Positiv fällt insbesondere die Bereitschaft zu konkreten Handlungen auf: Als Mitglied des deutschen Textilbündnisses hat Jako Interesse am geplanten Modul zu existenzsichernden Löhnen angezeigt. So eine gezielte Verpflichtung würden wir uns von anderen Sportmarken auch wünschen. Trotz des guten Ansatzes finden sich allerdings keine Hinweise dar-

auf, dass schon wirksam und flächendeckend eine sichtbare Verbesserung der Lohnsituation stattgefunden hat.

Auch was die Transparenz angeht, könnte Jako jedoch noch mehr machen: zwar veröffentlicht das Unternehmen im Zuge der Mitgliedschaft im Textilbündnis einen öffentlichen Fortschrittsbericht, die darin erwähnten JAKO Sustainable Principles sind jedoch nirgends auffindbar. Ebenfalls existiert leider keine frei zugängliche Lieferantenliste. Beim Verhaltenskodex verweist das Unternehmen auf die amfori-Richtlinien, die alle wichtigen Punkte ansprechen und bei der Definition von existenzsichernden Löhnen auch die Bedürfnisse der Familie der Arbeitenden einschließen. Es scheint, als sei Jako auf einem guten Weg, es bleibt jedoch weiterhin genug zu tun.^{A4, A5}

■ **Joma**



PUNKTE	
Gesamt	20
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	40

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

■ **TSG Hoffenheim**

Joma ist ein aufstrebender spanischer Sportartikelhersteller mit einer wachsenden Zahl von Sportler*innen, Sportvereinen und Verbänden, die vom Unternehmen ausgerüstet werden.

Äußerst positiv ist zu erwähnen, dass der

Verhaltenskodex mit einem eigenen Reiter sehr leicht auf der Website zu finden ist und das Thema Löhne ausführlich beschreibt. So wird berücksichtigt, dass die Zahlung der Löhne auch die Bedürfnisse der Familie miteinbeziehen sollte und Arbeiter*innen transparent über Lohnbedingungen und ausgezahlte Gehälter informiert werden sollten.

Sehr kritisch gesehen werden muss jedoch, dass das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen keine Erwähnung findet. Leider erfahren Interessierte auch nicht, wie genau die Vorgaben in der Realität umgesetzt werden. Es gibt keinerlei Angaben zu konkreten Maßnahmen oder Projekten und auch die Lieferkette ist nicht öffentlich zugänglich.

Ohne weitere Informationen liegt der Verdacht nahe, dass nicht viel hinter den Aussagen auf dem Papier steckt.^{A6}

■ **Kappa**



PUNKTE	
Gesamt	20
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

■ **1. FSV Mainz 05**

Seit der letzten Saison ist der italienische Sportartikelhersteller Ausstatter vom FSV Mainz 05 und feierte damit sein Comeback in der Bundesliga. In unserer

Studie schneidet Kappa jedoch nicht besonders gut ab: Auf der eigenen Website wird das Wort Nachhaltigkeit leider mit keinem einzigen Wort erwähnt. Es finden sich also weder ein Nachhaltigkeitsbericht noch transparente Informationen zu Produktionsstandorten oder eigenen Projekten zur Unternehmensverantwortung. Kappa ist allerdings ein Unternehmen der Schmidt Group und profitiert in unserem Ranking von der ausführlicheren Beschreibung des Mutterkonzerns. Dort lässt sich feststellen, dass der amfori-Verhaltenskodex auch für Kappa Anwendung findet. Obwohl diese Richtlinien auf dem Papier alle wichtigen Punkte abdecken, geben wir an dieser Stelle 80 Punkte, da es sich nicht um einen eigenen Verhaltenskodex handelt und auch kein direkter Link zum amfori-Kodex zu finden ist. Kappa sollte unbedingt beginnen, das Thema Nachhaltigkeit auch auf der eigenen Seite zu behandeln und wirksame Projekte aufzubauen.^{A7}

■ **Macron**



PUNKTE	
Gesamt	0
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	0

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- **Arminia Bielefeld**
- **Hannover 96**
- **Karlsruher SC**

Vor einigen Jahren in Deutschland noch recht unbekannt, hat der italienische

Sportartikelhersteller Macron nun begonnen, auch Teams aus der 1. und 2. Bundesliga auszustatten.

Dass über das Unternehmen generell recht wenig bekannt ist, gilt insbesondere für den Bereich Nachhaltigkeit: Hatten wir im letzten Bericht noch positiv erwähnt, dass der Verhaltenskodex für Zuliefererbetriebe schnell zu finden ist, scheint das Dokument nun von der Website verschwunden zu sein. Stattdessen gibt es einige Informationen dazu, wie sich der Sportartikelhersteller für den Planeten einsetzen möchte, zum Beispiel durch einen vermehrten Einsatz von recycelten Kunststoffen und Öko-Verpackungen. Das ist zwar ein guter Ansatz, dennoch dürfen die sozialen Bedingungen bei der Herstellung der Sportartikel nicht vernachlässigt werden.

Das Unternehmen sollte schnell transparente Angaben zu Produktionsstandorten und gewählten Lieferanten machen und muss unbedingt einen klaren Stufenplan entwickeln, wie faire Löhne in den Zuliefererbetrieben sichergestellt werden können. Aktuell reicht es daher leider nur für den letzten Platz.^{A8}

■ **Nike**



PUNKTE	
Gesamt	60
Transparenz	100
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- RB Leipzig
- VfL Wolfsburg
- Eintracht Frankfurt
- Hertha BSC Berlin
- FC Augsburg
- VfL Bochum 1848
- SC Freiburg
- 1. FC Heidenheim
- Hansa Rostock

Als weltweit größtem Sportartikelhersteller stehen Nike zahlreiche Ressourcen zur Verfügung, die das Unternehmen zum Teil auch in sein Nachhaltigkeitsmanagement investiert.

Die Berichterstattung auf der englischen Seite ist extrem ausführlich, wichtige Dokumente wie der Verhaltenskodex oder die Leadership Standards können schnell gefunden werden. Die Lieferantenliste Nikes ist nicht nur öffentlich zugänglich, sondern kann interaktiv bedient werden. Es gibt verschiedene Filteroptionen, wie beispielsweise Land, Geschlecht oder Zahl der Wanderarbeiter*innen.

Interessant sind auch die Beschreibung eines Projektes zur Erhöhung der Löhne durch eine Umstellung der Lohnsysteme in einer der Zuliefererfabriken sowie die Umfrage zur Zufriedenheit, an der etwa 270.000 ⁵⁵ Arbeiter*innen teilgenommen haben. Leider wird diese Studie nur erwähnt, die detaillierten Ergebnisse sind jedoch nicht öffentlich einsehbar. Auch das Ziel der Lohnsteigerung u.a. durch eine gesteigerte Produktivität im beschriebenen Projekt lässt befürchten, dass höhere Löhne nur durch eine noch stärkere Arbeitsbelastung der Arbeiter*innen erreicht werden sollen. Die bislang durchgeführten Maßnahmen sind nur punktuell und stellen keinen ganzheitlichen Ansatz für eine langfristige Wirkung dar. Dem Unternehmen muss klar sein, dass eine Änderung der eigenen Einkaufspraktiken ein notwendiger Schritt ist, um wirkliche Veränderungen erzielen zu können.

Nike schneidet in unserer Umfrage neben Diyi und Adidas zwar am besten ab, das Unternehmen trägt aufgrund seiner Größe jedoch auch deutlich mehr Verantwortung. Es muss seine Marktmacht besser nutzen. ^{A9}

Puma



PUNKTE	
Gesamt	40
Transparenz	80
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- Borussia Dortmund
- Borussia Mönchengladbach
- Greuther Fürth
- FC Ingolstadt

Der zweitgrößte deutsche Sportartikelhersteller Puma nimmt das Thema Transparenz schon sehr ernst: Neben klaren Ansprechpartner*innen im CSR-Bereich und einer sehr übersichtlich und informativ gestalteten Nachhaltigkeitsseite ist auch die Liste der Lieferanten öffentlich verfügbar.

Der unternehmenseigene Verhaltenskodex kann schnell gefunden werden und ist in über 40 Sprachen zu lesen.

Zusätzlich werden Risiken in der Lieferkette transparent dargestellt, insbesondere für die Bereiche Lohn, Vereinigungsfreiheit und Diskriminierung von Frauen.

So transparent das Unternehmen viele Daten auch darstellt, fehlen jedoch Hinweise auf eine wirksame und flächendeckende Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch Pumas Engagement. Obwohl festgestellt wird, dass vor allem die zu niedrigen Löhne der Arbeiter*innen noch ein Problem darstellen, entsteht nicht der Eindruck, dass das durch

eine klare Strategie hin zu existenzsichernden Löhnen in Zukunft verändert werden würde. Es liegt jedoch in der Unternehmensverantwortung Pumas, unter anderem durch Änderung seiner Einkaufspraktiken dafür zu sorgen, dass höhere Löhne gezahlt werden können.

Es bedarf eines konkreten Plans, um die in der Analyse gefundenen Risiken effektiv beheben zu können. ^{A10}

Saller



PUNKTE	
Gesamt	0
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	0

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- SC Paderborn 07
- SSV Jahn Regensburg
- SV Sandhausen

Bei Sport-Saller handelt es sich um einen sehr kleinen Produzenten für Fußball- und Teamsportbekleidung mit etwa 70 Mitarbeiter*innen am Unternehmenssitz in Weikersheim.

In unserer Analyse landet der Sportartikelhersteller zusammen mit Uhlsport und Macron auf dem letzten Platz, da keinerlei Informationen über dessen Engagement in Sachen Nachhaltigkeit zu finden sind. Das Thema wird auf der Unternehmenswebsite in keinem Satz erwähnt und auch ein Verhaltenskodex ist nicht zu finden. Gleiches gilt für Daten

zur eigenen Lieferkette, die nicht öffentlich zugänglich sind.

Sport-Saller ist in seinen Nachhaltigkeitsbestrebungen absolut intransparent, es besteht großer Nachholbedarf. Auch wenn es ein sehr kleines Unternehmen ist, darf es seine Verantwortung nicht ignorieren. Es ist klar, dass Ressourcen für ein fundiertes Nachhaltigkeitsmanagement und die dazugehörige Berichterstattung in der Größenordnung von Nike oder Adidas fehlen, dennoch sollte an dieser Stelle etwas mehr erwartet werden können. ^{A11}

Uhlsport



PUNKTE	
Gesamt	0
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	20

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- 1. FC Köln

Bei Uhlsport handelt es sich um ein mittelständisches deutsches Unternehmen, das viel Wert auf seine traditionellen Wurzeln legt.

Die Markenidentität baut dabei auf vermeintlich typischen deutschen Tugenden wie Fleiß, Verlässlichkeit und Verantwortung auf. Diese Verantwortung soll laut Angaben auf der Website insbesondere auch im Hinblick auf soziale und ökologische Standards gelten. Im Text dazu wird betont, dass soziale Kriterien

bei der Auswahl der Lieferanten eine Rolle spielen und bestimmte Vorgaben zur Arbeitssicherheit sowie einem sozialverantwortlichen Umgang mit den Arbeiter*innen eingehalten werden müssen. Da weder ein Verhaltenskodex noch andere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit öffentlich zugänglich sind, gibt es leider keine Möglichkeit, die Angaben des Sportartikelherstellers zu überprüfen. Weiterhin finden sich auch keine frei zugänglichen Daten zur eigenen Lieferkette. Wenn dem Unternehmen das Thema Verantwortung am Herzen liegt, dann sollte es zukünftig größeren Wert auf Transparenz legen sowie konkrete Projekte zur Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen durchführen und diese offenlegen. ^{A12}

Umbro



PUNKTE	
Gesamt	20
Transparenz	0
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	60

Ausgestattete Teams auf einen Blick:

- FC Schalke 04
- Werder Bremen
- Dynamo Dresden

Seit der Übernahme 2012 ist Umbro Teil des US-amerikanischen Unternehmens Iconix Brand Group. Positiv ist, dass sich auf der englischsprachigen Website von Umbro ein Verhaltenskodex findet, der viele wichtige Punkte enthält. Leider ist auch hier zu kritisieren, dass lediglich ge-

setzlich vorgeschriebene Mindestlöhnen vorgesehen sind, es jedoch keine öffentliche Verpflichtung zur Zahlung von Existenzlöhnen gibt. Außer dem Verhaltenskodex existieren leider keine weiteren Hinweise auf konkrete Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens. Das gilt sowohl für Umbro selbst als auch für das Mutterunternehmen Iconix Brand Group. Öffentliche Daten zur Lieferkette finden sich ebenfalls nicht. Aufgrund der fehlenden Transparenz scheint es, als würde kein großer Wert auf die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards gelegt. Zukünftig sollten eine ausführliche Risikoanalyse sowie eine transparentere Nachhaltigkeitsberichterstattung im Vordergrund stehen, die den Grundstein für konkretes Engagement und damit wirksame Veränderungen legen könnten. ^{A13}

