

Die Vereine im Ranking

So **nachhaltig** sind
die Fanshops der Profiklubs

> **Die Liga braucht eine neue DNA. Wir brauchen nicht die Liga mit den teuersten Stars, sondern die nachhaltigste, vielleicht auch sozialste oder emotionalste Profiliga der Welt.**[1]
>
> Andreas Rettig, DFB-Geschäftsführer Sport



VOR DEM SPIEL

Einführende Worte

Auch wenn es neben den millionenfachen Fußballfans zahlreiche Menschen in Deutschland gibt, die nichts für diesen Sport übrighaben, lässt sich nicht leugnen, dass der Fußball eine enorme gesellschaftliche Reichweite besitzt. Trotz der berechtigten Kritik an der zunehmenden Kommerzialisierung, Deals mit fragwürdigen Sponsoren und Korruptionsvorwürfen gegenüber Sportverbänden pilgern die Fans jedes Wochenende in das Stadion ihres Lieblingsklubs und Großturniere wie die Europameisterschaft der Männer 2024 im eigenen Land sind führendes Gesprächsthema. **Der Fußball hat eine enorme Strahlkraft, die über die Geschehnisse in den Stadien hinausgeht.** Eine Kraft, die Menschen vereinen kann und eine einzigartige Chance bietet.

Wir von der gemeinnützigen Gesellschaft cum ratione aus Paderborn wollen die gesellschaftliche Reichweite des Sports für nachhaltige Veränderungen nutzen. Wir möchten unseren Teil dazu beitragen, dass sich die Arbeitsbedingungen bei der Produktion unserer Kleidung endlich drastisch verbessern. Wir wünschen uns eine Welt, in der soziale und ökologische Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette unserer Kleidung eingehalten werden und wir unsere Käufe mit gutem Gewissen tätigen können.

Hier sind nicht nur Politik und Unternehmen gefragt, sondern es braucht auch ein Umdenken in der Bevölkerung: Gerade in Zeiten, in denen chinesische Online-Händler wie Temu oder Shein unsere Märkte mit Billigware fluten, können wir nicht einfach Massen an neuer Kleidung kaufen und dabei verdrängen, woher diese kommen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt worden sind. **Als Konsument*innen haben auch wir eine Verantwortung gegenüber den Menschen, die hinter unserer Kleidung stehen.**

Dafür braucht es zunächst **Aufklärung und konkrete Alternativen**. Wir haben uns gefragt: Warum nicht das Notwendige mit dem verbinden, was Millionen von Menschen erreicht und Spaß bringt? Unser Bericht soll genau das tun. Nachdem unsere Studie das letzte Mal 2021 erschienen ist, möchten wir in der Neuauflage des Rankings prüfen, was sich bei den Vereinen in dieser Zeit getan hat.

Ihr seid neugierig, wie sich euer Lieblingsverein in den letzten Jahren entwickelt hat? Welche Vereine dieses Mal ganz oben stehen? **Dann schaut euch unser Ranking an!** Neben der Tabelle mit den Ergebnissen unserer Analyse und den individuellen Profilen der Vereine findet ihr viele weitere Informationen zu nachhaltigen Fanartikeln.

Viel Spaß beim Lesen!

Lara Schröder, Nachhaltigkeitsreferentin



Wir freuen uns, dass wir die Studie ein weiteres Mal herausbringen können und so erneut Aufmerksamkeit für dieses so wichtige Thema schaffen. Neben der Sensibilisierung von Fans ist ein weiteres Ziel die Unterstützung der Bundesligavereine auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im eigenen Sortiment.

Kerstin Haarmann, Geschäftsführung



Wir wollen zeigen und prämieren, wieviel nachhaltiges Handeln im Bereich Fanartikel bereits heute möglich ist. Die Clubs an der Spitze unserer Tabelle sind die Frontrunner. Ihr Beispiel sollte Standard werden in der DFL, damit deren Worten zum Thema Nachhaltigkeit auch endlich ausreichende Taten folgen.

INHALTSVERZEICHNIS

Idee, Vorgehen und Ergebnisse

5 Wer ist cum ratione?

6 Vorgehen der Studie

10 Siegeleinschätzung

12 Ergebnistabelle & Spielanalyse

14 Weitere Statistiken

16 **Die Auswertung:** So nachhaltig sind die Fanshops

Wege zu mehr Nachhaltigkeit

88 Das erste Cradle to Cradle Trikot

89 Kreislaufwirtschaft und Recycling

90 Nachhaltigkeit bei DFL & DFB

92 Vom Feld in den Fanshop

93 Mehr Transparenz in der Lieferkette

Abschluss

94 Grenzen

95 Schlusspfiff

96 Anhang

WER IST CUM RATIONE?

Wir sind eine gemeinnützige Organisation aus Paderborn, die seit Ende 2015 Projekte in den Bereichen Faire Textilien, Wohnen & Bauen sowie nachhaltige Mobilität und Umwelttechnik umsetzt, um langfristige, gesellschaftliche Veränderungen zu bewirken. Gegründet wurde sie unter anderem als Reaktion auf den Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza 2013 in Bangladesch, bei dem über 1.000 Menschen starben – eine Tragödie, ausgelöst durch fehlende Sicherheitsmaßnahmen und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.



Veränderung kann nur dann erreicht werden, wenn es Menschen gibt, die mit Mut vorangehen und nicht untätig bleiben, weil ihnen das Ziel zu fern scheint.

Auch wenn wir als kleine Organisation die Welt nicht im Alleingang verändern können, so möchten wir mit unseren Projekten und Partner*innen unseren Beitrag leisten.

Unser Schwerpunkt:

Faire Textilien

Wir wollen die in der globalen Textilindustrie vorherrschenden Missstände nachhaltig bekämpfen. Wie kann es sein, dass wir in Deutschland damit prahlen, was für Schnäppchen wir mal wieder bei H&M, Primark und ähnlichen Läden gemacht haben, während Arbeiter*innen in den weltweiten Produktionsstätten ausgebeutet werden?

Durch unübersichtlich weit verzweigte Produktionsketten und unzureichende Haftungsregelungen entgehen viele europäische Textilketten ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und viele Betroffene haben zu viel Angst vor der Kündigung, um sich in Gewerkschaften für ihre eigenen Rechte stark zu machen. Wir wollen dazu beitragen, dass wir unsere globale Verantwortung endlich wahrnehmen. Hierzu führen wir verschiedene Projekte durch und haben beispielsweise von 2016 bis 2019 den Aktionspreis SPITZE NADEL vergeben.

Unsere Studie:

Vereine im Ranking

Ein wichtiger Pfeiler dieser Arbeit ist natürlich auch unsere Studie *Vereine im Ranking*, die wir in dieser Saison zum dritten Mal veröffentlichen. Bei der ersten Veröffentlichung 2020 fiel uns auf, dass einige Klubs beim Thema nachhaltiges Merchandise schon sehr weit waren, während sich zahlreiche Vereine damit bislang eher wenig auseinandergesetzt hatten. Mit der Neuauflage 2021 wollten wir schauen, was sich bei den Vereinen getan hat. Haben sie sich mit dem Thema Nachhaltigkeit im eigenen Fanshop intensiver auseinandergesetzt und vielleicht sogar unser Feedback aufgegriffen? Ja, wir konnten bei allen Vereinen eine Steigerung wahrnehmen und manche Klubs konnten ihre Punktzahl sogar verdoppeln bzw. verdreifachen.

Wir wollen das Bewusstsein für die Bedeutung von fairer Sportkleidung im Fußball schärfen – sowohl bei den Menschen, die ihre Mannschaft leidenschaftlich in den Stadien oder vor dem Fernseher anfeuern, als auch bei den Vereinen, die durch ihre Popularität und Größe viel Potenzial für nachhaltige Veränderungen liefern.

„Entwickeln wir gemeinsam Ideen hin zu einer Welt, in der niemand mehr für die Produktion unserer Trikots leiden muss.“

VORGEHEN

Ziel der Studie

Seit der ersten Veröffentlichung unserer Studie 2020 verfolgen wir mit unserer Analyse das Ziel, Freund*innen des Fußballs auf einen Blick zu zeigen, wie fair die Fanshops ihrer Lieblingsvereine in ihrem Sortiment bereits aufgestellt sind. Dabei haben uns die folgenden Fragen interessiert: Setzt mein Lieblingsverein auf eine möglichst faire Produktion, weil er sich seiner Verantwortung bewusst ist? Will er aktiv zu einer Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den weltweiten Produktionsstätten unserer Sportkleidung beitragen? Und wie transparent berichtet er darüber?

Unser Ansatz

Für unsere Analyse „Die Vereine im Ranking – so nachhaltig sind ihre Fanshops“ haben wir uns die Websites und Online-Shops der 36 Klubs aus der 1. und 2. Bundesliga genauer angesehen. Zusätzlich zu unserer eigenen Recherche haben wir einen Fragebogen an die Fußballklubs versendet und ihnen für das Ausfüllen sechs Wochen Zeit gegeben. Der Fragebogen umfasst dabei insgesamt 22 Fragen anlehnend an die drei Hauptkategorien (s. Anhang). So haben die Vereine die Möglichkeit, uns zusätzliche Informationen zu liefern, die zum Teil öffentlich bislang nicht einsehbar sind. Auch Vereine, die unseren Fragebogen nicht ausgefüllt haben, können in unserer Studie gut abschneiden – insbesondere dann, wenn sie beispielsweise einen hohen Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke in ihrem Sortiment führen, Maßnahmen zur Reduzierung der ökologischen Auswirkungen des Versands umgesetzt haben oder besonders transparent über ihre Lieferkette informieren.

Die Resultate des ersten Fanshop-Rankings haben wir pünktlich zu Beginn des 1. Spieltages der Saison 2020/21 am 17.09.2020 veröffentlicht. Ein Update der Ergebnisse folgte dann knapp ein Jahr später.[2]

Nach einigen Jahren Pause möchten wir nun schauen, was sich bei den Vereinen in der Zwischenzeit getan hat. Wurde unser damaliges Feedback aufgegriffen und gibt es weitere Verbesserungen?



Allerdings gibt es bestimmte Bereiche, wie die Kategorie „Überproduktion“, in denen wir ohne eine direkte Rückmeldung keine fundierte Bewertung vornehmen können. Dies stellt zugleich einen Vorteil für Vereine dar, die sich die Zeit nehmen, unsere Fragen zu beantworten: Durch ihre Rückmeldung erhalten wir detailliertere und transparentere Einblicke, die in die Bewertung einfließen und ein noch vollständigeres Bild ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen ermöglichen.

Für unsere Bewertung haben wir **3 Hauptkategorien** mit insgesamt **10 untergeordneten Kriterien** aufgestellt (s. Grafik S. 7) Nachfolgend wird kurz erläutert, worauf wir in der jeweiligen Hauptkategorie besonderen Wert gelegt haben.

Die ausführliche Aufschlüsselung unserer Kriterien, wie z. B. „Ab welchem Anteil nachhaltiger Bekleidung bekommt ein Verein denn 100 Punkte?“, oder die umfassende Analyse der Vereinsausrüster findet ihr auf unserer Website:

Grundlage der Berechnung

Ein zentraler Bestandteil unserer Bewertung ist der Indikator „Anteil nachhaltige Bekleidungsstücke im Sortiment eines Vereins“. Dieser Indikator misst, wie hoch der Anteil an nachhaltigen Kleidungsstücken in den Fanshops eines Vereins abseits der Kleidung des Ausrüsters ist. Nicht berücksichtigt werden Accessoires wie Caps, Schals sowie Heimtextilien (z. B. Bettwäsche), da in diesen Kategorien nachhaltige Alternativen aktuell noch selten sind, sie jedoch oft einen hohen Anteil des Sortiments ausmachen. Mit dieser Regelung wollen wir den aktuellen Stand der Entwicklung aufgreifen. Erste Vereine wie z. B. der Hamburger SV, Eintracht Frankfurt oder Union Berlin sind bereits auch hier in der Umstellung auf nachhaltige Produktion einen Schritt weiter. Zukünftig ist eine Erweiterung des Umfangs dieses Indikators daher denkbar.



Abgrenzung zum Ausrüster

Es ist uns wichtig, eine klare Trennung zwischen den Vereinen und deren Ausrüstern zu gewährleisten. Während der Indikator den Anteil nachhaltiger Kleidungsstücke außerhalb des Ausrüstersortiments bewertet, wird der Ausrüster separat in einer eigenen Kategorie analysiert. Auf diese Weise verhindern wir, dass ein stark oder weniger nachhaltiger Ausrüster den Vereinserfolg im Ranking unverhältnismäßig beeinflusst.

Die Bewertung & Gewichtung

Die drei Hauptkategorien gehen nicht mit gleicher Gewichtung in die Bewertung ein, da der Schwerpunkt unserer Analyse auf der Untersuchung des Sortiments der Vereine liegen soll. Aus diesem Grund wird diese Kategorie mit 55 % gewichtet, während die anderen beiden Bereiche „Die Kommunikation“ und „Der Ausrüster“ zusammen lediglich 45 % ausmachen. Bei den 55 %, mit der die Kategorie **„Das Sortiment“** in die Gewichtung eingeht, fällt mit 60 % etwas mehr als die Hälfte auf den Indikator „Anteil“. Hiermit wollen wir sicherstellen, dass der Anteil nachhaltiger Bekleidung im Sortiment der Vereine den größten Faktor in unserer Studie ausmacht. Die restlichen 40 % teilen sich auf in die Indikatoren „Überproduktion“ (25 %) und „Versand“ (15 %). Die Hauptkategorie **„Die Kommunikation“** geht mit 25 % in die Bewertung ein und ist gleichmäßig unterglie-

Sortiment (55 %)	Kommunikation (25 %)	Ausrüster (20 %)
Anteil (60 %) Anteil der angebotenen nachhaltig produzierten Bekleidungsstücke abseits des Ausrüsters	**Übersichtlichkeit (50 %)** Visueller Hinweis, Hinweis auf Hauptseite des Shops, Hinweise zur Nachhaltigkeit, Suchfunktion, Landing-Page	**Transparenz (35 %)** Öffentliche Lieferantenliste, Überprüfung der Lieferanten, Risikoanalyse, Langfristigkeit, Beschwerdemechanismus
Überproduktion (25 %) Anzahl der übrigen Trikots, Konzept zur Vermeidung von Entsorgungen, Umgang mit anlassbezogenen Produktionen	**Transparenz (50 %)** Grundsatzerklärung, Mindestkriterien, Überprüfung der Lieferanten, Sensibilisierung der Mitarbeitenden, Hauptproduktionsland	**Wirksamkeit (30 %)** Zahlung von Existenzlöhnen
Versand (15 %) Materialien, Versandart, Hinweise zur Größe, Retouren, weitere Maßnahmen	**Bonusprojekt (+ 20 P.)** Innovatives Projekt zur Förderung der Bewusstseinsbildung bei Fans oder zur Kreislaufwirtschaft	**Kreislaufwirtsch. (20 %)** Strategie & Pilotprojekte, Trikots aus T2T-Recycling, Sammlung & Reparatur, Produkte, Geschäftsmodell
		Verhaltenskodex (15 %) Öffentliche Verfügbarkeit, ILO-Kernarbeitsnormen, Sanktionen

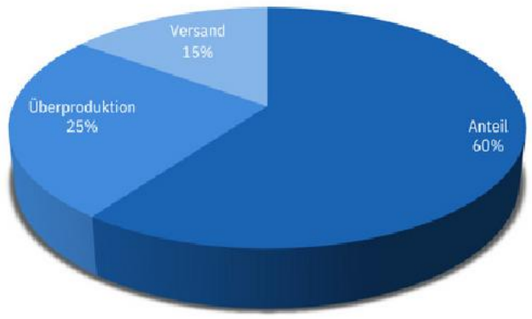
dert in die Indikatoren „Übersichtlichkeit“ sowie „Transparenz“. Hier spielt also einerseits eine Rolle, wie gut die nachhaltigen Bekleidungsstücke im Online-Shop gefunden werden können und welche Informationen zu den sie betreffenden Nachhaltigkeitsaspekten zur Verfügung stehen, andererseits prüfen wir, welche weiterführenden Angaben zur Lieferkette der Vereine vorhanden sind. Transparenz ist hier ein wesentlicher Faktor

zur Verbesserung der Situation in den globalen Produktionsstätten unserer Kleidung. Zusätzlich können Vereine mit Bonusprojekt in den Bereichen Awarenessbildung oder Kreislaufwirtschaft 20 Bonuspunkte erhalten. Die letzte Kategorie **„Der Ausrüster“** geht anteilig zu 20 % in die Bewertung ein. Obwohl die Vereine selbst oftmals nur einen marginalen Einfluss auf die Ausrüster haben, machen diese – insbesondere aufgrund der verkauften Trikots – einen hohen Anteil am Gesamterlös aus und sollten dementsprechend bei der Bewertung der Fanshops berücksichtigt werden. Insbesondere die Transparenz in der Wertschöpfungskette sowie die Wirksamkeit der Anstrengungen der Sportartikelhersteller im Hinblick auf die Zahlung existenzsichernder Löhne fließen hier am stärksten in die Bewertung ein.



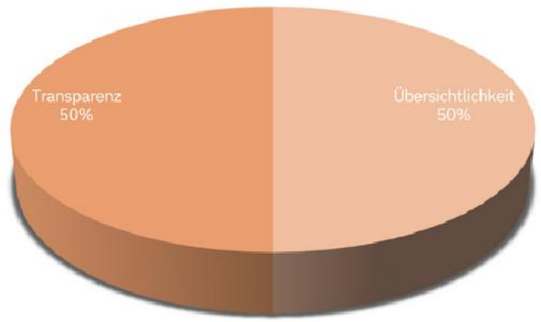
Kategorie A: Das Sortiment

Hier haben wir einerseits geprüft, wie hoch der Anteil möglichst nachhaltig produzierter Bekleidungsstücke im Sortiment der Vereine abseits des Ausrüsters bereits ist (s. Bewertungskriterien im Anhang). Neben Fankleidung, die mit verlässlichen Siegeln für die gesamte Lieferkette versehen ist, sind Teilpunkte möglich, wenn lediglich die ökologische oder soziale Dimension der Nachhaltigkeit berücksichtigt wird. Außerdem haben wir in dieser Kategorie bewertet, welche Konzepte bei den Vereinen zur Vermeidung von Überproduktion und zum Umgang mit anlassbezogenen Aufträgen (z. B. Meister- oder Pokalsiegershirts) bestehen. Darüber hinaus wird geprüft, inwieweit auch der Versandprozess nachhaltiger gestaltet wird.



Kategorie B: Die Kommunikation

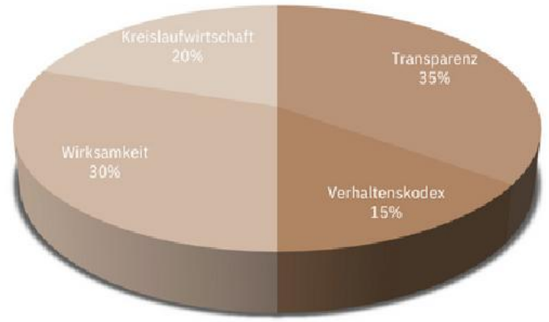
Hier haben wir bewertet, wie gut die nachhaltigen Bekleidungsstücke im Online-Shop gefunden werden können. Zur Erhöhung der Übersichtlichkeit sind zum Beispiel visuelle Hinweise, Verweise auf der Hauptseite des Shops sowie detaillierte Beschreibungen der Nachhaltigkeitsaspekte in der jeweiligen Artikelbeschreibung sinnvoll. Außerdem wird geprüft, wie transparent der Verein über seine Lieferkette berichtet. Je mehr Informationen darüber zur Verfügung stehen, woher die Fanartikel

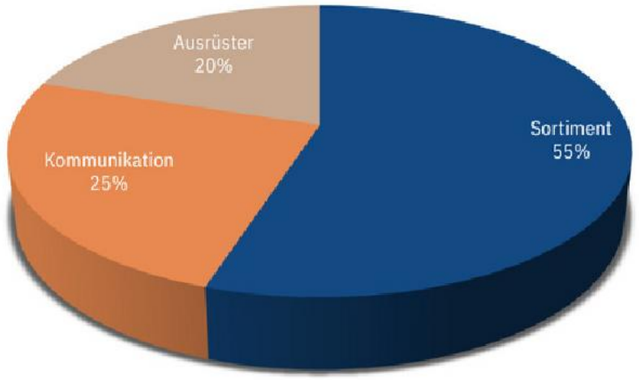


stammen und wer diese produziert hat, desto besser können Rückschlüsse auf die zugrundeliegenden Arbeitsbedingungen gezogen und notwendige Maßnahmen eingeleitet werden, um diese zu verbessern. Bonuspunkte können darüber hinaus über den Nachweis von innovativen Projekten zur Bewusstseinsbildung bei Fans oder zur Förderung der Kreislaufwirtschaft erreicht werden. Hier wollen wir Engagement belohnen, das über die aktuellen Standards hinausgeht.

Kategorie C: Der Ausrüster

Auch die Ausrüster der Vereine werden bei uns genauer unter die Lupe genommen. Mit Trikots, weiterer Trainingsbekleidung, Bällen und zahlreichen anderen Fanartikeln stellen Sportmarken wie Adidas, Nike, Puma und Co. einen großen Teil des Sortiments im Shop und sollten daher nicht außer Acht gelassen werden. Überprüft wurden die Sportartikelhersteller in vier verschiedenen Kategorien, die jeweils unterschiedlich gewichtet sind. Neben der Kurzbewertung in den Vereinsprofilen können Interessierte eine ausführlichere Bewertung der Ausrüster im Anhang finden.





Mögliche Punkte

Die Vereine können in jedem Kriterium eine Punktzahl von null bis hundert Punkten erreichen. Es existieren keine Zwischenstufen, sondern ausschließlich die Bewertungen 0, 20, 40, 60, 80 und 100 Punkte. Ein Klub, der mit 0 oder 20 Punkten bewertet wird, ist in die rote Kategorie „Schwach“ einzuordnen. Ein Verein, der eine 40 oder 60 erhält, fällt in die Kategorie „Ausbaufähig“, während 80 oder 100 Punkte der Bewertung „Gut“ zuzuordnen sind.

80 / 100	**gut**
40 / 60	**ausbaufähig**
0 / 20	**schwach**

Die Ergebnisdarstellung

Mit Hilfe des oben erläuterten Bewertungssystems ist es für uns möglich, die Vereine in verschiedene Gruppen einzuordnen, die sich an der Tabelle der Fußball-Bundesliga orientieren. Neben der Kategorie „Meister“ kann ein Verein so zum Beispiel die Champions League oder die Europa League erreichen, wie wir es aus dem herkömmlichen Ligabetrieb gewohnt sind. Andere Vereine landen dagegen im Abstiegskampf und müssen um ihren Verbleib in der Liga zittern. Wir wollen an dieser Stelle nicht zu viel verraten, aber: Wer die „normale“ Bundesliga-Tabelle gewohnt ist, wird hier die ein oder andere Überraschung erleben …

SIEGELEINSCHÄTZUNG

Was verstehen wir unter nachhaltiger Bekleidung?

Nachhaltige Bekleidung berücksichtigt sowohl soziale als auch ökologische Kriterien entlang der gesamten Lieferkette, was durch glaubwürdige Zertifizierungen Dritter nachgewiesen werden kann. Im Unterschied dazu verfügen „konventionelle" Textilien über keine Dritt-Zertifizierung oder eine Zertifizierung, die z. B. nicht anspruchsvoller als Oeko-Tex 100 ist.[3] Ein Kleidungsstück wird von uns nur dann vollständig als nachhaltig gewertet, wenn beide Dimensionen glaubwürdig erfüllt sind. Ein Produkt aus Bio-Baumwolle oder recyceltem Polyester allein erfüllt diesen Anspruch nicht vollständig, da in solchen Fällen nur eine Dimension berücksichtigt wird. Um jedoch Teilaspekte der Nachhaltigkeit zu honorieren, vergeben wir anteilige Wertungen. Zum Beispiel zählt ein Upcycling-Artikel oder einer aus Bio-Baumwolle aufgrund der ökologischen Vorteile mit 0,5 Punkten (recycelter Polyester mit 0,25). Das Gleiche gilt, wenn ein Nachweis über die soziale Dimension erbracht wird (bspw. Mitgliedschaft Fair Wear Foundation). Die Produktion in einem Nichtrisikoland bringt wiederum nur 0,25 Punkte, da die Risiken für Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen zwar niedriger sind, aber trotzdem keine Rückschlüsse auf die Bedingungen in den einzelnen Produktionsbetrieben gezogen werden können.

Siegeleinschätzung

Auch wenn Siegel nicht alle Probleme lösen und von verschiedenen Seiten aufgrund mangelnder Transparenz, fehlender Abdeckung der gesamten Lieferkette oder systemischen Fehlern im Auditierungsprozess kritisiert werden,[4] bieten sie dennoch eine Orientierung bei der Bewertung von Textilien und können – je nach Verlässlichkeit des Labels – ohne eigene Besuche in den Produktionsstätten von außen nachvollzogen werden. Aus diesem Grund stellen Textilstandards auch bei uns die Grundlage der Bewertung dar. Dennoch ist es für die Vereine auch möglich, Punkte für Bekleidungsstücke ohne Siegel zu bekommen, wenn diese uns glaubwürdig vermitteln, dass es sich um eine nachhaltige Produktion handelt bzw. zumindest die soziale oder die ökologische Dimension berücksichtigt worden ist.



Eigene Siegel der Vereine

Einige der Bundesligavereine nutzen eigene Logos, um ihre zertifizierten oder nachhaltig hergestellten Produkte hervorzuheben. Bei unserer letzten Studie 2021 haben wir dieses Vorgehen noch explizit empfohlen und sehen nach wie vor Vorteile darin. Warum diese Darstellung aber bald problematisch sein könnte und wir andere Lösungen brauchen: Ab 2026 gelten neue Richtlinien und das wird einiges verändern. Die EmpCo-Directive verbietet allgemeine Umweltaussagen, Werbung mit Klimafreundlichkeit und Eigenlabel.[5]
Eigene Nachhaltigkeitssiegel unterliegen dann einer stärkeren Kontrolle.

Wie haben wir die vereinseigenen Siegel gewertet?

- ✓ Bewerbung der oben genannten Siegel (z. B. GOTS oder OEKO-TEX® MADE IN GREEN)
- ✗ Rec. Polyester oder Siegel wie OEKO-TEX STANDARD 100 werden beworben
- ✓ Differenzierung von Zertifiziertem und Material wie Bio-Baumwolle/recycelter Polyester durch Kategorien oder Filter
- ✗ Es erfolgt trotz Vergabe keine Erläuterung der auf das jeweilige Produkt zutreffenden Nachhaltigkeitsaspekte

Diese Siegel erkennen wir vollständig an

Global Organic Textil Standard (GOTS)[6+7]

Lieferkette

Grüner Knopf [8]

GRÜNER KNOPF
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH. UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Lieferkette

OEKO-TEX® MADE IN GREEN [9]

OEKO TEX®
MADE IN GREEN

Lieferkette

Fairtrade Textile Standard [10+11]

FAIRTRADE

Lieferkette

Soziale Standards werden erfüllt

Ökologische Standards werden erfüllt

Rohstoff · Produktion · Transport & Handel · Konsum

Diese Siegel erkennen wir teilweise an

bluesign® Standard [12]

bluesign®

Lieferkette

Organic Content Standard (OCS)[13]

ORGANIC 100 content standard

Lieferkette

Fair Wear Foundation (FWF)[14]

FAIR WEAR FOUNDATION

Lieferkette

Global-Recycled-Standard (GRS)[15]

Global Recycled Standard

Lieferkette

TABELLE

> 90	> 50	
> 70	> 35	< 25
> 65	> 25	

Meister

FC St. Pauli | Hamburger SV | Werder Bremen

Champions League

VfB Stuttgart | Eintracht Frankfurt | SC Freiburg | Borussia Dortmund

VfL Bochum | VfL Wolfsburg | Union Berlin | Hertha BSC

Europa League

SSV Jahn Regensburg | SC Paderborn 07

Conference League

1. FC Köln | 1. FC Nürnberg | FC Augsburg | Fortuna Düsseldorf

SV Darmstadt | TSG Hoffenheim | Holstein Kiel

Mittelfeld

Borussia Mönchengladbach | Bayer 04 Leverkusen | FC Schalke 04

SpVgg Greuther Fürth | Hannover 96 | FSV Mainz 05

FC Heidenheim | Eintracht Braunschweig | 1. FC Kaiserslautern

Abstiegskampf

SV Elversberg | SSV Ulm | 1. FC Magdeburg

Bayern München | RB Leipzig

Absteiger

Karlsruher SC | Preußen Münster

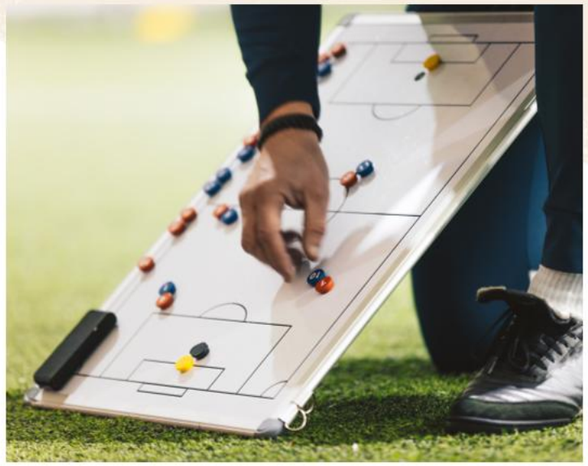
SPIELANALYSE

Anpfiff für die dritte Runde unserer Nachhaltigkeitsstudie! Wir haben uns wieder die 36 Vereine aus der 1. und 2. Bundesliga angesehen, um herauszufinden, wer in Sachen nachhaltiges Merchandise die Nase vorn hat.

Drei Hauptkategorien mit insgesamt zehn Indikatoren bildeten das Spielfeld unserer Analyse und so sieht das Endergebnis aus: Die **durchschnittliche Gesamtpunktzahl aller Klubs liegt bei 54,7**. Erstligisten kommen im Schnitt auf 61,9 Punkte, während Zweitligisten mit 47,5 Punkten etwas zurückliegen. Aber Vorsicht: Da mehr Erstligisten unseren Fragebogen beantwortet haben, lässt sich daraus kein direkter Klassenunterschied ableiten.

In der Verlängerung mit Bonuspunkten schneidet die Kategorie **„Kommunikation" mit gut 63 Punkten am besten** ab. Ohne Bonuspunkte liefern sich „Kommunikation" (54,7 Punkte) und „Sortiment" (53 Punkte) ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Der beste Einzelwert im Sortiment: das Engagement in Richtung eines nachhaltigeren Versandes. In der Kommunikation sind die beiden Indikatoren „Übersichtlichkeit" und „Transparenz" relativ gleichauf. Insgesamt ist ein **klarer Aufwärtstrend** zu erkennen: Im Vergleich zur letzten Saison gibt es in vielen Fanshops mehr nachhaltige Produkte und mehr Infos zur Lieferkette.

Die **größte Leistungssteigerung zeigt Jahn Regensburg mit einem Plus von 48,8 Punkten**, dicht gefolgt von Borussia Dortmund (+41) und dem SC Paderborn 07 (+33).



Unter den Neulingen schlagen sich Eintracht Braunschweig und der 1. FC Kaiserslautern am besten und landen direkt im Mittelfeld. Ein **direkter Punktvergleich zur letzten Studie ist dabei jedoch schwierig**, da wir unsere Kriterien angepasst haben. Doch während einige Vereine deutlich nachlegen konnten, gibt es weiterhin Nachzügler, die ihrer Verantwortung noch nicht voll gerecht werden. Besonders kleinere Klubs haben es schwer, was nachvollziehbar ist – doch **von finanzstarken Schwergewichten wie dem FC Bayern München oder RB Leipzig darf man definitiv mehr erwarten**.

Fazit: Der Trend geht in die richtige Richtung und die drei Vereine ganz oben liefern schon eine meisterliche Leistung ab. Die Konkurrenz aus der Champions League schläft nicht und hofft darauf, beim nächsten Mal mit ins Meisterrennen einsteigen zu können.

54,7 P.
Durchschnitt insgesamt

63 P.
Beste Kategorie

48,8 P.
Größte Verbesserung

WEITERE STATISTIKEN



Sortiment

Diese Kategorie wird angeführt vom SV Werder Bremen. Der Erstligist spielt auch in Sachen Nachhaltigkeit ganz oben mit und beeindruckt mit fast voller Punktzahl in dieser Kategorie. Besonders positiv fällt auf, dass der Verein in vielen Unterkategorien sehr gut abschneidet und damit eine Vorreiterrolle einnimmt. Dicht darauf folgen der FC St. Pauli und der VfL Bochum. Beide Clubs zeigen ebenfalls ein starkes Engagement für Nachhaltigkeit, mussten jedoch in der Unterkategorie „Überproduktion" leichte Abstriche hinnehmen. Bei St. Pauli liegt dies daran, dass der Verein keine konkreten Zahlen zu übriggebliebenen Trikots nennen konnte – was in unserer Bewertung mit 0 Punkten berücksichtigt wurde. Der VfL Bochum schnitt hier etwas besser ab, erhielt aber sowohl in dieser Unterkategorie als auch beim anlassbezogenen Bedarf jeweils 20 von 40 möglichen Punkten.

Beim Anteil ist wiederum St. Pauli der klare Favorit. Bereits über 97 % der eigenen angebotenen Bekleidung im Fanshop ist nachhaltig – ein wirklich beeindruckender Wert. Aber auch der VfL Bochum und der SV Werder Bremen sind ganz vorne mit dabei – beide Vereine haben über 80 % Nachhaltiges im Sortiment.

Auch im Versandbereich liegt St. Pauli mit der vollen Punktzahl leicht vor den anderen beiden Clubs, die jeweils 80 von 100 möglichen Punkten erreichen.





Kommunikation

In dieser Kategorie gibt es ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen drei Vereinen: der SV Werder Bremen, Eintracht Frankfurt und der Hamburger SV. Alle haben die komplette Punktzahl in der Kategorie erreicht. Sie überzeugen nicht nur mit einer gut strukturierten Darstellung, sondern auch mit hoher Transparenz. Fans und Interessierte finden wichtige Informationen schnell und verständlich aufbereitet – ein Aspekt, der in Zeiten wachsender Nachfrage nach nachhaltigen Produkten immer wichtiger wird.



Die Eintracht hebt sich besonders in Sachen Gestaltung hervor. Die Nachhaltigkeitsseite ist gut zu finden und schön strukturiert: Die Leser*innen können in verschiedenen individuellen Kategorien etwas zu Siegeln, Produkten, Logistik etc. nachlesen. Beim HSV und Bremen wiederum ist die Beschreibung der einzelnen Artikel besonders gut gelungen. Sehr ausführlich werden die einzelnen Siegel und sonstige Nachhaltigkeitsaspekte unter einem eigens dafür benannten Reiter beschrieben.

Größte Verbesserung

Welche Vereine haben sich im Verhältnis zur letzten Studie von 2021 am stärksten verbessert? Ganz oben steht hier Jahn Regensburg. Der bayrische Zweitligist konnte diese Saison knapp 49 Punkte gutmachen. Waren zuvor kaum nachhaltige Textilien zu finden, sind es dieses Mal über 45 %, und auch in Sachen Übersichtlichkeit ist Regensburg mittlerweile deutlich besser aufgestellt und erreicht hier sogar die vollen 100 Punkte.

Auf Platz 2 finden sich die Dortmunder wieder, die sich in diesem Jahr um gut 41 Punkte verbessert haben. Auch sie konnten sich vor allem beim Anteil deutlich nach vorne bringen: Beim Mal zuvor gab es hier noch 0 Punkte und nun schon 60. Auch für die Kommunikation mit den Indikatoren Übersichtlichkeit und Transparenz gibt es mehr Punkte und zusätzlich kann die Borussia Projekte sowohl im Bereich Kreislaufwirtschaft als auch Awarenessbildung vorweisen.

Auch der SC Paderborn 07 konnte sich beim Anteil deutlich verbessern. Von vorherigen 20 Punkten kommen sie dieses Mal auf stolze 80 Punkte – über 70 % der eigenen Textilien sind nachhaltig. So sichern sie sich in der Kategorie *Größte Verbesserung* einen wohlverdienten dritten Platz – mit einem Plus an 33 Punkten.

Zusätzlich konnten Vereine im Bereich Kommunikation noch Bonuspunkte erhalten, wenn sie zum Thema Kreislaufwirtschaft oder Awarenessbildung Projekte anbieten und/oder bereits durchgeführt haben. Die drei Spitzenreiter können in dieser Kategorie sogar in beiden Bereichen Projekte vorweisen.

Bei jedem dieser Vereine lohnt sich also ein genauerer Blick in die Shops – hier finden sich gute Beispiele, an denen man sich orientieren könnte.



Weitere Vereine, die sich deutlich verbessert haben, sind Holstein Kiel mit 32, Greuther Fürth mit 26 und der FC Augsburg mit knapp 25 Punkten. Alle drei konnten sich in mehreren Kategorien jeweils ein wenig verbessern und erreichen somit aber ein deutlich besseres Gesamtergebnis als zuvor.

Natürlich muss an dieser Stelle aber noch eingeräumt werden, dass eine direkte Vergleichbarkeit zu den vorherigen Studien nur bedingt gegeben sein kann, da sich die Kategorien und Gewichtungen teilweise geändert oder verschoben haben.



FC St. Pauli

Titel erfolgreich verteidigt

Nach einem fünften Platz bei der ersten Teilnahme bei unserem Ranking startete der FC St. Pauli richtig durch und konnte sich beim vergangenen Mal die Meisterschale sichern. Eine beeindruckende Leistung, die damals auch auf den eigenen Ausrüster DIIY zurückzuführen war, der neue soziale und ökologische Standards gesetzt hat. Neuer Ausrüster ist jetzt Puma und auch die Konkurrenz wächst immer weiter – reicht es erneut zum Sieg?

Es ist vorne extrem knapp – doch St. Pauli sichert sich einen der Meistertitel!

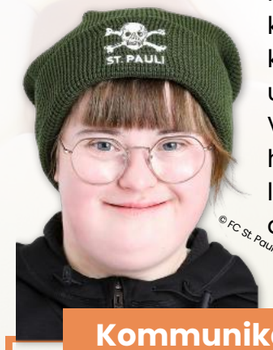
Sortiment

Besonders beeindruckend ist dabei der hohe Anteil von Bekleidungsstücken aus der eigenen Lieferkette, die unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards produziert worden sind. Dieser liegt bei nahezu 100 Prozent! Das zeigt einmal mehr, dass der FC St. Pauli den Mitgliederbeschluss zur Umstellung auf nachhaltige Beschaffung aus dem Jahr 2016 sehr ernst genommen hat und sich kontinuierlich weiterentwickelt. Ein paar Punkte lässt der Klub liegen, da die Anzahl der übriggebliebenen Trikots nicht ausgewertet werden konnte. Punkten kann der FC St. Pauli mit einem klaren Konzept zur Vermeidung der Entsorgung von Textilien und auch beim anlassbezogenen Bedarf geht der Verein äußerst sorgsam vor: So wurde beim letzten Aufstieg erst dann fertig produziert, nachdem das Ergebnis sicher war. Um dennoch eine schnelle Reaktion auf ein solches Ereignis sicherstellen zu können, stehen Blankoartikel in ausreichenden Mengen im Lager zur Verfügung, die dann in Hamburg weiterveredelt werden können. Auch in der Unterkategorie „Versand“ erhält der Klub die volle Punktzahl. Neben umweltfreundlichen Materialien und klimakompensiertem Versand gibt es Körpermaßtabellen und Bilder mit Männern und Frauen zur Vermeidung von Retouren und auch der Rückversand ist kostenpflichtig.

Sortiment	
Anteil	100
Überproduktion	60
Versand	100

Kommunikation

Auch in der Kategorie „Kommunikation“ erreicht der FC fast die volle Punktzahl. So bekennt sich der Verein in seiner Nachhaltigkeitsstrategie klar zu seiner Lieferkettenverantwortung und es gibt einen Verhaltenskodex, der hohe soziale und ökologische Mindestvoraussetzungen festlegt.



© FC St. Pauli

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	100
Bonusprojekt	**+ 20**

Die Einhaltung dieser Standards wird sowohl eigenständig als auch extern durch die Fair Wear Foundation sowie das GOTS-Label überprüft. Als weltweit erster und bisher einziger Verein ist der FC St. Pauli seit 2021 sogar offizielles Mitglied der Fair Wear Foundation, die sich für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den internationalen Lieferketten einsetzt. Im Vergleich zu den anderen Klubs wird auch im Zuge dessen eine Risikoanalyse durchgeführt, zu der umfassende Monitoringsysteme und Maßnahmenpläne zur Abhilfe bzw. Prävention gehören. Auf der Hauptseite des Shops findet sich ein Link zur ausführlichen Informationsseite mit öffentlich einsehbarem Verhaltenskodex für Lieferanten und zahlreichen Hinweisen zur nachhaltigen Lieferkette. Zur Nachhaltigkeit der einzelnen Artikel gibt es verschiedene Hinweise, die allerdings noch ein wenig ausführlicher sein könnten.

Erwähnenswert sind darüber hinaus verschiedene tolle Projekte zur Bewusstseinsbildung der eigenen Fans. So gab es zum Beispiel ein Gewinnspiel im Rahmen der Kampagne „behindtheseams“ oder ein Event im eigenen Fanshop mit Lizenzspielern, die über das RE:FIBRE-Projekt und die damit zusammenhängenden Rückgabemöglichkeiten von Textilien informiert haben. Bei RE:FIBRE werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet.

Ausrüster

Mit Puma hat der FC St. Pauli einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

+ Nahezu 100 % Anteil nachhaltiger Bekleidung
+ hohe Transparenz in der eigenen Lieferkette
+ Engagement in Sachen Kreislaufwirtschaft (z. B: RE:FIBRE)

- Darstellung der nachhaltigen Produkte im Shop

Trikots, die mithilfe der oben bereits genannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

16) https://www.fcstpauli.com



© FC St. Pauli

Fazit

Fast 100 Prozent nachhaltige Bekleidung aus der eigenen Lieferkette, daran kommt kein anderer Verein heran! Auch in den anderen Kategorien schneidet der Klub super ab und rechtfertigt damit seinen Platz ganz oben an der Spitze. Gemeinsam mit den anderen Meistermannschaften legt St. Pauli die Messlatte für die Zukunft wieder weit nach oben.

Hamburger SV

© Hamburger SV

Meisterlich nachhaltig

Als Zweitligist kam der Hamburger SV erst bei unserer zweiten Analyse zum Ranking dazu. Dabei überzeugte der Klub jedoch vollkommen und landete mit fast 90 Punkten als bester Neueinsteiger direkt auf einem starken dritten Platz. Können die Hamburger dieses hohe Niveau angesichts der großen Konkurrenz halten? Gelingt ihnen vielleicht sogar der Griff an die Spitze?

Und wie! Die Hamburger erreichen in fast allen Kategorien die Bestpunktzahl! und greifen ebenfalls nach dem Meistertitel.

Sortiment

Fast zwei Drittel der Bekleidung abseits des Ausrüsters wurde unter Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Kriterien innerhalb der Lieferkette produziert. Diese Zahl ist insofern besonders beeindruckend, da die Hamburger eine relativ große Anzahl verschiedener Kleidungsstücke anbieten und somit die Basis zur Berechnung des Anteils im Vergleich zu anderen Vereinen sehr hoch ist. Auch Caps oder Schals, die wir aus unserer Bewertung vorerst herausgelassen haben, sollen zukünftig mit einem verlässlichen Siegel wie OEKO-TEX® MADE IN GREEN oder GOTS hergestellt werden, was verdeutlicht, dass der HSV auch hier schon einen Schritt weiter ist als viele andere. Auch das Konzept der Hamburger zur Vermeidung von Überproduktion ist bemerkenswert und ein weiterer Faktor, der den Klub von anderen abhebt. Mithilfe gezielter Analysen und eines Kaufs „mit Augenmaß“ wird darauf geachtet, dass nur die Menge produziert wird, die tatsächlich auch nachgefragt wird. So schafft es der Verein, dass auch der Lagerwert deutlich unter dem der Konkurrenz liegt und Upcycling-Kollektionen gar nicht erst entstehen müssen. Auch beim anlassbezogenen Bedarf wird darauf geachtet, dass soziale und ökologische Standards mit einem glaubwürdigen Siegel sichergestellt werden. Darüber hinaus wird zunächst nur für die Mannschaft und den Staff produziert und alles weitere erst im Erfolgsfall beauftragt. Trotz zahlreicher verpasster Aufstiege mussten so nicht tausende Aufstiegsshirts vernichtet werden. Auch in der Unterkategorie „Versand“ erreicht der Hamburger SV fast die volle Punktzahl. Spannend ist hier, dass zurzeit ein Austausch mit einer Recommerce-Plattform mit dem Ziel besteht, einen eigenen Second-hand-Markt in den HSV-Online-Shop zu integrieren. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft gibt es darüber hinaus Gespräche mit einem Unternehmen, das vollständig recycelte und zirkuläre Textilien produziert.

Kommunikation

Als einer der wenigen Vereine erhält der Hamburger SV auch die Bestpunktzahl in der Gesamtkategorie Kommunikation“ – eine starke Leistung!
So gibt es eine tolle Informationsseite zur Nachhaltigkeit bei der Beschaffung, die Projekte und die verwendeten Siegel vorstellt.



© Hamburger SV

Die nachhaltigen Kleidungsstücke können leicht gefunden werden und auch die Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst ist umfassend und transparent. Auch im eigenen Nachhaltigkeitsbericht gibt es eine anschauliche Übersichtsseite zur nachhaltigen Beschaffung, in der das Engagement des Vereins vorgestellt wird. Mitarbeitende erhalten regelmäßige Schulungen und der Verein beteiligt sich auch an zahlreichen Veranstaltungen, bei denen über Themen des nachhaltigen Handels diskutiert wird. Der HSV ist zudem einer der Vereine, die das Transparenz-Tool Tracycle verwenden. Mittlerweile kann dadurch bei über 100 Textilien die komplette Lieferkette vom Anbau der Baumwolle bis hin zum Importeur der Ware über das digitale Tool nachvollzogen werden. Die Hamburger versuchen außerdem, ihre Fans über gezielte Kommunikation des eigenen Engagements mithilfe von Streams oder Aktionen im Rahmen der Spieltage auf das Thema aufmerksam zu machen.

+ tolles Konzept zur Vermeidung von Überproduktion
+ Bestwerte in der Kategorie „Kommunikation“
+ Spannende Ansätze zur Förderung der Kreislaufwirtschaft

- leichte Verbesserungsmöglichkeit bei Anteil und Versand

Ausrüster

Der Hamburger SV arbeitet mit Adidas als Ausrüster zusammen, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet. Auch erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft werden beim Hersteller aus Herzogenaurach schon sichtbar. Für eine Bewertung im grünen Bereich muss sich allerdings bei der Zahlung von existenzsichernden Löhnen in der Lieferkette noch mehr tun.[67]

18) https://www.hsv.de/uebersicht



© Hamburger SV

Sortiment

Anteil	80
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	100
Transparenz	100
Bonusprojekt	**+ 20**

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

Fazit

Auch wenn es sportlich mit dem Aufstieg in den letzten Jahren nicht geklappt hat, in unserem Ranking macht dem HSV so schnell keiner etwas vor. Bei uns wird es aufgrund der Topleistung des Klubs endlich etwas mit dem langersehnten Meistertitel. Herzlichen Glückwunsch!

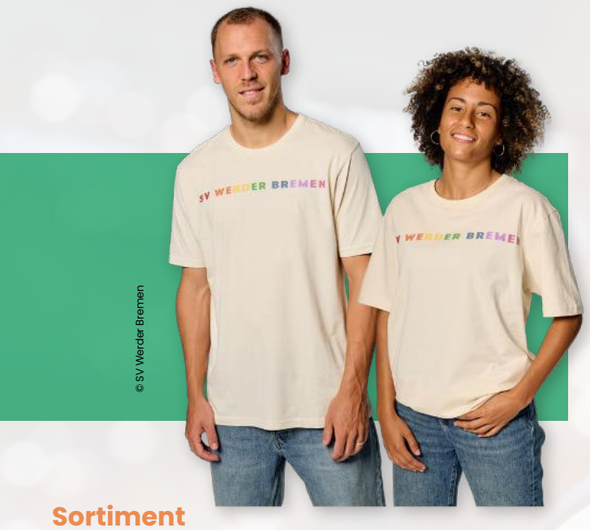
Meister **› 90** Punkte

SV Werder Bremen

Bestnoten krönen das Ranking

Werder Bremen hat bereits zweimal an unserem Ranking teilgenommen und zählte jeweils zu den Topkandidaten auf den Titel. Kann der SV Werder auch dieses Jahr ganz oben angreifen?

Werder Bremen erreicht in fast allen Kategorien außer der des Ausrüsters die Bestpunktzahl und kann sich damit einen der Meistertitel sichern. Herzlichen Glückwunsch!



Sortiment

Mehr als drei Viertel der Bekleidungsstücke aus dem eigenen Sortiment stammen nachweislich aus nachhaltiger Produktion und wurden unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien in der Lieferkette hergestellt. Das ist nach dem FC St. Pauli gemeinsam mit dem VfL Bochum der beste Wert unter den Vereinen.

Nach der letzten Saison sind keine Trikots übriggeblieben – ein Indikator für eine gute Abschätzung der benötigten Menge. Nach dem Ausrüsterwechsel von Umbro zu Hummel konnten alle Textilien abverkauft werden und genutzte Funktionsware wurde an die Welthungerhilfe gespendet, nichts wurde entsorgt. Darüber hinaus wird Ware mit kleinen Fehlern als B-Ware in der eigenen Fanwelt angeboten oder für kleine Upcycling-Kollektionen genutzt. Auch in der Unterkategorie „Versand“ erhalten die Werderaner die volle Punktzahl. Neben dem klimaneutralen Versand mithilfe von CO2-Kompensation über den Versanddienstleister wurde auch die interne Logistik auf E-Mobilität umgestellt. Beim Versandmaterial verwenden die Bremer wenn möglich Graskartonagen und mit dem Blauen Engel zertifizierte Materialien. Für den erneuten Versand werden bereits gebrauchte Kartons genutzt. Zur Vermeidung von Retouren gibt es ausführliche Produktbeschreibungen und Produktfotos im Online-Shop. Darüber hinaus sollen Umtausche bald nur noch in der Fanwelt möglich sein, die vor Ort aufgesucht werden muss.

Kommunikation

Die nachhaltigen Textilien im Online-Shop werden sehr übersichtlich mithilfe des Logos „Grünzeug“ dargestellt und es findet sich ebenfalls ein eigener Reiter auf der Hauptseite des Shops. Darüber hinaus gibt es eine sehr schöne Informationsseite zur Nachhaltigkeit im Merchandise und alle nachhaltigen Artikel verfügen über eine äußerst umfassende Beschreibung der genauen Nachhaltigkeitskriterien. Der Verhaltenskodex für Lieferanten ist öffentlich einsehbar und dessen Einhaltung wird regelmäßig überprüft. Neben Weiterbildung für die Mitarbeitenden im Produktmanagement zur nachhaltigen Beschaffung gibt es auch Schulungen für das Verkaufspersonal im stationären Shop, das über verwendete Siegel und deren Bedeutung aufgeklärt wird. Über das Online-Tool Tracycle ist die Lieferkette eines großen Teils der Bekleidungsstücke aus dem Sortiment abseits des Ausrüsters vom Baumwollanbau bis zum Import der Ware nachverfolgbar. Darüber hinaus werden bereits erste Cradle to Cradle Produkte im Shop angeboten, die einen wichtigen Schritt auf dem Weg zu einer Kreislaufwirtschaft darstellen. Außerdem nimmt Werder Bremen am Projekt „Vom Feld in den Fanshop“ teil und berichtet umfassend darüber.

Ausrüster

Seit der Saison 2023/24 ist Hummel der offizielle Ausrüster des SV Werder Bremen. Obwohl auch Hummel (noch) nicht an die Bewertung der größeren Hersteller Adidas, Nike und Puma herankommt, ist das eine deutliche Verbesserung im Vergleich zum vorherigen Ausrüster Umbro.

17) https://www.werder.de

+ Bestbewertung in fast allen Kategorien abseits des Ausrüsters
+ sehr gute Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte bei den Artikeln
+ transparente Lieferkette und Nachverfolgbarkeit der Textilien über Tracycle

- Ausrüster hat noch Luft nach oben

Auf der Website sind nun mehr Informationen zur Nachhaltigkeit zur finden, sodass es einige Punkte für die Transparenz in der Lieferkette gibt. Es finden sich allerdings leider keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder Pilotprojekten, wie existenzsichernde Gehälter erreicht werden sollen.

Beim Thema Kreislaufwirtschaft sind erste Schritte sichtbar und es besteht eine klare Strategie – die großen Hersteller sind aber schon etwas weiter.[70]



Sortiment	
Anteil	100
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation	
Übersicht	100
Transparenz	100
Bonusprojekt	**+ 20**

Ausrüster	
Transparenz	60
Verhaltenskodex	40
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

Fazit

An Werder Bremen geht in diesem Jahr kein Weg vorbei! In fast allen Kategorien – abseits des Ausrüsters – erreicht der SV Bestnoten. Eine beeindruckende Leistung! Dieses Jahr zeigt sich, dass sich der eingeschlagene Weg gelohnt hat und nach den guten Ergebnissen aus den letzten Teilnahmen ist nun endlich der Meistertitel drin. Glückwunsch, Werder!

VfB Stuttgart

© VfB Stuttgart

Nachhaltig stark und bereit für mehr

Unser letztes Ranking schlossen die Stuttgarter auf einem starken zweiten Platz knapp hinter dem FC St. Pauli ab und konnten sich damit den Titel als Vizemeister sichern. Kann der VfB die starke Platzierung vom letzten Mal beibehalten?

Sortiment

Auch in diesem Jahr liefert der Verein aus Stuttgart eine ausgezeichnete Performance ab und gehört wieder einmal zur Spitzengruppe der Liga. Für ganz oben reicht es dieses Mal allerdings nicht, da die Top 3 Teams noch ein wenig stärker waren. Aber die Stuttgarter sind nah dran! Mittlerweile wird mehr als jedes zweite Bekleidungsstück aus dem eigenen Sortiment unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien produziert – insbesondere bei der hohen Anzahl der Kleidungsstücke eine bemerkenswerte Leistung! Im Sinne der Kreislaufwirtschaft werden darüber hinaus bereits seit fünf Jahren Textilien im Sortiment angeboten, die nach dem Cradle to Cradle Prinzip produziert werden. Gleiches gilt auch, wenn anlassbezogen eingekauft werden muss: Die gesamte Rohware ist dann GOTS- und Grüner Knopf-zertifiziert und auch die Druckerei besitzt eine GOTS-Zertifizierung. Im Falle einer Falschproduktion, wie beim Nichterreichen des Pokalfinales 2022/23, werden diese Textilien an Hilfsorganisationen gespendet. Darüber hinaus werden z. B. Kleidungsstücke mit fehlerhafter Beflockung zu Upcycling-Artikeln umgewidmet.

Obwohl beim Verein relativ viele Trikots am Ende der Saison übriggeblieben sind, erhält dieser die Bestpunktzahl in der Kategorie „Überproduktion“. Alle verbliebenen Trikots werden nämlich aus dem Markt zurückgeholt und über die Saison hinaus wertstabil weiterverkauft, bis keine mehr übrig sind. Fast die volle Punktzahl erhalten die Stuttgarter auch für ihr Engagement in Sachen nachhaltiger Versand: Neben ökologischen oder mehrfach verwendeten Verpackungen und einem klimaneutralen Versand konnte über ein Lager in der Nähe sowie den Verzicht auf Luftfracht der CO2-Fußabdruck bereits deutlich reduziert werden. Optimierte Produktbeschreibungen und die gezielte Analyse von Kund*innenfeedback sorgen außerdem dafür, dass die Retourenquote bei unter 2 % liegt. Zukünftig könnte über die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung bzw. eine Bearbeitungsgebühr nachgedacht werden.



© VfB Stuttgart

Sortiment	
Anteil	80
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	**+ 20**

Kommunikation

Auch in der Kategorie „Kommunikation“ schneiden die Stuttgarter gut ab: Über den Shop ist eine schöne Landing-Page zu den nachhaltigen Textilien im Sortiment zu finden, in der die verwendeten Siegel und weitere relevante Aspekte anschaulich beschrieben werden. Zusätzlich können die Artikel unter einem eigenen Reiter leicht gefunden werden. Die Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst könnte allerdings ein wenig detaillierter sein und wir empfehlen, die Trikots aus recyceltem Polyester zukünftig nicht mehr als nachhaltig zu bewerben, da es sich hierbei um kein Recycling von Textilfasern handelt und die sozialen Aspekte nicht berücksichtigt werden. Volle Punktzahl gibt es in der Unterkategorie „Transparenz“: Es wird deutlich, dass sich der Verein seiner Verantwortung innerhalb der Lieferkette bewusst ist und sowohl Umweltstandards als auch die geltenden Menschenrechte ernst nimmt. Fast alle Lieferanten des Vereins produzieren nachhaltig und lassen sich nach anerkannten Standards zertifizieren. Bei Produzenten, die bestimmte Standards (noch) nicht leisten können, wird gemeinsam nach einer Lösung gesucht, um Nachhaltigkeitskriterien sukzessive zu integrieren. Die Einhaltung der Standards überprüft der VfB in regelmäßigen Besuchen vor Ort selbst und es gibt eine Kooperation mit der Hochschule Nürtingen-Geislingen, sodass die Stuttgarter als erster Profiverein einen berufsbegleitenden Masterstudiengang in Leadership und Nachhaltigkeitsmanagement anbieten können.

Ausrüster	
Transparenz	80
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ hoher Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke
+ transparente Lieferkette
+ Awarenessbildung durch Kooperation mit einer Hochschule

- etwas oberflächliche Beschreibung der Nachhaltigkeit beim Artikel

Ausrüster

Mit Jako arbeitet der Klub mit einem Ausrüster zusammen, der sich in Sachen Nachhaltigkeit ebenfalls auf den Weg gemacht hat. Es finden sich schon zahlreiche Angaben zur Transparenz in der Lieferkette und auch der Verhaltenskodex für Lieferanten ist umfassend. Bei der Kreislaufwirtschaft und zu einem geringen Grad auch bei der Wirksamkeit sind die großen Hersteller allerdings noch einen Tick weiter, sodass eine kleine Punktedifferenz sichtbar wird. [71]



© VfB Stuttgart

19) https://www.vfb.de

Fazit

Wir können dem VfB Stuttgart wieder zu einer tollen Leistung beglückwünschen. Auch wenn es dieses Mal für ganz oben nicht gereicht hat, zeigt der Klub wieder ein sehr hohes Niveau und erreicht Top-Noten in fast allen Kategorien. Mit ein bisschen Feinjustierung ist beim nächsten Ranking auch wieder der Vizetitel oder mehr möglich.

Eintracht Frankfurt

© Eintracht Frankfurt

Mit „Greenkeeper“ zum Erfolg

Bereits bei unserer letzten Auswertung zählte die Eintracht aus Frankfurt zu den Vereinen mit der größten Verbesserung und konnte sich auf einen starken achten Platz vorarbeiten. Kann der Klub dieses Tempo halten und nun sogar oben angreifen? Oder geht den Frankfurtern langsam die Puste aus?

Sortiment

Die Eintracht schneidet auch dieses Mal bärenstark ab und kann nun eindeutig zum erweiterten Favoritenkreis gezählt werden. Wird die reine Anzahl nachhaltig produzierter Fankleidungsstücke betrachtet, können nun über 100 sozial und ökologisch hergestellte Artikel im Sortiment erworben werden, was eine enorme Steigerung im Vergleich zum letzten Ranking darstellt. Dass es in der Unterkategorie „Anteil“ nicht für die höchsten Punktzahlen reicht, liegt einfach daran, dass die Frankfurter im Vergleich zu vielen Vereinen eine deutlich größere Menge an Eigenware bei der Bekleidung anbieten und so die Basis zur Errechnung des Anteils viel höher ist. Wir sind allerdings sicher, dass sich auch dieser Wert kontinuierlich erhöhen wird und die Eintracht klar auf dem richtigen Weg ist. Auch beim Indikator „Überproduktion“ lassen die Frankfurter ein paar Punkte liegen, da verhältnismäßig viele Trikots nach der Saison übriggeblieben sind. Übrige Trikots und weitere Textilien, die zum Beispiel aufgrund des Wechsels eines Sponsors nicht mehr benötigt werden, werden im eigenen Outlet verkauft, im Sinne des Textile-to-Textile-Recyclings zu neuen Garnen verarbeitet oder für Upcycling-Kollektionen verwendet. Textilien werden grundsätzlich nicht entsorgt. Auch bei der anlassbezogenen Produktion gelten die gleichen sozialen und ökologischen Mindestanforderungen wie bei allen anderen Produkten. Hier wird außerdem zuerst nur eine geringe Stückzahl produziert und erst im Erfolgsfall mit lokalen Partner*innen zusammengearbeitet. In der Unterkategorie „Versand“ erhält der Verein die volle Punktzahl. Zukünftig wird außerdem eine Bearbeitungsgebühr bei Retouren fällig, die Fans von vermeidbaren Rücksendungen abhalten soll.



© Eintracht Frankfurt

Sortiment	
Anteil	60
Überproduktion	60
Versand	100

Kommunikation	
Übersicht	100
Transparenz	100
Bonusprojekt	**+ 20**

Kommunikation

Als einer der wenigen Klubs erreichen die Frankfurter auch in der Gesamtkategorie „Kommunikation“ die volle Punktzahl. Auf der Hauptseite im Shop existieren sowohl ein Reiter als auch ein Hinweis zur Kollektion „Greenkeeper“. Die zur Kollektion gehörende Informationsseite ist dabei so ausführlich wie bei keinem anderen Verein und enthält u. a. Beschreibungen zu Siegeln und Zertifikaten, der Logistik, der Kommunikation sowie den zugrundeliegenden Nachhaltigkeitszielen. Soziale und ökologische Kriterien, die für die Lieferanten gelten, finden sich im Verhaltenskodex, der öffentlich verfügbar auf der Seite einsehbar ist. Auch die Beschreibungen bei den Artikeln selbst sind ausführlich und sehr informativ. Als einer der wenigen Vereine gibt die Eintracht neben dem Hersteller auch das jeweilige Produktionsland an – ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu transparenteren Lieferketten! Um immer auf dem aktuellen Stand zu bleiben, besuchen die Mitarbeitenden der Eintracht außerdem regelmäßige Schulungen. Geplant ist hier beispielsweise eine Einheit zum Thema „Circular Design und nachhaltige Produktentwicklung“ an der Universität Bayreuth, die wertvolle Erkenntnisse auf dem Weg zu einer Kreislaufwirtschaft liefern kann.

Ausrüster

Aktuell arbeitet Eintracht Frankfurt noch mit dem Ausrüster Nike zusammen. Ab der Saison 2025/26 wird dann der Wechsel zum deutschen Hersteller Adidas vollzogen. Da die Bewertung beider Ausrüster in unserer Studie nahezu identisch ist, hätte der Wechsel keine Auswirkungen auf die Platzierung des Vereins.[75]

20) https://www.eintracht.de

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ Höchstpunktzahl in der Kategorie „Kommunikation“
+ tolle Landing-Page zur Nachhaltigkeit im Merchandise
+ Umfassendes Konzept zur Vermeidung der Entsorgung

- großes Sortiment drückt den Anteil



© Eintracht Frankfurt

Fazit

Die Eintracht macht genau dort weiter, wo sie aufgehört hat, und kann sich im Vergleich zum letzten Ranking weiter steigern. Steigt der Anteil nachhaltig produzierter Bekleidung zukünftig weiter, sind auch die Titelkandidaten für die Frankfurter in Reichweite. In Sachen Kommunikation zeigt der Klub bereits eine meisterliche Performance.

SC Freiburg

© SC Freiburg

öko-logiSCh auf dem Weg zur Spitze

Bei unserem letzten Ranking war der SC Freiburg nach der Hertha der Verein, der sich am meisten verbessern konnte. Damit holten die Freiburger knapp 53 Punkte mehr als bei der ersten Auswertung und konnten sich zahlreiche Plätze nach vorne schieben. Schafft es der Klub, diesen Weg weiterzugehen?

Sortiment

Auch dieses Mal schneidet der SC sehr gut ab und findet sich in der Topgruppe des Rankings wieder. Mittlerweile weisen mehr als die Hälfte der Kleidungsstücke aus dem eigenen Sortiment ein Siegel für soziale und ökologische Produktion auf, sodass hier noch mal eine deutliche Steigerung zu verzeichnen ist. Darüber hinaus gibt es ein klares Konzept zur Vermeidung von Überproduktion und bei der anlassbezogenen Herstellung: So werden zum Beispiel mögliche Siegershirts immer aus Bio-Baumwolle in geringen Mengen für die Mannschaft und den Staff hergestellt, die Massenproduktion erfolgt erst nach dem Erfolgsfall in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten. Beim verlorenen Pokalfinale 2022 musste allerdings eine geringe Menge Siegershirts entsorgt werden, die aufgrund der Niederlage nicht verkaufsfähig waren, sodass hier Punkte zur Bestbewertung fehlen. Diese erhalten die Freiburger aber in der Unterkategorie „Versand“, in der neben umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien und klimaneutralem Versand eine kostenpflichtige Retoure und Größentabellen zur Vermeidung von Rücksendungen führen.

Dass das sehr gut gelingt, zeigt die Retourenquote, die zum Zeitpunkt der Auswertung bei unter 3 % lag.

Kommunikation

In den Unterkategorien „Übersichtlichkeit“ und „Transparenz“ erhalten die Freiburger ebenfalls jeweils viele Punkte. So existiert eine schöne Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette und auch die nachhaltigen Artikel werden im Rahmen der Kollektion „öko-logiSCh“ anschaulich präsentiert. Da Kleidungsstücke vorhanden sind, die zwar das zur Nachhaltigkeitskollektion gehörige Logo führen, aber keine Hinweise zur Nachhaltigkeit in der detaillierten Artikelbeschreibung besitzen, fehlen dem Klub an dieser Stelle Punkte zur Bestbewertung. Sehr positiv ist dagegen, dass der Lieferantenkodex öffentlich verfügbar ist und Mitarbeitenden einen Leitfaden zur nachhaltigen Beschaffung erhalten.

Sortiment

Anteil	80
Überproduktion	80
Versand	100

Kommunikation

Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	-

Zudem bekennt sich der SC Freiburg klar und öffentlich transparent zu seiner Verantwortung in der Lieferkette und bezieht sich dabei auch auf internationale Standards wie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) oder die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Werden zukünftig noch die Produktionsorte bei den Artikeln angegeben, sind auch die letzten fehlenden Punkte bei der Transparenz in der Lieferkette drin. Das Engagement in Sachen nachhaltige Beschaffung könnte dann auch im Rahmen von Aktionsspieltagen noch stärker in den Vordergrund gerückt werden, damit auch die Fans erfahren, wie weit der Verein in diesem Teilaspekt der Nachhaltigkeit bereits ist.

Ausrüster

Mit Nike hat der SC Freiburg einen Partner, der in vielen Bereichen hohe Bewertungen erreicht. Die Lieferkette des Ausrüsters ist sehr transparent und der Verhaltenskodex erfüllt fast alle Anforderungen. Erste Fortschritte bei der Zahlung existenzsichernder Löhne sind erkennbar, jedoch erhalten diese bislang nur wenige Arbeiter*innen in der Lieferkette. Nike fördert außerdem Pilotprojekte zur Kreislaufwirtschaft, darunter Rückgabestationen und Reparaturservices, bleibt jedoch hinter dem Engagement des Vorreiters Puma in diesem Bereich zurück.[75]

21) https://www.scfreiburg.com



© SC Freiburg

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ Bewertung in allen Kategorien im oberen Bereich
+ schöne Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette

- noch kein Projekt zur Awareness-bildung oder Kreislaufwirtschaft



© SC Freiburg

Fazit

Der SC Freiburg setzt seinen Weg nach oben weiter fort und zu den drei bestplatzierten Klubs fehlt nicht mehr viel. Dreht der Verein zukünftig an ein paar kleinen Stellschrauben und kann damit die noch zur Bestbewertung in den einzelnen Kategorien fehlenden Punkte erreichen, können die Freiburger im Meisterrennen bald ein ernstes Wörtchen mitsprechen.

Borussia Dortmund

Königsklasse in Dortmund

Am Ende der letzten Saison hat Borussia Dortmund es sportlich noch in die Champions League geschafft. Obwohl der Verein in unserem letzten Ranking noch hinter Bayern München abgeschlagen im Mittelfeld gelandet ist, wurde uns gegenüber ein klares Ziel für die Zukunft formuliert: Auch hier sollte es die Champions League werden. Ambitioniert – aber auch machbar?

Sortiment

Und wie! Borussia Dortmund hat seine Punktzahl im Vergleich zum letzten Mal mehr als verdoppelt und findet sich nun mit anderen Topklubs oben in der Tabelle wieder. Konnten wir beim letzten Mal bis auf die Upcycling-Artikel keine nachhaltig produzierte Kleidung finden, so hat sich der Anteil nun deutlich erhöht – mehr als jedes dritte Kleidungsstück wird mittlerweile unter sozialen und ökologischen Standards gefertigt. Überproduktion wird durch ein klares Konzept vermieden: Der Trikotbedarf ist präzise geplant, Restbestände werden nicht entsorgt, sondern recycelt oder gespendet. Gemeinsam mit Puma hat der BVB eine „RE:FIBRE Take-back"-Box eingeführt, in die Fans alte Polyesterkleidung abgeben können – unabhängig von Marke oder Farbe. Diese wird recycelt, um neuen Stoff zu erzeugen. Auch Sonderproduktionen zum Beispiel anlässlich eines erreichten Pokalfinales werden zunächst in kleinen Mengen gefertigt, unter Einhaltung der sozialen und ökologischen Mindeststandards.

Im Bereich Versand setzt Borussia Dortmund auf umweltfreundliche Materialien und einen klimaneutralen Versand. Die Retourenquote kann durch umfassende Produktinformationen gering gehalten werden. Kommt doch etwas wieder zurück, gehen die Retouren in der Regel wieder in den Verkauf, auch als B-Ware in den stationären Shops.



© Borussia Dortmund

Sortiment	
Anteil	60
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation	
Übersicht	60
Transparenz	80
Bonusprojekt	**+ 20**

Kommunikation

In Sachen Kommunikation punktet die Borussia mit einer gut strukturierten Landing-Page, die nicht nur die verwendeten nachhaltigen Labels beschreibt, sondern auch Projekte wie „Vom Feld in den Fanshop" vorstellt. Die Suchfunktion im Shop funktioniert zuverlässig und Artikel enthalten detaillierte Nachhaltigkeitshinweise. Allerdings fehlen Filteroptionen oder visuelle Hinweise wie die Logos der genutzten Zertifikate in der Artikelübersicht, sodass in der Kategorie „Übersichtlichkeit" nicht die volle Punktzahl erreicht wird. Der Verein zeigt zudem hohe Transparenz in der Lieferkette: Ab Sommer 2025 wird der BVB als erstes Fußballunternehmen nach den Standards der CSRD berichten. Darüber hinaus plant der Verein die Einführung von RFID-Chips und Blockchain-Technologie, um Produkte von der Herstellung bis zur Rücknahme lückenlos nachverfolgen zu können. Die Awarenessbildung wird durch Arbeitsgruppen im Fanrat gefördert, die Nachhaltigkeit im Merchandise thematisieren.

Ausrüster

Mit Puma hat Borussia Dortmund einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.

Der BVB wird außerdem offiziell von der Science-Based Targets Initiative (SBTi) als „COMMITTED" gelistet.

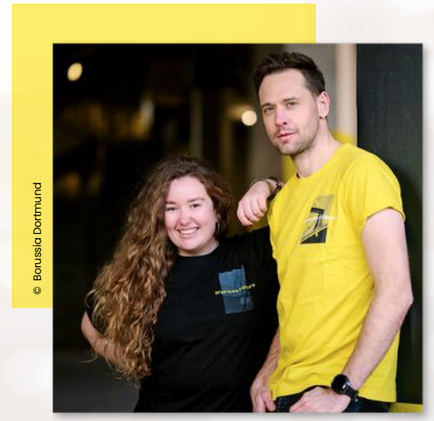
Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

+ Verdopplung der Punktzahl
+ hohe Transparenz in der eigenen Lieferkette
+ weiterführende Projekte und klares Commitment

- Darstellung der nachhaltigen Produkte im Shop

Dies zeigt den klaren Willen, Dekarbonisierungsziele zu verfolgen, die Beschaffungsstrategie nachhaltig zu gestalten und das Sortiment langfristig zu optimieren.[76]

22) https://www.bvb.de



© Borussia Dortmund

Fazit

Borussia Dortmund beweist, dass sportliche und nachhaltige Spitzenleistungen Hand in Hand gehen können. Der BVB landet in unserem Ranking weit oben und verkürzt den Abstand auf die Meister damit deutlich. Mit einem hohen Anteil nachhaltiger Kleidung, transparenter Kommunikation und tollen weiterführenden Projekten erreicht der Verein fast überall hohe Punktzahlen. Verbesserungspotenzial gibt es noch in der Darstellung der Nachhaltigkeit im Shop, doch insgesamt zeigt der BVB, dass er auch abseits des Platzes zur internationalen Spitze gehört.

VfL Bochum 1848

Bochum bleibt am Ball

Damals noch in der zweiten Liga zählte der VfL Bochum bei unserer letzten Studie zu den drei besten Neueinsteigern ins Ranking. Knapp 63 Punkte erreichte der Verein und ließ Größen wie Bayern München, Borussia Dortmund und Bayer Leverkusen hinter sich. Schaffen es die Bochumer angesichts der starken Konkurrenz, ihre Leistung nochmal zu bestätigen?

Sortiment

Eindeutig! Es reicht zwar noch nicht für ganz oben, aber der VfL macht dort weiter, wo er aufgehört hat. Mit einem Anteil von über 80 % nachhaltigen Kleidungsstücken bei der Eigenware erreichen die Bochumer als einer der wenigen Vereine in dieser Kategorie die höchste Punktzahl. Eine tolle Steigerung! Auch Nachhaltigkeit im Versand wird beim Verein ernstgenommen und so gibt es neben nachhaltigen Verpackungen aus Graspapier und einem klimaneutralen Versand auch verschiedene Maßnahmen zur Reduktion von Rücksendungen, wie beispielsweise Beschreibungen der Größe der im Artikelbild gezeigten Models oder eine kostenpflichtige Retoure. Ein paar Punkte liegen lässt der VfL in der Unterkategorie „Überproduktion“: Hier wurde im Fragebogen angegeben, dass Nachhaltigkeitsstandards bei kurzfristigen Anlässen auch mal vernachlässigt werden und auf konventionelle Ware zurückgegriffen wird. Perspektivisch sollte hier an einem Konzept gearbeitet werden, dass die Einhaltung sozialer und ökologischer Kriterien auch bei kurzfristigen Produktionen gewährleistet.

Sortiment	
Anteil	100
Überproduktion	60
Versand	80

Kommunikation

Viele Punkte erhält der Klub ebenfalls bei der Transparenz innerhalb der Lieferkette. So findet sich z. B. eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards.



Außerdem besteht das Ziel, im Bereich der Eigentextilien komplett auf den GOTS-Standard umzustellen. Aktuell wird zudem mit einem externen Partner eine Risikoanalyse für die wesentlichen Lieferanten des Vereins durchgeführt, deren Ergebnisse Mitte 2025 erwartet werden.

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	-

Perspektivisch sollen auch eigene Besichtigungen der Produktionsstandorte durchgeführt werden. Zur Bestpunktzahl fehlt lediglich die Angabe der Produktionsländer in der detaillierten Artikelbeschreibung. Darüber hinaus werden die nachhaltigen Textilien bereits sehr übersichtlich im Shop dargestellt. Um mögliches Greenwashing zu vermeiden, werden die Artikel unter der Beschreibung „zertifizierte Fanartikel“ gelistet und als visueller Hinweis werden dann die jeweils verwendeten Zertifikate in der Artikelübersicht bildlich dargestellt. Auch die Auflistung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst ist umfassend und übersichtlich. Zukünftig wäre eine übergeordnete Seite zur nachhaltigen Beschaffung hilfreich, in der verschiedene Informationen auf einen Blick zusammengefasst werden.

Ausrüster

Der VfL Bochum wird von Mizuno ausgestattet, einem Ausrüster, der in unserem Ranking im Mittefeld landet. Transparente Angaben zur Lieferkette sind nicht leicht zu erhalten, über Umwege finden sich dann jedoch eine öffentliche Lieferantenliste sowie die Ergebnisse der Risikoanalyse. Außerdem existiert ein Verhaltenskodex für Lieferanten, der in zahlreichen Sprachen – auch denen der Produktionsländer – vorhanden ist. Es findet sich allerdings kein Hinweis darauf, dass bereits existenzsichernde Löhne gezahlt werden.

Ausrüster	
Transparenz	60
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	20

+ einer der höchsten Anteile nachhaltiger Bekleidung
+ viele Punkte bei der Transparenz

- Mindestkriterien auch beim anlassbezogenen Druck notwendig

Darüber hinaus gibt es aktuell noch wenig Angaben dazu, wie Kreislaufwirtschaft zukünftig in das Geschäftsmodell integriert werden soll. Erste Ansätze sind zumindest bereits sichtbar, da z. B. beim Osaka-Marathon eine Recyclingbox für Textilien aufgestellt wurde, die nicht mehr benötigt werden.[74]

23) https://www.vfl-bochum.de/de



Fazit

Die Bochumer bestätigen ihren starken Eindruck vom letzten Mal und schaffen es in unsere Kategorie „Champions League“. Eine beeindruckende Leistung! Wird zukünftig an ein paar weiteren Stellschrauben gedreht, kann der VfL den Klubs oben gefährlich werden.

VfL Wolfsburg

© VfL Wolfsburg

Auf der richtigen (grünen) Fährte

Bei unserem letzten Ranking erreichte der Klub aus Wolfsburg einen starken sechsten Platz und ließ damit nur wenige Vereine an sich vorbeiziehen. Kann der VfL Wolfsburg die gute Platzierung auch in der Neuauflage unserer Studie halten? Oder muss sich der VfL dieses Mal der starken Konkurrenz geschlagen geben?

Sortiment

Auch in diesem Jahr schneidet der VfL Wolfsburg stark ab und landet bei uns in der Champions League. Im Vergleich zum letzten Mal hat sich dabei der Anteil der nachhaltig produzierten Fankleidungsstücke im Sortiment abseits des Ausrüsters erhöht und liegt nun bei knapp unter 50 %. Darüber hinaus erreicht der VfL Wolfsburg eine gute Bewertung im nachhaltigen Umgang mit Überproduktion: Zum Ende der letzten Saison sind keine Trikots übriggeblieben, was auf eine durchdachte Planung hinweist. Auch bei anlassbezogener Ware wie Meistershirts werden zunächst geringe Mengen produziert, eine Nachproduktion wird dann im Erfolgsfall veranlasst. Tritt dieser allerdings nicht ein, wird nicht benötigte Ware noch zerschnitten und entsorgt, anstatt sie für Upcycling- oder textile Recyclingprozesse zu nutzen. Solche Maßnahmen könnten zukünftig Kreisläufe fördern und die Ressourcennutzung verbessern. Im Versandbereich erhält der Verein fast die volle Punktzahl: Ab 2025 wird klimaneutral verschickt, aktuell kommen bereits umweltfreundliche Materialien zum Einsatz. Zudem gibt es sowohl für Ausrüster- als auch auch Nichtausrüster-Textilien umfangreiche Produktbeschreibungen und Größentabellen. Diese Maßnahmen senken die Retourenquote und tragen zur Nachhaltigkeit bei. Zukünftig könnte noch über die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung nachgedacht werden.

Kommunikation

Der VfL überzeugt außerdem mit einer klaren und übersichtlichen Darstellung seiner Nachhaltigkeitsaktivitäten. Eine Landing-Page führt Fans durch die Nachhaltigkeitsprojekte des Vereins im Bereich Merchandise, zeigt verwendete Siegel und erläutert relevante Details zu den Artikeln. Visuelle Hinweise wie das Label „Grüne Fährte“ erleichtern die Suche nach umweltfreundlich und fair hergestellten Produkten. Darüber hinaus wurde eine Filterfunktion ergänzt, die die Differenzierung von verschiedenen Siegeln ermöglicht. Derzeit ist die Differenzierung noch nicht vollständig ausgereift, weshalb der Verein plant, die Funktionalität künftig weiter zu optimieren, um eine umfassendere Nutzung zu gewährleisten.

Sortiment

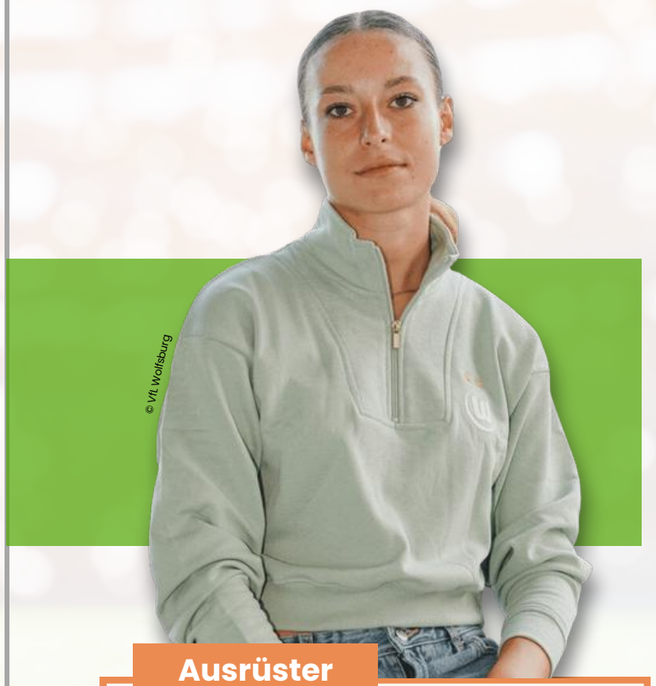
Anteil	60
Überproduktion	80
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	**+ 20**

Im Zuge der Grundsatzerklärung des VfL Wolfsburg, die von der VW-Gruppe übernommen wurde, werden Lieferanten ab einem bestimmten Auftragsvolumen nach Nachhaltigkeitskriterien überprüft und bewertet. Zudem haben Mitarbeitende Zugang zu externen Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema nachhaltige Beschaffung. Für die Höchstpunktzahl fehlen allerdings Angaben zu den Produktionsorten der einzelnen Artikel im Sortiment des Vereins.

Hervorzuheben ist auch die Beteiligung an innovativen Projekten zur Awarenessbildung. Der Verein ist Teil des Projekts „Vom Feld in den Fanshop“, über das in regelmäßigen Abständen berichtet wird. Außerdem arbeitet der VfL seit 2024 mit dem Fashion Label Soki zusammen, um nachhaltige Merchandise-Artikel zu entwickeln.



© VfL Wolfsburg

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ Anteil nachhaltiger Bekleidung wurde erhöht
+ umfassende und transparente Nachhaltigkeitskommunikation

- Maßnahmen zur Vermeidung der Entsorgung von anlassbezogenen Textilien noch nicht ausreichend

Ausrüster

Mit Nike hat der VfL Wolfsburg einen Partner, der in vielen Bereichen hohe Bewertungen erreicht. Die Lieferkette des Ausrüsters ist sehr transparent und der Verhaltenskodex erfüllt fast alle Anforderungen. Erste Fortschritte bei der Zahlung existenzsichernder Löhne sind erkennbar, jedoch erhalten diese bislang nur wenige Arbeiter*innen in der Lieferkette. Nike fördert außerdem Pilotprojekte zur Kreislaufwirtschaft, darunter Rückgabestationen und Reparaturservices, bleibt jedoch hinter dem Engagement des Vorreiters Puma in diesem Bereich zurück[75]

24) https://www.vfl-wolfsburg.de



© VfL Wolfsburg

Fazit

Der VfL Wolfsburg hat auch dieses Mal seine Vorreiterrolle in Sachen nachhaltige Fanbekleidung und Transparenz in der Lieferkette bestätigt. Im Vergleich zur letzten Studie konnte der Anteil nachhaltiger Textilien noch gesteigert werden. Auch in den anderen Kategorien erhält der Klub durchweg viele Punkte, sodass die Position in der erweiterten Spitzengruppe der Liga klare Berechtigung findet.

Champions League › **70** Punkte

1. FC Union Berlin

© 1. FC Union Berlin

Richtig Dufte!

Bei der ersten Teilnahme in unserem Ranking landeten die Berliner ganz oben und auch beim zweiten Mal gab es einen tollen fünften Platz mit starker Punktzahl. Können die Unioner diese guten Ergebnisse bestätigen? Oder ziehen weitere Vereine am Klub vorbei?

Sortiment

Auch dieses Jahr zählt Union Berlin wieder zur Spitzengruppe der Liga, muss jedoch die drei bestplatzierten Klubs ziehen lassen. Deutlich mehr als jedes zweite Bekleidungsstück im Sortiment abseits des Ausrüsters stammt aus nachhaltiger Produktion. Ein so hoher Anteil nachhaltiger Bekleidung ist gar nicht leicht zu erreichen, wenn das Sortiment wie bei den Unionern mehr als 600 Kleidungsstücke abseits des Ausrüsters umfasst. An dieser Stelle wird bereits deutlich, dass der Verein seine Verantwortung in der Lieferkette sehr ernst nimmt und neue Artikel genau auf ihre sozialen und ökologischen Standards hin überprüft. Gleiches gilt auch, wenn im Erfolgsfall anlassbezogen produziert werden muss: Auch hier müssen die Textillieferanten nachweisen, dass sie mindestens mit dem GOTS-Siegel oder dem Grünen Knopf zertifiziert sind. Alte oder nicht mehr aktuelle Textilien werden nicht entsorgt, sondern in der Regel gespendet. Die Bestpunktzahl in der Unterkategorie „Überproduktion" wird nicht ganz erreicht, da dafür zu viele Trikots am Ende der vergangenen Saison übriggeblieben sind.

Sortiment	
Anteil	80
Überproduktion	60
Versand	80

Union Berlin weist eine sehr niedrige Retourenquote von unter fünf Prozent auf, die unter anderem durch kostenpflichtigen Rückversand und Größentabellen erreicht wird. Zusätzlich erfolgt der Versand klimaneutral sowie in Kartons aus Grasfaserpapier. Auch erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft sind sichtbar, da Textilien, die mit dem Cradle to Cradle Siegel ausgestattet sind, im Sortiment zu finden sind. Der Verein ist darüber hinaus aktuell auf der Suche nach weiteren Projekten, um sich dem Thema in Zukunft intensiver widmen zu können.



© 1. FC Union Berlin

Kommunikation	
Übersicht	60
Transparenz	60
Bonusprojekt	**+ 20**

Kommunikation

Dass Union Berlin nicht noch weiter vorne landet, liegt daran, dass ein paar Punkte in der Kategorie „Kommunikation" liegengelassen werden. Positiv ist, dass sowohl die Suchfunktion gut funktioniert als auch mit dem Banner „Dufte" ein visueller Hinweis auf die nachhaltigen Artikel zu finden ist. Während die Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte bei einigen Artikeln sehr detailliert und umfassend ist, finden sich allerdings auch Kleidungsstücke, die zwar das Dufte-Siegel tragen, aber teilweise nur wenig bzw. keine weiterführenden Informationen zur Nachhaltigkeit enthalten. Es ist sehr schön, dass direkt auf der Hauptseite des Shops ein Hinweis auf die nachhaltigen Textilien zu finden ist. Für die Zukunft würden wir uns wünschen, wenn dieser Hinweis mit einer Verlinkung verbunden wäre, die zu einer Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette führt. In der Unterkategorie „Transparenz" erhält Union viele Punkte für die vorhandenen Mindeststandards, deren Überprüfung im Rahmen des hohen Anteils zertifizierter Textilien sowie die Besuche der Mitarbeitenden in den Produktionsländern vor Ort zur Sensibilisierung. Die Bestpunktzahl kann zukünftig mit einer Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards erreicht werden, die auf der Informationsseite zu finden sein könnte, sowie Angaben zu den Hauptproduktionsländern der Artikel.

Ausrüster

Union Berlin arbeitet mit Adidas als Ausrüster zusammen, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet.

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ mehr als 300 nachhaltige Bekleidungsstücke im Sortiment
+ erste Cradle to Cradle Produkte im Sortiment

- bei der Kommunikation noch Punkte möglich

Auch erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft werden beim Hersteller aus Herzogenaurach schon sichtbar. Für eine Bewertung im grünen Bereich muss sich allerdings bei der Zahlung von existenzsichernden Löhnen in der Lieferkette noch mehr tun.[67]

25) https://www.fc-union-berlin.de/de/



© 1. FC Union Berlin

Fazit

Union Berlin gehört wie bisher jedes Mal zur Spitzengruppe der Liga. An wenigen Stellen lassen die Berliner allerdings bisher noch ein paar Punkte liegen, sodass es für ganz oben leider nicht reicht. Mit etwas transparenterer Kommunikation kann Union sicher beim nächsten Mal aber wieder ein Wörtchen im Kampf um die Meisterschaft mitreden.

Hertha BSC



Die alte Dame bleibt auf Kurs

Die Hertha aus Berlin war bei unserem letzten Ranking der Klub, der sich im Vergleich zur ersten Teilnahme am meisten verbessern konnte. 55 Punkte mehr, das hat niemand geschafft! Ein weiterer Sprung in dem Ausmaß ist sicher nicht drin, aber konnte die Hertha ihren Weg fortsetzen? Oder tritt der Klub auf der Stelle?

Sortiment

Da sich unsere Kriterien ein wenig verändert haben, können die Berliner ihre Punktzahl nicht weiter steigern, obwohl wir in manchen Bereichen Verbesserungen wahrnehmen konnten. So befinden sich mittlerweile mehr Kleidungsstücke im Sortiment der Herthaner abseits des Ausrüsters, die aus nachhaltiger Produktion stammen. Der Anteil konnte damit stetig erhöht werden und beträgt schon mehr als ein Drittel – ein wichtiger Schritt. In der Unterkategorie „Überproduktion" erhalten die Berliner zudem die Bestpunktzahl. So sind nur sehr wenig Trikots nach der Saison übriggeblieben und es existieren verschiedene Ansätze, um die Entsorgung von Textilien zu vermeiden. Auch bei anlassbezogenen Produktionen wird darauf geachtet, dass die Trägerware GOTS-zertifiziert ist und die Beflockung kurzfristig in einer Druckerei vor Ort erfolgen kann. Kleidungsstücke, die als Retouren zurück zum Verein gehen, werden überprüft und wieder aufbereitet, um dann zurück in den Verkauf zu gehen.

Um Retouren im Vorfeld zu vermeiden, wird bei der Artikelbeschreibung auf abweichende Schnitte hingewiesen sowie mit Fitting-Models gearbeitet. Spannend ist auch die mögliche Einführung einer Mehrwegbox zur Belieferung der Fanshops sowie des Stadionverkaufs, die aktuell geprüft wird. Um die volle Punktzahl zu erhalten, empfehlen wir, dass die Rücksendung von Waren zukünftig kostenpflichtig sein sollte bzw. eine Bearbeitungsgebühr eingeführt wird. Der Verein hat uns mitgeteilt, dass über diese Maßnahme bereits intern diskutiert wird.

Kommunikation

Nachhaltige Textilien im Shop der Herthaner sind bisher nicht ganz so leicht zu finden, da keine visuellen Hinweise oder Reiter bzw. Filtermöglichkeiten auf der Hauptseite vorhanden sind. Über eine gezielte Suche per Suchleiste können die Artikel dann aber gefunden werden und beim Produkt selbst existieren ebenfalls Hinweise zur Nachhaltigkeit.

Sortiment

Anteil	60
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	60
Transparenz	40
Bonusprojekt	**+ 20**

Der Verein hat uns außerdem mitgeteilt, dass aktuell an einer Landing-Page zum Thema Nachhaltigkeit im Online-Shop gearbeitet wird, die zeitnah fertiggestellt werden soll. Hier finden sich dann Informationen zu verwendeten Siegeln oder weiterführenden Projekten in diesem Bereich. Es bestehen klare Mindeststandards für Lieferanten, die bei Baumwollprodukten mindestens den GOTS-Standard vorweisen müssen und bei Textilien auf Polyester-Basis die GRS-Umsetzbarkeit prüfen sollen. Zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden findet einmal wöchentlich ein interner Termin zur nachhaltigen Beschaffung im Merchandise statt. Darüber hinaus wird aktuell an einem Schulungskonzept zum Thema Nachhaltigkeit gearbeitet, bei dem Merchandising ein Modul darstellen wird. Um die volle Punktzahl in diesem Bereich erhalten zu können, wären zukünftig eine öffentliche Grundsatzerklärung zur Achtung sozialer und ökologischer Standards innerhalb der Lieferkette sowie eine Veröffentlichung der Produktionsländer beim Artikel selbst wünschenswert. Toll ist, dass bereits Aktionen zur Sensibilisierung von Fans erfolgt sind - wie etwa der Nachhaltigkeitsspieltag, auf dem über Upcycling-Projekte und weiteres Engagement der Herthaner in diesem Bereich informiert wurde.

Ausrüster

Mit Nike hat die Hertha einen Partner, der in vielen Kategorien hohe Bewertungen erreicht. Die Lieferkette des Ausrüsters ist sehr transparent und der Verhaltenskodex erfüllt fast alle Anforderungen. Erste Fortschritte bei der Zahlung existenzsichernder Löhne sind erkennbar, jedoch erhalten diese bislang nur wenige Arbeiter*innen in der Lieferkette.

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ Anteil nachhaltiger Bekleidung wurde erhöht
+ GOTS-Mindeststandard (auch bei anlassbezogenen Produktionen)
+ Nachhaltigkeit auch im Versand

- Übersichtlichkeit der Textilien im Shop und Transparenz in der Lieferkette verbesserungsfähig

Nike fördert außerdem Pilotprojekte zur Kreislaufwirtschaft, darunter Rückgabestationen und Reparaturservices, bleibt jedoch etwas hinter dem Engagement des Vorreiters Puma in diesem Bereich zurück.[75]

26) https://www.herthabsc.com/de



Fazit

Die Hertha aus Berlin bestätigt ihren positiven Eindruck aus der letzten Analyse und kann sich in einigen Bereichen weiter verbessern. Angesichts der großen Konkurrenz ist das Halten der Platzierung in der Tabelle ein toller Erfolg. Wir sind gespannt auf die weiteren Schritte, die zukünftig noch folgen werden. Vielleicht geht dann noch etwas mehr nach oben.

Europa League **› 65** Punkte

Jahn Regensburg



Jahnhaltigkeit zahlt sich aus

Als Zweitligist war Jahn Regensburg bei unserem letzten Ranking das erste Mal mit dabei. Da zu dem Zeitpunkt lediglich Bekleidung aus Bio-Baumwolle vorhanden war, die nicht sehr übersichtlich im Shop präsentiert wurde, erhielten die Regensburger nur wenig Punkte und befanden sich eher am unteren Ende in unserer Tabelle. Hat sich das seitdem verbessert? Und kann sich Jahn Regensburg aus dem Abstiegskampf befreien?

Sortiment

Eindeutig! Der SSV Jahn Regensburg findet sich nun in der oberen Hälfte unseres Rankings wieder und erreicht damit die Europa League. Die Verbesserung kommt vor allem dadurch zustande, dass mittlerweile zahlreiche Bekleidungsstücke im eigenen Sortiment zu finden sind, die mit dem GOTS-Siegel zertifiziert worden sind. Hier ist fast jede zweite Fanbekleidung mit dem anerkannten Zertifikat versehen. Darüber hinaus wurden die Trikots der vergangenen Saison komplett abverkauft. Nicht mehr benötigte Textilien werden grundsätzlich nicht entsorgt, sondern über Tombolas, den Kontakt zu kleinen Partnervereinen oder den internen Flohmarkt für Mitarbeitende verteilt. Bei der anlassbezogenen Produktion wird zuerst nur eine Teilmenge produziert und erst im Erfolgsfall eine weitere Bestellung in Auftrag gegeben. In der Unterkategorie „Versand“ gibt es Punkte dafür, dass sämtliche Fanartikel ausschließlich in FSC-zertifizierten Kartonagen versendet werden.

Außerdem konnte eine sehr geringe Retourenquote von etwa 1,3 % durch kostenpflichtige Rücksendungen sowie Bilder von Models mit Vergleichsgrößen bei zahlreichen T-Shirts und Pullovern sowie Größentabellen bei den Trikots erreicht werden. Auch eine Abholung der bestellten Ware ist am folgenden Werktag im Jahn Fanshop vor Ort möglich, sodass eine Lieferung in diesen Fällen vermieden werden kann. Für die Bestbewertung in dieser Kategorie könnte zusätzlich über die Klimakompensation des Versandes durch den Versanddienstleister nachgedacht werden.

Kommunikation

Im Vergleich zu unserer letzten Analyse haben sich die Regensburger bei der Darstellung der nachhaltigen Textilien im Shop deutlich verbessert. So ist beim Artikel selbst eine Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte vorhanden, die mit der Landing-Page zur nachhaltigen Beschaffung verlinkt ist.

Sortiment	
Anteil	60
Überproduktion	80
Versand	80

Kommunikation	
Übersicht	100
Transparenz	40
Bonusprojekt	**+ 20**

Auf dieser finden sich verschiedene Informationen zum vereinseigenen Label „Jahnhaltig“, das auf die nachhaltigen Produkte hinweisen soll, sowie zu den umweltfreundlichen Versandmaterialien. Zukünftig könnte hier zusätzlich eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards innerhalb der Lieferkette veröffentlicht werden. Für die Auswahl von Lieferanten existieren Mindestvorgaben zur sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit und Mitarbeitende besuchen regelmäßig Informationsveranstaltungen zum Thema. Zur Sensibilisierung der Fans wurde das Jahnhaltig-Label im Rahmen des Nachhaltigkeitsspieltages des DFB sowie in einer Sonderpublikation umfassend beworben. Zusätzlich werden „Jahnhaltig“-Artikel in Gewinnspiele und Teilnahme-Geschenke integriert.



Ausrüster

Der SSV Jahn Regensburg arbeitet mit dem Ausrüster Hummel zusammen. Obwohl auch Hummel (noch) nicht an die Bewertung der größeren Hersteller Adidas, Nike und Puma herankommt, ist im Vergleich zu früheren Analysen eine Verbesserung beim Hersteller aus Dänemark sichtbar.

Ausrüster	
Transparenz	60
Verhaltenskodex	40
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ Verdreifachung der Punktzahl
+ schöne Darstellung der nachhaltigen Produkte

- Mehr Transparenz in der Lieferkette wünschenswert

Auf der Website gibt es nun mehr Informationen zur Nachhaltigkeit zu finden, sodass es einige Punkte für die Transparenz in der Lieferkette gibt. Es finden sich allerdings leider keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder Pilotprojekten, wie existenzsichernde Gehälter erreicht werden sollen. Beim Thema Kreislaufwirtschaft sind erste Schritte sichtbar und es besteht eine klare Strategie – die großen Hersteller sind hier aber schon etwas weiter. [70]

27) https://www.ssv-jahn.de



Fazit

Jahn Regensburg hat sich im Vergleich zur letzten Teilnahme deutlich verbessert und konnte seine Punktzahl mehr als verdreifachen. Eine tolle Entwicklung! Wenn die Regensburger so weitermachen und sich der Anteil der nachhaltigen Textilien sowie die Transparenz innerhalb der Lieferkette stetig erhöht, geht es zukünftig noch weiter nach oben.

Europa League › 65 Punkte

SC Paderborn 07

Vom Kellerkind zum Euro-Starter

Während sich der SC Paderborn 07 bei unserer ersten Analyse mit etwa 16 Punkten im Abstiegskampf befand, konnte der Verein beim zweiten Mal seine Punkte verdoppeln und einen sicheren Mittelfeldplatz für sich beanspruchen. Können die Paderborner diese Tendenz bestätigen? Und winkt bald sogar das internationale Geschäft?

Sortiment

Das sieht gut aus! Der SC Paderborn 07 verfolgt seinen Weg Schritt für Schritt weiter und kann seine Punktzahl ein weiteres Mal verdoppeln. Insbesondere im eigenen textilen Sortiment hat sich viel getan, sodass im Schnitt mittlerweile fast jedes dritte Fankleidungsstück unter Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Standards produziert worden ist. Dabei profitiert der Klub auch davon, dass die Auswahl im Vergleich zu anderen Vereinen eher klein gehalten wird und sich nicht so viele unterschiedliche Kleidungsstücke abseits des Ausrüsters im Sortiment befinden. Die volle Punktzahl gibt es auch in der Unterkategorie „Überproduktion“, da fast keine Trikots übriggeblieben sind und diese genauso wie andere „alte“ Textilien dennoch rabattiert abverkauft werden bzw. in Upcycling-Kollektionen eine weitere Verwendung finden. Auch bei anlassbezogenen Produktionen wird darauf geachtet, dass z. B. die Aufstiegsshirts aus nachhaltiger Herstellung stammen und mit einem glaubwürdigen Siegel versehen sind.

In der Kategorie „Versand“ erhalten die Paderborner viele Punkte für die Klimakompensation des Versanddienstleisters, die Verwendung von recycelfähigen Versandmaterialien sowie die Hinweise zur Passform. Zudem besteht die Möglichkeit, bestellte Waren im Fanshop vor Ort abzuholen, sodass die Anzahl der Lieferungen reduziert werden kann. Um die volle Punktzahl zu erreichen, könnte der Klub zukünftig über die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung bzw. einer Bearbeitungsgebühr für Retouren nachdenken.



Sortiment	
Anteil	80
Überproduktion	100
Versand	80

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	-

Kommunikation

Die nachhaltigen Artikel werden im Online-Shop bereits sehr übersichtlich dargestellt, was dem SCP07 zahlreiche weitere Punkte bringt. So existiert eine übersichtliche Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette, auf der auch sämtliche Lieferanten aufgelistet werden. Darüber hinaus gibt es eine Nachhaltigkeitskollektion, die leicht über den betreffenden Reiter auf der Hauptseite gefunden werden kann. Im Sinne der Verordnungen zu Umweltaussagen bei Produkten empfehlen wir allerdings, noch mal genau zu überprüfen, welche Artikel mit dem Banner „nachhaltig“ versehen sind und stattdessen z. B. eher die Abbildungen der Zertifikate im Artikelbild zu verwenden oder gezielte Filtermöglichkeiten einzusetzen. Auch beim Thema Transparenz ist der Verein schon sehr weit und verfügt neben einer Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards in der Lieferkette über klare Auswahlkriterien für soziale und ökologische Standards bei der Herstellung. Mitarbeitende werden darüber hinaus regelmäßig zu Themen der nachhaltigen Beschaffung geschult. Für die volle Punktzahl wäre es zukünftig noch wünschenswert, wenn das jeweilige Produktionsland beim Artikel selbst angegeben werden würde. Auch über Projekte zur Awarenessbildung bei den Fans oder zur Kreislaufwirtschaft könnte perspektivisch nachgedacht werden, um noch weitere Schritte nach oben zu machen.

Ausrüster

Der SC Paderborn 07 wird ab der Saison 2025/26 von Hummel ausgestattet – ein Ausrüster, der im Bereich Nachhaltigkeit bereits Engagement zeigt. Derzeit kooperiert der SCP07 noch mit Saller, einem Ausrüster, der leider keine Angaben zur Nachhaltigkeit oder entsprechenden Produktstandards macht. Aus diesem Grund erhält der Hersteller bei uns keine Punkte und landet auf dem letzten Platz. Da wir in unserer Analyse die aktuellen Ausrüster betrachten, können wir die Veränderung ab Sommer leider in der Bewertung nicht berücksichtigen. Mit dem Wechsel zum Ausrüster Hummel, der umweltfreundlich produzierte Materialien und Transparenz in der Lieferkette stärker in den Fokus rückt, sind aber klare Verbesserungen absehbar.[77]

Ausrüster	
Transparenz	0
Verhaltenskodex	0
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	0

+ weitere Verdopplung der Punktzahl
+ toller Umgang mit Überproduktion
+ gute Punktzahl in der Kategorie „Kommunikation“

- intransparenter Ausrüster



Fazit

Der SC Paderborn 07 macht dort weiter, wo er beim letzten Mal aufgehört hat, und verdoppelt seine Punktzahl ein weiteres Mal. Ein toller Erfolg, der mit der Teilnahme am internationalen Geschäft belohnt wird! Mit weiteren punktuellen Verbesserungen sowie dem Wechsel des Ausrüsters können die Paderborner zukünftig vielleicht auch beim Kampf um die Champions League Plätze eingreifen. Wir sind gespannt.

28) https://www.scp07.de

1. FC Köln

© 1. FC Köln

Ein Geißbock in Europa

Der 1. FC Köln verpasste bei unserem letzten Ranking ganz knapp den Sprung in die Top 10. Dabei zählte der Verein im Vergleich zur ersten Analyse zu den drei Vereinen, die sich am meisten verbessern konnten. Eine Verbesserung in dem Ausmaß ist sicher nicht noch einmal möglich – aber schaffen es die Kölner dieses Mal in die Riege der besten zehn Klubs?

Sortiment

Die Kölner erhalten auch in diesem Jahr viele Punkte und können sich damit für die Conference League qualifizieren. Mit dem Sprung in die Top 10 wird es allerdings auch dieses Mal nichts, da in manchen Bereichen noch ein paar Punkte fehlen. Bemerkenswert ist, dass im Sortiment der Kölner bereits mehr als jedes zweite Bekleidungsstück abseits des Ausrüsters unter Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Standards in der Lieferkette hergestellt worden ist. Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, gibt es leider keine Informationen zum Umgang mit überflüssigen oder unverkauften Textilien. Aufgrund des hohen Anteils nachhaltiger Bekleidung bei der Eigenware gehen wir jedoch davon aus, dass auch bei anlassbezogen Produktionen bestimmte Mindeststandards vorausgesetzt werden. In der Kategorie Versand gibt es Punkte für den klimaneutralen Versand durch Kompensation, Größentabellen beim Artikel zur Reduktion von Retouren sowie die Option, die Filialverfügbarkeit der im Online-Shop angebotenen Artikel zu überprüfen.

Zukünftig könnte hier noch über die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung oder einer Bearbeitungsgebühr nachgedacht werden.

Kommunikation

Auch in der Kategorie „Kommunikation“ erhalten die Kölner einige Punkte: Über den Shop ist eine schöne Landing-Page zu den nachhaltigen Textilien im Sortiment – genannt „Grüner Hennes“ - zu finden, in der die verwendeten Siegel und weitere relevante Aspekte anschaulich beschrieben werden. Zusätzlich können die Artikel unter einem eigenen Reiter leicht gefunden werden. Auch die Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst ist sehr detailliert. Wir empfehlen allerdings, die Trikots aus recyceltem Polyester zukünftig nicht mehr als nachhaltig zu bewerben, da es sich hierbei um kein Recycling von Textilfasern handelt und die sozialen Aspekte nicht berücksichtigt werden.

Daher vergeben wir für die Verwendung des Symbols zum „Grünen Hennes“ keine Punkte. Auf der Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung findet sich eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards. Es wird außerdem auf bestehende soziale und ökologische Kriterien hingewiesen, die die Lieferanten verpflichtend erfüllen müssen. Positiv ist zudem, dass die Lieferkette von rund 100 Textilien über das Label OEKO-TEX® MADE IN GREEN nachvollziehbar ist. Zukünftig könnte allerdings noch das Hauptproduktionsland in der detaillierten Artikelbeschreibung ergänzt werden.

Ausrüster

Der 1. FC Köln arbeitet mit dem Ausrüster Hummel zusammen. Obwohl Hummel (noch) nicht an die Bewertung der größeren Hersteller Adidas, Nike und Puma herankommt, ist im Vergleich zu früheren Analysen eine Verbesserung beim Hersteller aus Dänemark sichtbar. Auf der Website sind nun mehr Informationen zur Nachhaltigkeit zu finden, sodass es einige Punkte für die Transparenz in der Lieferkette gibt. Es finden sich allerdings leider keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder Pilotprojekten, wie existenzsichernde Gehälter erreicht werden sollen. Beim Thema Kreislaufwirtschaft sind erste Schritte sichtbar und es besteht eine klare Strategie – die großen Hersteller sind hier aber schon etwas weiter.[70]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

29) https://fc.de

+ deutliche Steigerung des Anteils nachhaltiger Bekleidung
+ übersichtliche Darstellung der Artikel im Shop

- Bewerbung von Textilien aus recyceltem Polyester

Sortiment

Anteil	80
Überproduktion	20
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	-

Ausrüster

Transparenz	60
Verhaltenskodex	40
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

Fazit

Auch wenn sich der 1. FC Köln nicht noch ein weiteres Mal so deutlich gesteigert hat wie bei der letzten Analyse, ist das weiterhin eine eindrucksvolle Leistung, die mit der Teilnahme am internationalen Geschäft belohnt wird. Bemerkenswert ist vor allem die klare Erhöhung des Anteils der nachhaltig hergestellten Bekleidung, die übersichtlich im Shop präsentiert wird.

1. FC Nürnberg

© 1. FC Nürnberg

Auf dem richtigen Weg

Der 1. FC Nürnberg war bei unserem letzten Ranking zum ersten Mal dabei und erreichte als viertbester Neueinsteiger mit knapp 48 Punkten einen Platz im gesicherten Mittelfeld der Tabelle. Können sich die Nürnberger weiter verbessern? Oder müssen sie die starke Konkurrenz ziehen lassen?

Sortiment

Der 1. FC Nürnberg kann sich punktemäßig weiter verbessern und erreicht damit die Teilnahme an der Conference League. Etwas mehr als jedes vierte Bekleidungsstück wurde dabei unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards innerhalb der Lieferkette hergestellt und u. a. mit dem GOTS-Label oder OEKO-TEX® MADE IN GREEN zertifiziert. Darüber hinaus gibt es ein klares Konzept zur Vermeidung von Überproduktion, da Bestellmengen sehr konservativ berechnet werden und die wenigen übriggeblieben Textilien in den Folgejahren zu reduzierten Preisen abverkauft werden. Auch mit Blick auf bestimmte Anlässe, wie zum Beispiel Aufstiege, werden die Mengen sehr defensiv kalkuliert und soziale sowie ökologische Kriterien finden weiterhin Berücksichtigung. In der Unterkategorie „Versand" erhalten die Nürnberger Punkte für die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen *wildplastic*, das Plastik, welches sich außerhalb des Recyclingkreislaufes befindet, sammelt und zu zirkulären Produkten wie beispielsweise Versandtaschen weiterverarbeitet.

Zur Vermeidung von Retouren existieren Größentabellen beim Artikel und auch eine kostenpflichtige Rücksendung wird für die Zukunft geprüft. Zukünftig könnte hier über einen Versanddienstleister mit Klimakompensation der Lieferung nachgedacht werden. Auch weitere Maßnahmen wie die Anzeige der Filialverfügbarkeit bei Artikeln im Online-Shop bzw. die Abholmöglichkeit im stationären Shop oder die Einführung von Mehrwegversandboxen für die interne Logistik sind denkbar.

Kommunikation

Bei der Darstellung der nachhaltigen Produkte im Online-Shop hat sich im Vergleich zu unserer letzten Überprüfung eine erfreuliche Änderung ergeben: Während es zu dem Zeitpunkt lediglich Punkte für die Suchfunktion sowie eine ausführliche Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst gab, sind nun ein ansprechender visueller Hinweis auf der Hauptseite des Shops und eine Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette hinzugekommen.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	80
Versand	40

Kommunikation

Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	–

Hier finden sich zum Beispiel Angaben zu den verwendeten Nachhaltigkeitszertifikaten, Produkten aus nachhaltigerem Material oder zu den ökologischen Maßnahmen im Bereich des Versandes. Das gibt nun 80 Punkte! Viele Punkte erhält der Klub ebenfalls in der Unterkategorie „Transparenz". So existiert ein Verhaltenskodex für Lieferanten, der öffentlich einsehbar ist und soziale und ökologische Mindeststandards festlegt. Deren Einhaltung wird in Stichproben anhand von Lieferantenbesuchen kontrolliert. Zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden wurde zudem eine Zusammenarbeit mit dem Global Nature Fund beschlossen, die u. a. aus einem Vortrag zur Nachhaltigkeit in der textilen Lieferkette sowie zwei Workshops zum Thema besteht. Zur vollen Transparenz wäre es zukünftig wünschenswert, wenn der Verein auch die Produktionsländer in der jeweiligen Artikelbeschreibung angeben würde.


© fcn.de

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

+ hohe Punktzahl in der Kategorie Kommunikation
+ tolles Konzept zur Vermeidung von Überproduktion

- Anteil der nachhaltigen Produkte sollte stetig erhöht werden

Ausrüster

Der 1. FC Nürnberg arbeitet mit Adidas als Ausrüster zusammen, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet. Auch erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft werden beim Hersteller aus Herzogenaurach schon sichtbar. Für eine Bewertung im grünen Bereich muss sich allerdings bei der Zahlung von existenzsichernden Löhnen in der Lieferkette noch mehr tun.[67]

34) https://www.fcn.de/home/



© fcn.de

Fazit

Der 1. FC Nürnberg konnte sich ein weiteres Mal verbessern und schafft damit den Sprung ins internationale Geschäft. Herzlichen Glückwunsch! Mit weiteren nachhaltigen Bekleidungsstücken und zusätzlichen Maßnahmen im Bereich Versand können die Nürnberger zukünftig weitere Plätze nach oben gutmachen.

FC Augsburg

© FC Augsburg 1907 GmbH & Co. KGaA

Mehr nachhaltige Textilien, mehr Punkte

Bei unserem letzten Ranking landeten die Augsburger mit knapp 35 Punkten im Mittelfeld der Tabelle. Während sie bei der Nachhaltigkeitskommunikation schon gut abgeschnitten haben, gab es allerdings nur wenige Textilien aus nachhaltiger Produktion. Konnten sie den Anteil der nachhaltigen Bekleidungsstücke seitdem erhöhen? Ist dieses Mal sogar eine höhere Platzierung drin?

Sortiment

Die Augsburger konnten sich im Vergleich zur letzten Teilnahme steigern und erreichen damit die Teilnahme an der Conference League. Bemerkenswert ist vor allem der deutlich gestiegene Anteil nachhaltig produzierter Bekleidungsstücke, die mittlerweile etwas mehr als die Hälfte des eigenen Sortiments ausmachen. Eine tolle Steigerung! Auch in der Kategorie „Überproduktion" gibt es einige Punkte, da zum Beispiel die Entsorgung von Textilien durch zahlreiche Maßnahmen vermieden wird. Da allerdings keine Angaben zu den nach der Saison übriggeblieben Trikots gemacht wurden, gibt es an dieser Stelle leider keine Punkte. Beim Versand wird bereits mit Versandtaschen und Kartonagen aus Graspapier gearbeitet, die Kosten von Rücksendungen müssen zudem selbst getragen werden. Hinweise zur Passform der Artikel tragen zusätzlich zur Reduktion von Retouren bei.

Weitere Punkte sind hier zukünftig noch durch einen klimaneutralen Versand (durch Kompensation) oder weiterführende Maßnahmen wie die Abholung im Shop oder eine Zusammenführung der Logistikprozesse zu holen.

Kommunikation

Auch in der Unterkategorie „Übersichtlichkeit" kann der FCA einige Punkte sammeln. Hier finden sich beispielsweise ausführliche Hinweise zur Nachhaltigkeit in der detaillierten Artikelbeschreibung und verwendete Siegel werden direkt im Artikelbild angezeigt. So werden Fans gezielt auf die nachhaltigen Artikel aufmerksam gemacht, ohne dabei den Eindruck von Greenwashing zu erwecken. Für die Bestbewertung in dieser Kategorie würden wir uns zukünftig eine Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung wünschen, auf die beispielsweise auf der Hauptseite des Shops hingewiesen werden könnte.

Auch sollte es eine Möglichkeit geben, die nachhaltigen Artikel unter einem spezifischen Reiter oder gefiltert anzeigen lassen zu können. Aufgrund des relativ hohen Anteils glaubwürdig zertifizierter Kleidungsstücke, ist eine Überprüfung der sozialen und ökologischen Standards zumindest zu einem großen Teil gegeben. Außerdem wird derzeit an einem Verhaltenskodex für Lieferanten gearbeitet. Sind zukünftig noch eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards sowie Angaben zu den Hauptproduktionsländern der einzelnen Artikel vorhanden, können die Augsburger weitere Punkte in dieser Kategorie sammeln.

Ausrüster

Der FC Augsburg wird von Mizuno ausgestattet, einem Ausrüster, der in unserem Ranking im Mittefeld landet. Transparente Angaben zur Lieferkette sind nicht leicht zu erhalten, über Umwege finden sich dann jedoch eine öffentliche Lieferantenliste sowie die Ergebnisse der Risikoanalyse. Außerdem existiert ein Verhaltenskodex für Lieferanten, der in zahlreichen Sprachen – auch denen der Produktionsländer – vorhanden ist. Es findet sich allerdings kein Hinweis darauf, dass bereits existenzsichernde Löhne gezahlt werden. Darüber hinaus gibt es aktuell noch wenig Angaben dazu, wie Kreislaufwirtschaft zukünftig in das Geschäftsmodell integriert werden soll. Erste Ansätze sind zumindest bereits sichtbar, da z. B. beim Osaka-Marathon eine Recyclingbox für Textilien aufgestellt wurde, die nicht mehr benötigt werden.[74]

30) https://www.fcaugsburg.de

+ Anteil nachhaltiger Bekleidung signifikant erhöht
+ Verbesserungen auch bei der Darstellung der Textilien

- Mehr Punkte beim Versand möglich
- Transparenz sollte weiter erhöht werden

Sortiment

Anteil	80
Überproduktion	60
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	60
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Ausrüster

Transparenz	60
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	20

Fazit

Die Augsburger haben insbesondere den Anteil an nachhaltig produzierten Kleidungsstücken deutlich erhöht und konnten damit ein besseres Ergebnis als beim letzten Mal einfahren. Das wird mit der Teilnahme am internationalen Geschäft belohnt. Auch wenn in manchen Bereichen noch Luft nach oben ist, ist der FCA eindeutig auf dem richtigen Weg.

Fortuna Düsseldorf

© Fortuna Düsseldorf 95

Erfolgskurs – mit Raum für Verbesserungen

Im letzten Ranking konnte die Fortuna aus Düsseldorf ihre Punkte im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppeln und sich damit einen Platz in der oberen Hälfte der Tabelle sichern. Schaffen die Düsseldorfer eine weitere so eindrucksvolle Steigerung? Oder ist der weitere Weg nach oben zu steinig?

Sortiment

Die Düsseldorfer konnten sich erneut verbessern, wenn auch in einem geringeren Ausmaß. Mit dieser Punktzahl kann sich der Klub damit für die Conference League qualifizieren. Besonders positiv ist dabei der hohe Anteil nachhaltig produzierter Bekleidung im eigenen Sortiment, sodass mittlerweile mehr als jedes zweite Kleidungsstück unter Berücksichtigung glaubhafter sozialer und ökologischer Standards produziert worden ist. Relativ viele Punkte gibt es auch beim Versand: Die Pakete werden klimaneutral durch CO2-Kompensation verschickt und Rücksendungen sind grundsätzlich kostenpflichtig. Außerdem kann im Online-Shop geprüft werden, ob der gewünschte Artikel auch in einer Filiale verfügbar ist. Zukünftig wären Hinweise zur Passform der Kleidungsstücke oder Größentabellen wünschenswert, die bei der Auswahl der richtigen Größen helfen. Da keine Antwort vom Verein erfolgt ist, erhalten die Düsseldorfer leider wenig Punkte in der Kategorie „Überproduktion“.

Aufgrund des hohen Anteils nachhaltiger Bekleidung gibt es hier lediglich Punkte für die sozialen und ökologischen Mindestkriterien, die voraussichtlich auch bei anlassbezogenen Produktionen Berücksichtigung finden.

Kommunikation

In der Kategorie „Übersichtlichkeit“ erhält der Verein Punkte für die funktionierende Suchfunktion sowie die Hinweise zur Nachhaltigkeit in der detaillierten Artikelbeschreibung. Da diese jedoch nur bei einem Klick auf die Produktdetails sichtbar werden und auch sonst keine visuellen Hinweise wie die Bilder der Zertifikate oder Filter verwendet werden, ist die Darstellung der nachhaltigen Bekleidungsstücke insgesamt noch verbesserungsfähig. Zusätzlich sollte über die Erstellung einer Informationsseite zur nachhalten Beschaffung nachgedacht werden, in der alle relevanten Informationen auf einen Blick zusammengefasst und z. B. genutzte Siegel erklärt werden.

Sortiment

Anteil	80
Überproduktion	20
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	40
Transparenz	60
Bonusprojekt	-

Im Bereich der Transparenz erhält die Fortuna bereits eine gute Bewertung aufgrund der vorhandenen Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards sowie der bestehenden sozialen und ökologischen Auswahlkriterien für Lieferanten, die auch extern überprüft werden. Zukünftig könnten noch Hinweise auf die Hauptproduktionsorte bei den einzelnen Artikeln hinterlegt werden.

+ hoher Anteil nachhaltiger Bekleidung
+ Grundsatzerklärung und umfassende Auswahlkriterien

- Übersichtlichkeit der Darstellung

Ausrüster

Mit Adidas besitzt Fortuna Düsseldorf einen Ausrüster, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet. Auch für den vorhandenen Verhaltenskodex und erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft erhält der Sportartikelhersteller aus Herzogenaurach zahlreiche Punkte. Weiterhin sehr verbesserungsfähig ist die Wirksamkeit beim Thema Löhne. Anders als bei den letzten Analysen konnten jedoch auch hier erste Fortschritte nachgewiesen werden.[67]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

31) https://www.f95.de

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

Fazit

Fortuna Düsseldorf gehört zu den Vereinen, die in der Kategorie des Anteils nachhaltiger Bekleidung schon sehr gut abschneiden. Auch in den meisten anderen Kategorien erhält der Klub bereits zahlreiche Punkte, sodass die Teilnahme am internationalen Geschäft absolut verdient ist. Mit weiteren transparenten Angaben zur Lieferkette und einer übersichtlicheren Darstellung der nachhaltigen Textilien im Shop ist zukünftig noch eine weitere Verbesserung der Platzierung greifbar.

SV Darmstadt 98

© SV Darmstadt 98

Die Lilien bleiben dran

Bei unserem letzten Ranking zählte der SV Darmstadt neben dem Hamburger SV zu den besten Neueinsteigern und erreicht einen starken zehnten Platz. Die Konkurrenz ist allerdings groß – können die Darmstädter weiter oben angreifen oder müssen sie andere Vereine ziehen lassen?

Sortiment

Der SV Darmstadt 98 erhält erneut viele Punkte und landet bei uns dieses Mal in der Conference League. Angesichts der starken Konkurrenz gehen zwar ein paar Vereine in der Tabelle vorbei, aber das ist wieder eine respektable Leistung der Darmstädter. Besonders gut schneidet der Klub dabei in der Unterkategorie „Überproduktion“ ab: So waren nach der letzten Saison keine Trikots übrig und auch Textilien, die aufgrund eines Wechsels des Ausrüsters oder Sponsors nicht mehr aktuell sind, werden weiterhin rabattiert angeboten. Bei anlassbezogenen Produktionen erfolgt die Weiterverarbeitung in unmittelbarer Nähe zum Vereinsstandort, sodass Lieferwege verkürzt werden können und Zeit gespart wird. Große Mengen werden erst nach feststehendem Ergebnis produziert, zuvor wird ausschließlich die Mannschaft ausgestattet. Noch mehr Punkte in dieser Kategorie würde es geben, wenn auch hier Nachhaltigkeitsstandards Anwendung fänden und ein klares Konzept für falsch produzierte Textilien entwickelt würde.

Beim Versand gibt es Punkte für umweltfreundliche Verpackungsmaterialien, die detaillierten Hinweise zur Passform der Kleidungsstücke sowie die kostenpflichtige Rücksendung der Artikel. Zukünftig sollte noch über Versandmöglichkeiten mit Klimakompensation und weitere Maßnahmen wie die Abholung im Shop nachgedacht werden.

Kommunikation

Die nachhaltigen Textilien im Shop können sowohl über die Suchfunktion als auch über den Reiter „Sportfairein“ auf der Hauptseite des Shops gefunden werden. Es existiert auch ein zur Kollektion zugehöriges Symbol, das allerdings erst in der detaillierten Artikelbeschreibung sichtbar wird und damit in der Übersicht nicht als visueller Hinweis dient. Zusätzlich ist eine Landing-Page zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette vorhanden, auf der sich der Verein zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards bekennt und die Verwendung des eigenen Labels erklärt.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	80
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	80
Transparenz	100
Bonusprojekt	-

Darüber hinaus existiert in der detaillierten Artikelbeschreibung der Punkt „Lieferkette“, der Informationen zum Herstellungsland und der weiteren Verarbeitung bietet. Das ist im Sinne der Transparenz eine äußerst hilfreiche Angabe, die erste Rückschlüsse auf die jeweiligen Produktionsbedingungen ziehen lässt. Punkte gibt es hier außerdem für die bestehenden Auswahlkriterien sowie die Sensibilisierung der Mitarbeitenden, die z. B. in Form von internen Workshops erfolgt.

Ausrüster

Der SV Darmstadt arbeitet mit dem Ausrüster Craft zusammen. Im Vergleich zum letzten Mal konnte sich die Sportmarke ein wenig verbessern und landet nun bei 34 Gesamtpunkten. Der für Zulieferer geltende Verhaltenskodex, der sich am umfassenden BSCI Code of Conduct orientiert, wird jetzt im eigenen Nachhaltigkeitsbericht ansprechend dargestellt. Die wichtigsten Produktionsländer und Lieferanten werden nun ebenfalls im Bericht genannt. Eine öffentliche Liste sämtlicher Lieferanten wäre allerdings wünschenswert.

Außerdem lassen sich im Bericht verschiedene Informationen zum Thema Kreislaufwirtschaft finden, das im Unternehmen als Initiative Craft Circle 2021 gestartet ist. Hier sind jedoch weitere Schritte in Richtung des Textile-to-Textile-Recyclings sowie Rückgabe und Reparaturstationen zukünftig sinnvoll. Da keine transparenten Daten zum Thema Löhne vorliegen und auch keine konkreten Projekte vorgestellt werden, lässt sich daraus schließen, dass CRAFT von der Zahlung existenzsichernder Löhne noch entfernt ist.[69]

32) https://www.sv98.de

Ausrüster

Transparenz	40
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ Konzept zur Vermeidung von Überproduktion
+ viele Punkte in der Kategorie Kommunikation

- Anteil der nachhaltigen Kleidungsstücke könnte noch erhöht werden


© SV Darmstadt 98

Fazit

Die Darmstädter liefern erneut eine gute Leistung ab und erreichen bei uns das internationale Geschäft. Für einen eher kleinen Verein wie den SV Darmstadt ist das ein beachtenswertes Ergebnis. Um weitere Schritte nach vorne zu machen, sollte der Anteil nachhaltig produzierter Kleidungsstücke zukünftig weiter erhöht werden. Wird noch an ein paar weiteren Stellschrauben gedreht, kann der Verein zusätzliche Plätze nach vorne gutmachen.

TSG Hoffenheim

Ausrüster verhindert großen Sprung

Mit Platz 7 in der letzten Saison 2024/25 konnten sich die Hoffenheimer sportlich gesehen für die Europa League qualifizieren. Wie sieht es in unserem Ranking aus? Beim letzten Mal erreichte die TSG mit etwa 56 Punkte den 15. Platz in unserer Studie. Erreichen sie bei unserer Neuauflage ebenfalls Europa League Niveau?

Sortiment

Die TSG ordnet sich auch bei uns im oberen Bereich ein und lässt einige große Vereine hinter sich. Damit reicht es bei uns für die Teilnahme an der Conference League. Zur Spitzengruppe der Liga ist allerdings ein größerer Abstand vorhanden, der zukünftig durch weitere Maßnahmen geschlossen werden könnte. Da die Hoffenheimer im Vergleich zu anderen Vereinen ein eher ausgewähltes Sortiment aufweisen, ist der Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke mit knapp 25 % schon relativ gut. Für eine Bepunktung im grünen Bereich sollten hier zukünftig aber noch weitere Bekleidungsstücke hinzukommen. In der Kategorie „Überproduktion“ erhalten die Hoffenheimer dagegen bereits eine ausgezeichnete Bewertung. Besonders erwähnenswert ist hier, dass das Auswärtstrikot zwei Saisons lang getragen wird und damit für diese Saison kein neues Design erstellt worden ist. Eine schöne Handlung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit, die bald hoffentlich auch von anderen Vereinen aufgegriffen wird.

Trikots und andere Textilien werden grundsätzlich nicht entsorgt, sondern es wird stattdessen auf Restpostenhändler, Gewinnspiele oder Überraschungsboxen zurückgegriffen.



In der Unterkategorie „Versand“ erhalten die Hoffenheimer Punkte für die ökologischen und größenangepassten Versandkartons sowie den klimaneutralen Versand durch Kompensation. Darüber hinaus finden sich Größentabellen bei den Trikots und detaillierte Angaben zur Passform mithilfe von Models, um unnötige Rücksendungen zu vermeiden.

Sortiment	
Anteil	40
Überproduktion	80
Versand	60

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	80
Bonusprojekt	**+ 20**

Zukünftig könnte über eine kostenpflichtige Rücksendung oder eine Bearbeitungsgebühr nachgedacht werden, um die dennoch hohe Retourenquote zu senken.



Kommunikation

Die nachhaltigen Textilien können leicht über den eigenen Reiter „nachhaltig“ sowie ein eigenes Label gefunden werden und es existiert zusätzlich eine detaillierte Landing-Page, die direkt auf der Hauptseite des Shops verlinkt ist und weiterführende Informationen zur Verantwortung in der Lieferkette bietet. Die Hinweise zur Nachhaltigkeit beim Artikel selbst könnten allerdings umfassender und gezielter sein, damit klarer wird, warum das entsprechende Kleidungsstück als nachhaltig eingestuft worden ist. In Sachen Transparenz haben die Hoffenheimer im Vergleich zu unserer letzten Studie leichte Fortschritte gemacht. Zu Beginn der Landing-Page im Shop ist eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards zu finden. Aus dieser Erklärung resultieren soziale und ökologische Mindeststandards, die die Lieferanten erfüllen müssen und die öffentlich einsehbar sind. Zusätzlich nehmen die Mitarbeitenden regelmäßig an verschiedenen Infoveranstaltungen und Austauschrunden zur nachhaltigen Beschaffung teil. Zudem hat der Verein bereits begonnen, die Hauptproduktionsländer bei den nachhaltigen Artikeln transparent anzugeben.

Ausrüster	
Transparenz	0
Verhaltenskodex	40
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	20

+ schöne Landing-Page mit klarem Hinweis auf der Hauptseite
+ Auswärtstrikots werden über zwei Saisons getragen

- intransparenter Ausrüster

Ist das zukünftig flächendeckend für alle Produkte der Fall, können die noch fehlenden Punkte zur Bestbewertung erreicht werden. Um Fans stärker für das Thema zu sensibilisieren, werden die Upcycling-Projekte umfassend durch die Medienabteilung begleitet. Außerdem besteht eine aktive AG Merchandising, in der entsprechende Themenstellungen ebenfalls diskutiert werden.

Ausrüster

Dass die Hoffenheimer nicht weiter oben landen, liegt zu großen Teilen auch an ihrem Ausrüster Joma. Mit Ausnahme des Verhaltenskodex, der leider nicht alle wichtigen Bereiche thematisiert, finden sich keine Informationen zu konkreten Projekten im Bereich Nachhaltigkeit und auch die Lieferkette ist nicht öffentlich. Über eine Suche nach „nachhaltigen Materialien“ werden zumindest zahlreiche Artikel aus alternativen Materialien angezeigt und auch die Trikots werden aus recyceltem Polyester hergestellt. Wir hoffen, dass sich zukünftig transparentere Angaben zur Lieferkette beim Ausrüster finden lassen, von denen auch die TSG Hoffenheim profitieren würde.[72]

Fazit

Die TSG Hoffenheim erreicht in zahlreichen Kategorien Punkte und braucht sich mit dieser Leistung nicht zu verstecken. Mit dieser Punktzahl schaffen die Hoffenheimer den Sprung ins internationale Geschäft. Mit weiteren nachhaltigen Bekleidungsstücken und zusätzlicher Transparenz sind weitere Plätze nach oben hin möglich.

33) https://www.tsg-hoffenheim.de

Holstein Kiel

Keine Spur von Abstiegskampf

Ein toller sportlicher Erfolg war für die Kieler der Aufstieg in die 1. Bundesliga nach der Saison 2023/24. Dass das Bestehen in der höchsten deutschen Spielklasse nicht leicht ist, zeigt sich in dieser Saison allerdings. Und wie sieht es bei uns aus? Haben die Kieler hier Erstliganiveau oder geht es wieder herunter in die 2. Liga?

Sortiment

Der Klub aus Kiel schafft es bei uns sogar in die Conference League und hat mit dem Abstieg daher nichts zu tun. Der Verein hat ein kleines Sortiment, in dem sich bereits einige nachhaltig produzierte Bekleidungsstücke befinden – so kommen die Kieler auf einen 25 %igen Anteil bei ihrer Eigenware. Hier wird es spannend, ob sie diese Zahl halten oder sogar verbessern können, sollte es zukünftig eine größere Auswahl geben. Positiv ist auch, dass am Ende der letzten Saison keine Trikots übriggeblieben sind und der Verein angegeben hat, dass Textilien nicht entsorgt, sondern z. B. bei einem Wechsel des Ausrüsters eher über deutliche Reduzierungen noch verkauft werden. Rückläufer oder B-Ware werden darüber hinaus auf einer Aktionsfläche während der Kieler Woche günstig abgegeben. Da mögliche Siegershirts bisher kurzfristig eingekauft worden sind, wurde hier noch nicht auf soziale und ökologische Standards bei der Herstellung geachtet. Um die volle Punktzahl zu erhalten, müsste das zukünftig noch geändert werden.

Um in der Kategorie „Versand“ weitere Punkte zu erhalten, sollte neben recyceltem Füllmaterial zukünftig auf einen klimakompensierten Versand oder detaillierte Hinweise zur Passform bzw. Größentabellen gesetzt werden. Sehr positiv ist hier bereits jetzt, dass sowohl der Versand als auch die Rücksendung jederzeit kostenpflichtig sind.



© Holstein Kiel

Sortiment	
Anteil	40
Überproduktion	80
Versand	60

Kommunikation	
Übersicht	40
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Kommunikation

In der Kategorie „Kommunikation“ geben wir Punkte dafür, dass die Suchfunktion sehr gut funktioniert und nachhaltige Kleidungsstücke über das Zertifikat als visueller Hinweis gefunden werden können. Zukünftig würden wir uns hier eine genauere Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel inklusive des Produktionslandes und eine Informationsseite zur Verantwortung in der Lieferkette wünschen, die auf der Hauptseite des Shops verlinkt werden könnte. Hier könnte sich auch die Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards bei der Produktion befinden. Positiv ist darüber hinaus, dass bereits Auswahlkriterien bestehen, nach denen die Lieferanten anhand von sozialen und ökologischen Standards ausgesucht werden. Zudem nehmen Mitarbeitende regelmäßig an der von uns angebotenen Austauschrunde zur nachhaltigen Beschaffung in Sportvereinen teil, in der aktuelle Themenstellungen diskutiert werden und Impulse für die eigene Arbeit im Verein geliefert werden. Wird der Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke zukünftig weiter erhöht, könnte das mit gezielter Kommunikation und interessanten Aktionen für die Fans begleitet werden, um auf diese Weise zur Sensibilisierung in der Gesellschaft beizutragen.

Ausrüster

Mit Puma hat Holstein Kiel zudem einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden.

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

+ transparenter Ausrüster
+ hohe Punktzahl in der Kategorie „Überproduktion“

- Eigene Lieferkette noch relativ intransparent
- Nachhaltige Textilien können noch besser dargestellt werden

Hier werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

35) https://www.holstein-kiel.de



© Holstein Kiel

Fazit

In Anbetracht der Größe und personellen sowie finanziellen Ressourcen des Vereins schneidet Holstein Kiel in unserem Ranking sehr gut ab – als Belohnung winkt ein Platz in der Conference League. Kommen zukünftig weitere nachhaltige Bekleidungsstücke ins Sortiment, die dann anschaulich und transparent nach außen hin kommuniziert werden, können die Kieler noch ein paar Plätze gut machen.

Borussia Mönchengladbach

© Borussia Mönchengladbach

Europa ist in Reichweite

Knapp 30 Punkte erreichte die Borussia aus Gladbach in unserem letzten Ranking und reihte sich damit in der unteren Hälfte der Tabelle ein. Damals gab es lediglich zahlreiche Artikel aus Bio-Baumwolle, glaubwürdige Standards für die gesamte Lieferkette wurden allerdings noch nicht verwendet. Ist das in diesem Jahr nach wie vor so?

Sortiment

Die Borussia schafft es zwar weiterhin nicht, das internationale Geschäft zu erreichen, der Verein konnte sich aber in vielen Bereichen verbessern und verkürzt damit den Abstand erkennbar. Besonders bemerkenswert ist die klare Steigerung des Anteils der Bekleidungsstücke, die unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards hergestellt worden sind. Gab es vorher nur Textilien aus Bio-Baumwolle, so finden sich im eigenen Sortiment nun fast ein Drittel Artikel mit glaubwürdigem Siegel wie GOTS oder dem Grünen Knopf. Dafür gibt es deutlich mehr Punkte als bei der letzten Analyse. Punkte gibt es in der Kategorie Versand auch für die exakte Berechnung der benötigten Kartongröße sowie die klaren Hinweise zur Beschreibung der Passform. Hier sollte darüber hinaus zukünftig die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung sowie eines klimaneutralen Versandes durch Kompensation diskutiert werden.

Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, können wir den Umgang mit zu viel oder falsch produzierter Kleidung nicht beurteilen und Borussia Mönchengladbach erhält folglich in dieser Kategorie leider 0 Punkte.

Kommunikation

Um die nachhaltig produzierten Textilien sichtbar darzustellen, werden Banner mit der Aufschrift „nachhaltig“ verwendet und es existiert ein Filter, der sämtliche Artikel auf einen Blick anzeigt. Das ist äußerst hilfreich für Fans, die gezielt nach sozial und ökologisch produzierter Kleidung suchen. Mit Blick auf die kommenden Richtlinien zu allgemeinen Umweltaussagen sollten hier jedoch perspektivisch spezifischere Angaben zum Material oder zum Siegel genutzt werden, um mögliches Greenwashing zu verhindern.

Da aktuell auch Produkte mit Öko Tex Standard 100 Label beworben werden, das lediglich die Schadstofffreiheit beim Endprodukt garantiert, aber keine weiterführenden sozialen oder ökologischen Anforderungen an die Lieferkette stellt, geben wir an dieser Stelle keine Punkte für die Verwendung des Banners. Zukünftig könnte zusätzlich eine Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung aufgebaut werden, die zum Beispiel mit der bereits vorhandenen Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards verbunden werden könnte. Außerdem sollten im Sinne der Transparenz die Hauptproduktionsländer bei den einzelnen Produkten genannt werden. Zur Sensibilisierung der Fans sind außerdem verschiedene Aktivitäten wie Gewinnspiele, gezielte Kommunikationsmaßnahmen oder Info-Workshops denkbar.

+ Glaubwürdige Labels statt Bio-Baumwolle
+ deutliche Erhöhung des Anteils nachhaltiger Bekleidung

- Verwendung des Banners „nachhaltig“ teilweise irreführend

Ausrüster

Mit Puma hat Borussia Mönchengladbach einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Hier werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet. Auch der Verhaltenskodex für Lieferanten des Unternehmens enthält sämtliche wichtigen Punkte und ist in zahlreichen verschiedenen Sprachen öffentlich einsehbar. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

36) https://www.borussia.de

Fazit

Borussia Mönchengladbach konnte sich im Vergleich zu unseren letzten Analysen klar steigern und den Anteil nachhaltig produzierter Kleidungsstücke deutlich erhöhen. Wir freuen uns, dass nun zahlreiche Siegel verwendet werden, die glaubwürdig soziale und ökologische Standards sicherstellen. Geht die Borussia diesen Weg weiter, sind zukünftig weitere Schritte nach oben möglich.

Sortiment	
Anteil	60
Überproduktion	0
Versand	40

Kommunikation	
Übersicht	40
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

Bayer 04 Leverkusen

© Bayer 04 Leverkusen

Hier schlummert großes Potenzial

Meister, Pokalsieger und Finalist in der Europa League – sportlich gesehen hätte das vergangene Jahr für die Leverkusener nicht besser laufen können. Doch gilt das auch für unser Ranking? Bei der letzten Auswertung landete Bayer 04 knapp vor dem FC Bayern München auf dem 18. Platz von 36 Mannschaften. Der Trend ging damals aber eindeutig nach oben. Können die Leverkusener das bei der Neuauflage bestätigen?

Sortiment

Bayer 04 überzeugt mit einem starken Anteil von über 50 % nachhaltiger Bekleidung – ein Spitzenwert im Vergleich zu anderen Vereinen, der ihnen 80 Punkte einbringt. Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, gibt es leider keine Informationen zum Umgang mit überflüssigen oder unverkauften Textilien. Sowohl beim Pokalsieger- als auch beim Meistershirt, die beide GOTS-zertifiziert hergestellt worden sind, zeigt sich jedoch, dass auch bei anlassbezogenen Produktionen auf die Einhaltung bestimmter Mindeststandards geachtet wird. Interessant wäre darüber hinaus gewesen, ob bereits ähnliche T-Shirts für einen möglichen Sieg in der Europa League produziert worden sind, und was mit diesen passiert ist. In der Unterkategorie „Versand“ sammelt Leverkusen dank des Verzichts auf überflüssige Verpackungen und des klimaneutralen Dienstleisters DHL GoGreen Punkte, bietet aber wenig Transparenz über weitere Maßnahmen.

Es gibt zwar Größentabellen zur Vermeidung von Retouren, gleichzeitig ist die Rücksendung jedoch kostenlos und es wird sogar aktiv damit geworben, mehrere Artikel zu bestellen und nur die passenden Kleidungsstücke zu behalten.

Kommunikation

Trotz des hohen Anteils nachhaltiger Fanbekleidung hat Leverkusen Schwierigkeiten, diese sichtbar zu machen. Es gibt weder eine Landing-Page zur Verantwortung in der Lieferkette noch Filtermöglichkeiten oder andere visuelle Hinweise im Online-Shop. Der Klub erhält in der Kategorie „Übersichtlichkeit“ lediglich Punkte für die Hinweise zur Nachhaltigkeit in der detaillierten Artikelbeschreibung. Transparenzpunkte werden ebenfalls vergeben dank der Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards sowie eines öffentlich einsehbaren Lieferantenkodex.

Darüber hinaus fehlt es jedoch an Informationen über Produktionsländer und Sensibilisierungsmaßnahmen für Mitarbeitende.

Ausrüster

Leider zieht der Ausrüster Castore die Gesamtbewertung des Vereins deutlich nach unten. In den Unterkategorien „Wirksamkeit“ und „Kreislaufwirtschaft“ erhält der Hersteller keine Punkte, da keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder kreislaufgerechten Produkten verfügbar sind. Grundsätzlich finden sich auf der Seite von Castore wenig transparente Angaben zur Lieferkette, es existiert lediglich eine Erklärung zur modernen Sklaverei und zum Menschenhandel. Dort wird erwähnt, dass es Mindestkriterien für Lieferanten gibt, diese werden jedoch nicht näher erläutert und es findet sich folglich auch kein öffentlicher Verhaltenskodex. Neben den Herstellern Saller und Macron handelt es sich bei Castore damit um den am schlechtesten bewerteten Ausrüster.[68]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

37) https://www.bayer04.de/de-de

+ hoher Anteil nachhaltiger Kleidungsstücke
+ Sozial- und Umweltstandards auch bei anlassbezogener Produktion
+ Verwendung glaubwürdiger Siegel für die gesamte Lieferkette

- Intransparenter Ausrüster
- Darstellung der nachhaltigen Textilien im Shop

Sortiment	
Anteil	80
Überproduktion	20
Versand	60

Kommunikation	
Übersicht	20
Transparenz	60
Bonusprojekt	-

Ausrüster	
Transparenz	20
Verhaltenskodex	20
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	0

Fazit

Der hohe Anteil nachhaltiger Kleidung zeigt, dass Leverkusen in diesem Bereich Vorreiterpotenzial hat. Allerdings leidet die Platzierung unter einer mangelhaften Auffindbarkeit der Artikel und einem schwachen Ausrüster. Das Ergebnis ist solide, aber bleibt hinter den sportlichen Höhenflügen der letzten Saison zurück.

FC Schalke 04

© FC Schalke 04

Green Blue landet im Mittelfeld

Der FC Schalke 04 gehörte bei unserer letzten Auswertung zu den fünf Vereinen, die sich am meisten verbessern konnten. So konnte der Klub insbesondere aufgrund der deutlich gestiegenen Anzahl nachhaltig produzierter Bekleidungsstücke und der übersichtlicheren Darstellung seine Punktzahl mehr als verdoppeln. Geht der Aufstieg nun genauso weiter oder werden den Schalkern ihre Grenzen aufgezeigt?

Sortiment

S04 erreicht eine gute Punktzahl, die Schalker kommen aber nicht ganz an das Ergebnis vom letzten Mal heran und landen bei uns daher im Mittelfeld. Das liegt zum einen daran, dass zwar weiterhin viele Bekleidungsstücke zu finden sind, die unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards produziert worden sind, der Verein verfügt insgesamt aber über ein relativ großes Sortiment. Da damit der Basiswert zur Berechnung des Anteils sehr hoch ist, ist es schwieriger, in dieser Kategorie eine höhere Punktzahl zu erreichen. Da uns der Verein nicht geantwortet hat, können wir keine Punkte für die Anzahl der übriggebliebenen Trikots oder etwaige Konzepte zur Vermeidung von Über- oder Falschproduktion vergeben. Leider finden sich auch keine Informationen über umweltfreundliche Versandmaterialien oder einen klimaneutralen Versandpartner und es existieren auch keinerlei Hinweise zur Passform der Kleidungsstücke oder hilfreiche Größentabellen.

Positiv ist, dass die Option „In einer Filiale suchen" im Online-Shop verfügbar ist. Dafür gibt es 20 Punkte im Bereich Versand.

Kommunikation

Darüber hinaus erhalten die Schalker auch viele Punkte für die sehr übersichtliche Präsentation der nachhaltigen Bekleidung im Online-Shop. So findet sich eine Beschreibung der jeweils zutreffenden Nachhaltigkeitsaspekte beim Artikel selbst und es existiert auch ein eigener Filter, der gezielt nach nachhaltigen Produkten suchen lässt. Eine Landing-Page zum verantwortungsvollen Einkauf ist ebenfalls vorhanden. Diese könnte allerdings noch ein wenig ausführlicher sein. Da Kleidungsstücke präsentiert werden, die zwar das zur Nachhaltigkeitskollektion „GreenBlue" gehörige Logo führen, aber keine Hinweise zur Nachhaltigkeit in der detaillierten Artikelbeschreibung besitzen bzw. auch Artikel mit Öko Tex Standard 100 Label beworben werden fehlen dem Klub an dieser Stelle Punkte zur Bestbewertung. Im Sinne der Transparenz ist dafür sehr positiv, dass das jeweilige Hauptproduktionsland bei allen Artikeln angegeben wird. Zudem erklärt sich der FC Schalke 04 öffentlich dazu bereit, sich sowohl vor Ort als auch innerhalb der gesamten globalen Lieferketten für eine nachhaltige Beschaffung einsetzen zu wollen. So soll im Merchandising und beim Catering bevorzugt auf umweltfreundlich und fair produzierte Artikel zurückgegriffen werden. Das Engagement in Sachen nachhaltige Beschaffung könnte zukünftig z. B. im Rahmen von Aktionsspieltagen noch stärker in den Vordergrund gerückt werden, damit auch die Fans erfahren, welche Fortschritte die Schalker in diesem Bereich bereits erzielt haben.

Ausrüster

Der FC Schalke 04 arbeitet mit Adidas als Ausrüster zusammen, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet. Auch erste Ansätze im Bereich der Kreislaufwirtschaft werden beim Hersteller aus Herzogenaurach schon sichtbar. Für eine Bewertung im grünen Bereich muss sich allerdings bei der Zahlung von existenzsichernden Löhnen in der Lieferkette noch mehr tun.[67]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

38) https://schalke04.de

+ gute Darstellung der nachhaltigen Bekleidung
+ Angabe der Hauptproduktionsländer bei den Artikeln

- Wenig Maßnahmen beim Versand
- Verwendung des eigenen Symbols „Green Blue" teilweise irreführend

Sortiment	
Anteil	40
Überproduktion	0
Versand	20

Kommunikation	
Übersicht	80
Transparenz	60
Bonusprojekt	-

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

Fazit

Für die Schalker reicht es in diesem Jahr nur für einen Platz im Mittelfeld unseres Rankings. Einige sehr vielversprechende Ansätze sind aber bereits vorhanden. Wenn der Klub seinen Weg weitergeht und zum Beispiel den Anteil der nachhaltigen Bekleidung stetig erhöht sowie weitere Maßnahmen zur CO2-Reduktion im Versand einführt, ist künftig auch das internationale Geschäft drin.

SpVgg Greuther Fürth

Raus aus dem Abstiegskampf

Bei unserem letzten Ranking war die SpVgg Greuther Fürth zum ersten Mal dabei, sie erhielt allerdings nur wenig Punkte und landete auf dem 34. Tabellenplatz. Können sich die Fürther dieses Mal verbessern und weitere Vereine hinter sich lassen?

Sortiment

Auf jeden Fall! Auch wenn weiterhin noch Luft nach oben ist, konnten die Fürther ihre Punktzahl fast verdreifachen und sich damit einen Platz im sicheren Mittelfeld der Tabelle verdienen. So waren beim Verein am Ende der Saison nur wenige Trikots übrig und es existieren zahlreiche Ansätze zur Vermeidung der Entsorgung von Textilien, wie zum Beispiel der Verkauf an Mystery-Box oder die Nutzung für CSR-Projekte. Noch mehr Punkte in der Kategorie „Überproduktion“ sind zukünftig drin, wenn der Verein auch bei anlassbezogenen Produktionen Alternativen zur Vernichtung der falsch produzierten Ware findet und glaubwürdige Labels verwendet werden.

Zur Vermeidung von Retouren ist die Rücksendung kostenpflichtig. Es wird aktuell darüber nachgedacht, zukünftig ökologische Kriterien für die Verpackungen und den Versand einzuführen. Wenn das erfolgt ist und auch klare Hinweise zur Passform oder Bilder mit Größenbeschreibungen der Models eingesetzt werden, kann die SpVgg Greuther Fürth beim nächsten Mal weitere Punkte gutmachen. Der Anteil der Kleidungsstücke, die unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien hergestellt werden, ist allerdings weiterhin zu gering. Hier sollte sich der Verein perspektivisch darauf konzentrieren, vermehrt auf glaubwürdige Siegel für nachhaltige Produktionsbedingungen zu setzen.



Kommunikation

Sind diese dann verstärkt im Sortiment zu finden, kann der Verein über visuelle Hinweise oder Filtermöglichkeiten und umfassende Informationen in der Artikelbeschreibung auf die Nachhaltigkeitsaspekte hinweisen.

Sortiment

Anteil	20
Überproduktion	60
Versand	20

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	40
Bonusprojekt	**+ 20**

Dazu könnte mittelfristig auch eine Landing-Page eingeführt werden, die die Informationen zur nachhaltigen Beschaffung auf einen Blick zusammenfasst. Der Verein bekennt sich dazu, das Bewusstsein zum Schutz der Menschenrechte auf die Lieferkette ausweiten zu wollen. Dazu gehören verschiedene Maßnahmen zur Sensibilisierung sowie die Erstellung eines Verhaltenskodex für Lieferanten, dessen Einhaltung zukünftig auch überprüft werden soll. Werden all diese Schritte in die Tat umgesetzt und zusätzlich Angaben zu den Produktionsländern bei den Artikeln hinzugefügt, kann die SpVgg Greuther Fürth eine noch bessere Bewertung in der Unterkategorie „Transparenz“ erwarten. Spannend sind die kreativen Ansätze zur Sensibilisierung der Fans für das Thema nachhaltiges Merchandise. So gibt es zum Beispiel eine Nachhaltigkeits-Challenge, in der u. a. Ideen zur nachhaltigeren Beschaffung eingereicht werden können und als Preis VIP-Tickets winken. Auch Kinder werden in verschiedenen Workshops spielerisch über das Thema aufgeklärt.

+ Verdreifachung der Punktzahl
+ kreative Projekte zur Awareness-Bildung

- Anteil nachhaltiger Produktion mit glaubwürdigem Siegel muss erhöht werden
- Mehr Transparenz und Übersichtlichkeit zukünftig wichtig



Ausrüster

Mit Puma hat die SpVgg Greuther Fürth einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Hier werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

39) https://www.sgf1903.de

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

Fazit

Im Vergleich zur letzten Analyse konnte das Kleeblatt seine Punktzahl fast verdreifachen und verdeutlicht damit, dass sich der Verein auf dem richtigen Weg befindet. Zukünftig ist es jedoch wichtig, dass glaubwürdige Siegel für soziale und ökologische Kriterien bei der Herstellung eingeführt werden und der Anteil der nachhaltigen Bekleidung kontinuierlich erhöht wird. Die Einführung sollte von einer übersichtlichen und transparenten Kommunikation im Shop begleitet werden.

Hannover 96

© Hannover 96

Kleine Schritte zu mehr Nachhaltigkeit

Als Zweitligist wurde Hannover 96 beim letzten Mal erstmalig von uns unter die Lupe genommen. Dabei erreichte der Verein aus der niedersächsischen Landeshauptstadt den 26. Platz und landete eher in der unteren Hälfte der Tabelle. Kann sich der Klub dieses Mal steigern?

Sortiment

Der große Wurf gelingt den Hannoveranern leider nicht, eine leichte Verbesserung ist allerdings zu beobachten. Ähnlich wie beim letzten Mal liegt das vor allem an dem geringen Anteil nachhaltiger Bekleidung im eigenen Sortiment. Lediglich ein Shirt mit Regenbogenmotiv wurde unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien hergestellt. Das ist im Vergleich zu vielen anderen Vereinen leider zu wenig. Zahlreiche Punkte gibt es dagegen in den Unterkategorien „Überproduktion“ sowie „Versand“. So sind nur wenig Trikots nach der letzten Saison übriggeblieben und diese werden neben weiteren nicht mehr aktuellen Textilien über andere Anbieter weitervertrieben. Um eine Fehlproduktion zu vermeiden, werden z. B. bei Derbys T-Shirts mit dem Aufdruck „Derbysieger“ ohne Jahreszahl gedruckt und im Falle einer Niederlage bis zum nächsten Derby eingelagert. Zur Vermeidung von Rücksendungen von Textilien gibt es Größentabellen direkt beim Artikel sowie kostenpflichte Retouren.

Zusätzlich erfolgt der Versand klimaneutral über eine Kompensation mit GoGreen in Kartonagen aus recyceltem Material. Außerdem ist der Versand anders als bei den meisten Vereinen jederzeit kostenpflichtig, es gibt also keine Bestellmenge, ab der keine Kosten mehr anfallen. Das gibt die volle Punktzahl!



Sortiment	
Anteil	0
Überproduktion	80
Versand	100

Kommunikation	
Übersicht	60
Transparenz	40
Bonusprojekt	**+ 20**

Kommunikation

Obwohl nur ein nachhaltiges Bekleidungsstück im Sortiment vorhanden ist, wird dieses gut dargestellt, was dem Verein zahlreiche Punkte beim Indikator „Übersichtlichkeit“ bringt. So kann das Shirt über die Suchfunktion und die verwendeten Zertifikate gefunden werden, die in der Artikelübersicht als visueller Hinweis dienen. Kommen zukünftig weitere sozial und ökologisch produzierte Textilien dazu, sollte der Verein über eine Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung nachdenken, die neben einer Grundsatzerklärung und einem Verhaltenskodex für Lieferanten auch die verwendeten Siegel und weitere geplante Schritte vorstellt. In diesem Zuge könnte im Sinne der Transparenz auch ein Hinweis auf das jeweilige Produktionsland beim Artikel selbst veröffentlicht werden.

Ausrüster

Ausrüster von Hannover 96 ist der italienische Sportartikelhersteller Macron. Dass das Unternehmen nur sehr intransparent über sein Nachhaltigkeitsengagement berichtet, hat sich seit unserer letzten Recherche nicht verändert: Der zu Zeiten der ersten Studie noch auf der Website vorhandene Verhaltenskodex für Lieferanten lässt sich seit unserer zweiten Veröffentlichung weiterhin nicht finden. Über oberflächliche Angaben zu ökologischen Projekten hinaus finden sich leider keine Informationen zur Lieferkette, wie z. B. eine öffentliche Lieferantenliste oder Ergebnisse einer Risikoanalyse. Auch Hinweise zu Projekten, die zu höheren Löhnen in den Fabriken führen sollen, existieren nicht.

Ausrüster	
Transparenz	0
Verhaltenskodex	0
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ guter Umgang mit Überproduktion
+ Darstellung des nachhaltig produzierten Artikels

- intransparenter Ausrüster
- zu geringer Anteil nachhaltiger Bekleidung

Es wird dagegen ein Projekt beschrieben, bei dem aus Textilabfällen neue Socken entstanden sind. Das ist zwar ein erster Schritt, von einem umfassenden Konzept zur Kreislaufwirtschaft ist der Ausrüster allerdings noch weit entfernt.[73]

40) https://www.hannover96.de/startseite

Fazit

Hannover 96 hat sich im Vergleich zum letzten Mal etwas verbessert und stellt das einzige nachhaltig produzierte T-Shirt viel übersichtlicher dar. Beim Umgang mit Überproduktion und beim Versand gibt es viele Punkte für die Hannoveraner. Weitere Plätze nach oben sind allerdings nur dann möglich, wenn der Anteil der sozial und ökologisch hergestellten Bekleidungsstücke kontinuierlich erhöht wird.

FSV Mainz 05

© FSV Mainz 05

Potenzial bleibt ungenutzt

Der FSV Mainz 05 zählt zu den Vereinen, die in unserem Ranking zuverlässig viele Punkte erhalten, bisher aber den Sprung in die Spitzengruppe noch nicht geschafft haben. Geht in diesem Jahr mehr nach vorne? Oder ist die Konkurrenz zu stark?

Sortiment

Der FSV Mainz 05 tritt ein wenig auf der Stelle und kann leider keine Plätze nach oben hin gutmachen. Das liegt vor allem daran, dass wir relativ wenig Kleidungsstücke finden konnten, die unter Beachtung sozialer und ökologischer Standards produziert worden sind. So bekommen die Mainzer an dieser Stelle lediglich 20 Punkte und bleiben damit hinter den meisten Vereinen zurück. Da wir keine Antwort vom Verein bekommen haben, gibt es aufgrund der fehlenden Daten zu übrigen Trikots und dem Umgang mit anlassbezogenen Produktionen keine Punkte in der Kategorie „Überproduktion“. Eine sehr gute Bewertung erhalten die Mainzer dagegen beim Versand, da sie zum einen klimaneutral mit DHL Go Green versenden und darüber hinaus Hinweise zur Passform der Artikel in Form einer Größentabelle vorhanden sind. Im Mainzer Fanshop wird außerdem die Abholungsmöglichkeit im Shop angeboten und die Rücksendung von Waren ist kostenpflichtig, womit Retourenquoten tendenziell verringert werden können.

Kommunikation

Bei der Übersichtlichkeit der Darstellung gibt es Punkte für die funktionierende Suchfunktion sowie den Hinweis zur Kollektion „Klimaverteidiger“ auf der Hauptseite. Darüber hinaus existiert eine Informationsseite zu Aktionen und Initiativen der Mainzer im Bereich Nachhaltigkeit, die auch das Engagement im Fanshop thematisiert. Dieser Teilbereich könnte allerdings etwas leichter zu finden sein und sollte auch von der Seite des Shops aus zu erreichen sein. Für weitere Punkte sollten zukünftig noch detaillierte Hinweise zur Nachhaltigkeit in der Artikelbeschreibung platziert und visuelle Hinweise bzw. Filtermöglichkeiten eingeführt werden. Auch in der Kategorie „Transparenz“ ist noch mehr möglich. So sollten die Informationen zur nachhaltigen Beschaffung mit einer Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards verbunden werden.

Sortiment

Anteil	20
Überproduktion	0
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	60
Transparenz	20
Bonusprojekt	**+ 20**

Auch öffentlich einsehbare Mindeststandards für Lieferanten oder die Angabe der Hauptproduktionsorte bei den einzelnen Artikeln können zukünftig für weitere Punkte und damit eine transparentere Lieferkette sorgen.

Erwähnenswert ist zudem eine Aktion des Vereins gemeinsam mit den Partnern Jako und Mewa im Rahmen der Klimaverteidiger-Woche: An einem Stand wurden alte Kleidungsstücke aus Polyester und Bio-Baumwolle eingesammelt, um sie einer neuen Nutzung zuzuführen. Außerdem gab es dazu ein Quiz, bei dem verschiedene Preise gewonnen werden konnten.

+ gute Bewertung in der Kategorie „Versand“
+ Projekt zur Sensibilisierung der Fans

- Relativ geringer Anteil nachhaltiger Bekleidung
- Wenig Transparenz in der Lieferkette

Ausrüster

Mit Jako arbeitet der Klub mit einem Ausrüster zusammen, der sich in Sachen Nachhaltigkeit ebenfalls auf den Weg gemacht hat. Es finden sich schon zahlreiche Angaben zur Transparenz in der Lieferkette und auch der Verhaltenskodex für Lieferanten ist umfassend. Bei der Kreislaufwirtschaft und zu einem geringen Grad auch bei der Wirksamkeit sind die großen Hersteller allerdings noch einen Tick weiter, sodass eine kleine Punktedifferenz sichtbar wird.[71]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

41) https://www.mainz05.de

Ausrüster

Transparenz	80
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

Fazit

Der FSV Mainz 05 erhält in einigen Kategorien bereits eine gute Bewertung. Für weitere Schritte nach oben müsste allerdings der Anteil der nachhaltigen Bekleidungsstücke im eigenen Sortiment deutlich erhöht werden. Auch zusätzliche Angaben zur Transparenz in der Lieferkette sind zukünftig notwendig.

1. FC Heidenheim

© 1.FC Heidenheim 1846

Mittelfeld statt Abstiegskampf

Auch der FC Heidenheim war bei unserem letzten Ranking bereits dabei, landete allerdings relativ abgeschlagen auf dem 32. Platz der 36 analysierten Vereine. Damals konnten wir keine nachhaltig produzierten Textilien im Sortiment des Vereins finden und auch transparente Angaben zur Lieferkette waren Fehlanzeige. Wie sieht es nun aus? Können die Heidenheimer Plätze nach oben gutmachen oder befinden sie sich weiterhin im Abstiegskampf?

Sortiment

Auch wenn in vielen Kategorien noch Luft nach oben ist, konnten sich die Heidenheimer im Vergleich zum letzten Mal deutlich steigern und ihre Punktzahl mehr als verdoppeln. Ähnlich wie bei der letzten Auswertung trifft diese Steigerung allerdings nicht auf den Anteil der nachhaltig produzierten Bekleidung zu, der weiterhin bei null Prozent liegt. Das liegt daran, dass der Verein zwar Kleidungsstücke im eigenen Sortiment hat, die über Zertifikate verfügen, diese allerdings nicht unseren Mindeststandards für soziale und ökologische Produktion genügen. So stellt zum Beispiel das Siegel Öko Tex Standard 100 lediglich sicher, dass das Endprodukt keine Schadstoffe mehr enthält, es gibt allerdings keinen Fokus auf ökologische Aspekte innerhalb der Lieferkette. Trotzdem soll an dieser Stelle positiv erwähnt werden, dass der FC bereits nach Siegeln schaut und sich aktiv mit diesem Thema beschäftigt.

Zukünftig würden wir uns wünschen, dass glaubwürdige Siegel verwendet werden, die sowohl ökologische als auch soziale Aspekte innerhalb der gesamten Lieferkette berücksichtigen. Punkte erhält der Klub dafür in den Unterkategorien „Überproduktion“ und „Versand“. So findet grundsätzlich keine Entsorgung statt und übriggebliebene Textilien werden beispielsweise zu Weihnachten in Überraschungsboxen verkauft. Beim anlassbezogenen Druck bleiben z. B. die T-Shirts zuerst unbedruckt und nur im Erfolgsfall kommen die vorbereiteten Transfers auf die Shirts. Zusätzlich zu Größentabellen beim Artikel und einer kostenpflichtigen Rücksendung soll es zukünftig die Option „Abholung im Fanshop“ geben, sodass Retouren weiter vermindert werden können.

Sortiment

Anteil	0
Überproduktion	60
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Kommunikation

Da aktuell keine nachhaltig produzierten Kleidungsstücke im Sortiment zu finden sind, erhält der Verein auch nur wenig Punkte in der Unterkategorie „Übersichtlichkeit“. Punkte gibt es dafür beim Indikator „Transparenz“, da bestimmte Mindestkriterien für Lieferanten gelten und diese auch regelmäßig überprüft werden. Zukünftig sollten im Sinne einer transparenten Lieferkette zum einen weitere Angaben zu den Artikeln wie das Produktionsland veröffentlicht werden und des Weiteren eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards bei der Beschaffung erstellt werden. Projekte zur Awarenessbildung bei Fans gibt es aktuell zwar noch keine, jedoch hat uns der FC im Fragebogen geantwortet, dass es hierzu schon viele Ideen gibt und eine Umsetzung zeitnah starten soll.

Ausrüster

Punkte erhält der Verein außerdem durch seinen Ausrüster Puma, der in unserem Ranking am besten abschneidet. Der Sportartikelhersteller kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Hier werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet. Auch der Verhaltenskodex für Lieferanten des Unternehmens enthält sämtliche wichtigen Punkte und ist in zahlreichen verschiedenen Sprachen öffentlich einsehbar. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

42) https://www.fc-heidenheim.de

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

+ Verdopplung der Punktzahl
+ viele Punkte in der Kategorie Versand

- Noch keine wirklich nachhaltige Bekleidung im Sortiment
- Zukünftig mehr Informationen zur Nachhaltigkeit notwendig

Fazit

Der FC Heidenheim zeigt eine Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr und konnte seine Punktzahl mehr als verdoppeln. Wenn der Verein bei der Eigenware zukünftig auf Siegel setzt, die hohe Standards innerhalb der Lieferkette gewährleisten, sind noch weitere Sprünge nach oben möglich. Die Kleidungsstücke sollten dann entsprechend nach außen hin kommuniziert werden und durch ausführliche Hinweise zur Nachhaltigkeit belegt werden.

Eintracht Braunschweig

© Eintracht Braunschweig

Neueinstieg ins Mittelfeld

Die Eintracht aus Braunschweig ist bei unserem Ranking zum ersten Mal dabei. Sportlich gesehen lief es für die Braunschweiger in der Saison 2024/25 noch nicht. So lag der Klub kurz nach Rückrundenstart auf einem Abstiegsplatz. Befindet sich der Verein auch bei uns im Abstiegskampf oder ist nach oben mehr drin?

Sortiment

Eintracht Braunschweig landet bei uns knapp vor den Vereinen, die sich im Abstiegskampf befinden, und kann sich damit einen Platz im Mittelfeld sichern. Das liegt zum einen an verschiedenen GOTS-zertifizierten Bekleidungsstücken und weiterer Bekleidung aus Bio-Baumwolle, die zusammen etwas mehr als 25 % des eigenen Sortiments abseits des Ausrüsters ausmachen. Aufgrund der fehlenden Antwort des Vereins können wir leider keine Punkte in der Kategorie „Überproduktion“ vergeben, da uns Informationen zu den nach der Saison übrigen Trikots oder zum Umgang mit anlassbezogenen Produktionen fehlen. Für die Hinweise zur Passform der Artikel durch geeignete Bilder mit Models und Größenbeschreibungen gibt es im Bereich des Versandes 20 Punkte. Zukünftig könnte hier über die Verwendung von umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien oder einen durch Kompensation klimaneutralen Versand nachgedacht werden. Auch die Einführung einer kostenpflichtigen Rücksendung könnte im Klub diskutiert werden.

Kommunikation

Die oben beschriebenen Kleidungsstücke können über die Suchfunktion problemlos gefunden werden. Sowohl die Suche nach „Bio-Baumwolle“ als auch nach „GOTS“ funktioniert einwandfrei. Darüber hinaus werden die Textilien aber leider nicht wirklich übersichtlich im Online-Shop dargestellt. So gibt es keine detaillierten Beschreibungen bei den Artikeln selbst und auch keine visuellen Hinweise oder gezielte Filtermöglichkeiten. Zukünftig könnte eine eigene Informationsseite zu nachhaltigen Lieferketten erstellt werden, die über die Hauptseite des Shops zu finden ist und weiterführende Informationen zur nachhaltigen Beschaffung enthält. Sehr positiv ist, dass Eintracht Braunschweig eine Erklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards auf der Website präsentiert und auch auf geltende soziale und ökologische Mindeststandards für Lieferanten konkret hinweist. Zukünftig könnten im Sinne der Transparenz z. B. die jeweiligen Hauptproduktionsländer bei den Artikeln hinterlegt werden.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	0
Versand	20

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Ausrüster

Mit Puma hat Eintracht Braunschweig einen der besten Ausrüster in unserem Ranking. Puma kombiniert hohe Transparenz mit innovativen Ansätzen in der Kreislaufwirtschaft, wie Trikots, die mithilfe der sogenannten RE:FIBRE-Technologie hergestellt wurden. Hier werden alte Textilabfälle gesammelt und mithilfe eines speziellen Recycling-Verfahrens wieder zu neuen Kleidungsstücken verarbeitet. Auch der Verhaltenskodex für Lieferanten des Unternehmens enthält sämtliche wichtigen Punkte und ist in zahlreichen verschiedenen Sprachen öffentlich einsehbar. Bei der Zahlung existenzsichernder Löhne besteht allerdings noch Handlungsbedarf für den Ausrüster.[76]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

43) https://www.eintracht.com/start

+ erste Artikel aus GOTS und Bio-Baumwolle im Shop
+ Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards

- Übersichtlichere Darstellung der nachhaltigen Textilien notwendig
- Wenig Punkte im Bereich Versand

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

Fazit

Eintracht Braunschweig bietet bereits verschiedene GOTS-zertifizierte Bekleidungsstücke und auch Kleidung aus Bio-Baumwolle an. Die Grundsatzerklärung auf der eigenen Website verdeutlicht, dass der Klub das Thema angenommen hat und zukünftig weitere Schritte zu erwarten sind. Mit weiteren nachhaltigen Bekleidungsstücken und einer übersichtlicheren Präsentation im Shop sind ein paar Plätze nach oben durchaus realistisch.

1. FC Kaiserslautern

© 1. FC Kaiserslautern

Ins sichere Mittelfeld gerettet

Der 1. FC Kaiserslautern ist dieses Jahr bei unserem Ranking zum ersten Mal dabei. Sportlich gesehen landete der Verein in der vergangenen Saison 2023/24 am Ende mit einem kleinen Puffer vor den Abstiegsrängen in der 2. Bundesliga. Ist das Ziel bei uns auch der Klassenerhalt oder können die Roten Teufel weiter oben angreifen?

Sortiment

Es ist knapp, aber am Ende sichert sich der 1. FCK einen Platz im Mittelfeld und hat somit nichts mit dem Abstieg zu tun. Viele Punkte erhält der Klub vor allem für den hohen Anteil nachhaltig hergestellter Bekleidungsstücke im eigenen Sortiment abseits des Ausrüsters, der bei mehr als 40 % liegt. Da der Verein die Teilnahme an der Umfrage abgesagt hat, haben wir keine Angaben zu übriggebliebenen Trikots oder zum Umgang mit zu viel bzw. falsch produzierten weiteren Textilien, sodass wir hier keine Punkte vergeben können. Aufgrund des hohen Anteils nachhaltiger Bekleidung gehen wir aber davon aus, dass soziale und ökologische Kriterien auch bei anlassbezogenen Produktionen gelten, wofür es 20 Punkte in der Kategorie gibt. Die gleiche Punktzahl erhält der 1. FC Kaiserslautern auch in der Kategorie Versand: Hier kann lediglich die kostenpflichtige Rücksendung von Waren positiv in die Bewertung einfließen, Hinweise zu umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien oder klimaneutralem Versand durch Kompensation lassen sich nicht finden.

Darüber hinaus könnten zukünftig Angaben zur Passform von Kleidungsstücken oder Größentabellen eingeführt werden, die die Suche nach der richtigen Größe erleichtern.

Kommunikation

Die zahlreichen Kleidungsstücke, die unter Beachtung sozialer und ökologischer Standards innerhalb der Lieferkette hergestellt worden sind, werden im Online-Shop des 1. FCK bereits übersichtlich dargestellt. So existiert beispielsweise eine Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung, die passend zum Klub „Griener Deiwel“ genannt wird und auf der die verschiedenen verwendeten Siegel erläutert werden. Spannend ist hier der Hinweis, dass die Lieferkette sämtlicher Textilien mit dem Label OEKO-TEX® MADE IN GREEN über die Eingabe der Produkt-ID nachvollziehbar ist. Sinnvoll wäre es zukünftig, diesen Hinweis in der detaillierten Artikelbeschreibung zu platzieren, damit Fans leichter darüber informiert werden.

Sortiment

Anteil	60
Überproduktion	20
Versand	20

Kommunikation

Übersicht	60
Transparenz	20
Bonusprojekt	-

Hier könnte dann auch direkt das Hauptproduktionsland beim jeweiligen Artikel zukünftig hinterlegt werden. Zusätzlich könnten auch die verwendeten Label als Bild neben dem Kleidungsstück platziert werden, damit diese als visueller Hinweis auch in der übergeordneten Artikelübersicht sichtbar werden.

Ausrüster

Leider zieht der Ausrüster Castore die Gesamtbewertung des Vereins deutlich nach unten. In den Unterkategorien „Wirksamkeit“ und „Kreislaufwirtschaft“ erhält der Klub keine Punkte, da keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder kreislaufgerechten Produkten verfügbar sind. Grundsätzlich finden sich auf der Seite von Castore wenig transparente Angaben zur Lieferkette, es existiert lediglich eine Erklärung zur modernen Sklaverei und zum Menschenhandel. Dort wird erwähnt, dass es Mindestkriterien für Lieferanten gibt, diese werden jedoch nicht näher beschrieben. Neben den Herstellern Saller und Macron handelt es sich bei Castore damit um den am schlechtesten bewerteten Ausrüster.[68]

Dieser Verein hat seine Teilnahme abgesagt.

44) https://fck.de/de/

+ relativ hoher Anteil nachhaltiger Kleidungsstücke
+ übersichtliche Darstellung der Artikel im Shop

- Keine Angaben zum Umgang mit Überproduktion
- Intransparenter Ausrüster

Ausrüster

Transparenz	20
Verhaltenskodex	20
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	0

Fazit

Der hohe Anteil nachhaltiger Kleidung zeigt, dass sich Kaiserslautern in diesem Bereich auf keinen Fall verstecken muss. Mit weiteren transparenten Angaben zur Lieferkette und mehr Punkten im Bereich Versand sind zukünftig noch größere Sprünge nach oben möglich. Vielleicht reicht es dann zukünftig auch für die Teilnahme am internationalen Geschäft.

SV Elversberg

© SV Elversberg

Das Mittelfeld in Reichweite

Sportlich gesehen läuft es für die SV Elversberg in der 2. Liga bisher ganz gut: Zum Start der Rückrunde ist der Klub oben in der Tabelle zu finden und kann noch ein Wörtchen im Rennen um den Aufstieg mitsprechen. Von uns werden die Elversberger nun zum ersten Mal unter die Lupe genommen. Läuft es für den Verein bei uns ebenfalls so gut?

Sortiment

Leider findet sich die SV Elversberg bei uns im Abstiegskampf wieder. Da wir keine Antwort vom Verein bekommen haben, können wir zum Beispiel keine Punkte für den Umgang mit falsch oder zu viel produzierten Textilien geben. Die gibt es dafür aber für die verschiedenen Oberteile aus Bio-Baumwolle, die zumindest die ökologische Komponente der Nachhaltigkeit berücksichtigen. Das verdeutlicht, dass der Verein schon erste Ansätze der nachhaltigen Beschaffung zeigt. Zukünftig sollte hier allerdings darauf geachtet werden, dass zusätzlich auch die soziale Komponente bei der Herstellung Berücksichtigung findet. 40 Punkte erhält die Spielvereinigung außerdem für den klimaneutralen Versand durch Kompensation sowie die kostenpflichtige Rücksendung von Waren. Sinnvoll wären zukünftig beispielsweise auch Größentabellen oder Informationen zur Passform, um Retouren im Vorfeld zu vermeiden.

Kommunikation

Die bereits erwähnten Oberteile aus Bio-Baumwolle können durch eine gezielte Suche über die Suchleiste gefunden werden. Im Sinne der Übersichtlichkeit wäre es zudem hilfreich, wenn diese beispielsweise über einen Reiter „Bio-Baumwolle“ oder eine gezielte Filteroption nach dem Material ebenfalls entdeckt werden könnten. Erhöht der Klub zukünftig den Anteil der Bekleidungsstücke, die glaubwürdige Siegel für soziale und ökologische Standards entlang der gesamten Lieferkette tragen, sind zudem weitere Punkte denkbar. Um die Transparenz und Übersichtlichkeit weiter zu stärken, könnten diese Bekleidungsstücke mit glaubwürdigen Zertifikaten visuell durch die verwendeten Siegel am Artikelbild hervorgehoben werden. Eine ergänzende Informationsseite könnte wichtige Details zu den Zertifikaten, nachhaltigen Beschaffungspraktiken und eine Grundsatzerklärung zu Menschenrechten und Umweltstandards bieten.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	0
Versand	40

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	0
Bonusprojekt	-

Zur Verbesserung der Lieferkettentransparenz, für die es aktuell keine Punkte gibt, wäre die Veröffentlichung eines Verhaltenskodex für Lieferanten sinnvoll, der ökologische und soziale Mindestanforderungen definiert. Außerdem könnten die jeweiligen Hauptproduktionsländer bei den Artikeln angegeben werden. Das Engagement in Sachen nachhaltige Beschaffung könnte dann zum Beispiel im Rahmen von Aktionsspieltagen noch stärker in den Vordergrund gerückt werden, damit auch die Fans erfahren, welche Fortschritte der Verein bereits gemacht hat.

Ausrüster

Mit Nike hat die SV Elversberg einen Partner, der in vielen Bereichen hohe Bewertungen erreicht. Die Lieferkette des Ausrüsters ist sehr transparent und der Verhaltenskodex erfüllt fast alle Anforderungen. Erste Fortschritte bei der Zahlung existenzsichernder Löhne sind erkennbar, jedoch erhalten diese bislang nur wenige Arbeiter*innen in der Lieferkette. Nike fördert außerdem Pilotprojekte zur Kreislaufwirtschaft, darunter Rückgabestationen und Reparaturservices, bleibt jedoch hinter dem Engagement des Vorreiters Puma in diesem Bereich zurück.[75]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

45) https://sv07elversberg.de

+ viele Oberteile aus Bio-Baumwolle

- Keine Transparenz in der Lieferkette
- Fehlende Siegel für ökologische und soziale Produktion

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

Fazit

Trotz erster Bekleidung aus Bio-Baumwolle befindet sich die SV Elversberg im Abstiegskampf. Werden zukünftig weitere Kleidungsstücke mit glaubwürdigem Siegel für soziale und ökologische Beschaffungspraktiken eingeführt und deren Einführung von einer übersichtlichen und transparenten Kommunikation begleitet, ist zukünftig ein Platz im gesicherten Mittelfeld möglich. Bis dahin muss sich bei der Spielvereinigung allerdings noch etwas tun.

Abstiegskampf **› 25** Punkte

SSV Ulm 1846

© SSV Ulm 1846

Die Ligazugehörigkeit knapp gesichert

Der SSV Ulm hat es geschafft, innerhalb kürzester Zeit einen beeindruckenden Aufstieg von der Regionalliga bis in die 2. Bundesliga zu realisieren – ein Erfolg, der Stärke und Zusammenhalt beweist. Doch die Saison 2024/25 bringt nun Herausforderungen mit sich: Kurz nach der Winterpause steht der Verein auf einem Relegationsplatz und arbeitet mit vollem Einsatz daran, den Verbleib in der Liga zu sichern. Hat Ulm trotz dieser schwierigen Ausgangslage das Potenzial, in unserem Ranking positiv zu überraschen?

Sortiment

Leider befindet sich der SSV Ulm auch bei uns mitten im Abstiegskampf. Positiv ist, dass wir bereits zahlreiche Oberteile aus Bio-Baumwolle im Online-Shop finden konnten – ein Zeichen dafür, dass die Ulmer beim Material bereits auf die nachhaltigere Alternative setzen. Aufgrund der geringen Größe und der kurzen Ligazugehörigkeit im Profifußball ist das bemerkenswert. Zukünftig sollte der Verein darauf achten, dass glaubwürdige Label für soziale und ökologische Mindestkriterien verwendet werden, um beide Dimensionen der Nachhaltigkeit und die gesamte Lieferkette abzudecken. Erstes Beispiel dafür ist ein Hoodie des nachhaltigen Herstellers Stanley & Stella. Da wir keine Antwort vom SSV Ulm bekommen haben, wissen wir nicht, wie der Klub mit übrigen, falsch bedruckten oder veralteten Kleidungsstücken umgeht und wie viele Trikots am Ende der letzten Saison übriggeblieben sind.

Somit können wir dafür leider keine Punkte vergeben. Im Bereich Versand erhalten die Ulmer Punkte für den klimaneutralen Versand durch Kompensation sowie die kostenpflichtige Rücksendung. Außerdem finden sich in der Produktbeschreibung auch Hinweise zur Passform, um Retouren im Vorfeld zu vermeiden. Zukünftig könnte die Einführung weiterer Maßnahmen zur CO2-Reduktion wie beispielsweise die Abholung im Shop diskutiert werden.

Kommunikation

Die Oberteile aus Bio-Baumwolle können über die Suchfunktion sehr gut gefunden werden. Für den Hoodie von Stanley & Stella wurde ursprünglich das Banner „nachhaltige Produktion“ verwendet, das möglicherweise aufgrund der kommenden Richtlinien zu allgemeinen Umweltaussagen wieder entfernt worden ist.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	0
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	40
Transparenz	0
Bonusprojekt	-

Diese Vorsicht ist verständlich. Hier wäre es dennoch sinnvoll, über alternative visuelle Hinweise mit spezifischen Informationen nachzudenken, um dennoch Aufmerksamkeit für das nachhaltige Bekleidungsstück schaffen zu können. Punkte gibt es dafür für die Beschreibung der Nachhaltigkeitsaspekte beim Produkt selbst, die allerdings zukünftig noch ein wenig detaillierter ausfallen könnten. Leider konnten wir keine transparenten Angaben zur Lieferkette finden, sodass wir in dieser Kategorie keine Punkte vergeben können. So können z. B. Hauptproduktionsorte nicht eingesehen werden und es wird nicht klar, ob soziale oder ökologische Mindestkriterien bei der Auswahl der Lieferanten angewandt werden.

Ausrüster

Dazu kommen die Punkte, die der Fußballverein für seinen Ausrüster Uhlsport erhält. Dieser erreicht beim Indikator „Transparenz“ 40 Punkte und bekommt für den an amfori BSCI orientierten Verhaltenskodex weitere 80 Punkte. Während erste Bemühungen auf dem Weg zu einer Kreislaufwirtschaft sichtbar sind, ist beim Thema Löhne allerdings noch deutlich Luft nach oben.[78]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

46) https://www.ssvulm1846.de

+ viele Kleidungsstücke aus Bio-Baumwolle
+ erster Hoodie, bei dem Sozial- und Umweltstandards berücksichtigt werden

- Keine Transparenz in der Lieferkette

Ausrüster

Transparenz	40
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	20

Fazit

Der SSV Ulm befindet sich bei uns im Abstiegskampf, es reicht aktuell aber für den Verbleib in der Liga. Erste positive Ansätze wie die Oberteile aus Bio-Baumwolle und ein Hoodie, bei dem sowohl soziale als auch ökologische Kriterien während der Herstellung berücksichtigt worden sind, zeigen, dass die Ulmer auf dem richtigen Weg sind. Mit weiteren transparenten Informationen zur Lieferkette und zusätzlicher Bekleidung aus nachhaltiger Fertigung ist für den SSV zukünftig auch ein Platz im Mittelfeld der Tabelle möglich.

Abstiegskampf **› 25** Punkte

1. FC Magdeburg

© 1. FC Magdeburg

Bio-Baumwolle rettet vor Abstieg

Als einer der wenigen Vereine ist der 1. FC Magdeburg zum ersten Mal bei unserem Ranking dabei. Anders als in der vergangenen Spielzeit haben die Magdeburger in der Saison 2024/2025 sportlich gesehen nichts mit dem Abstieg zu tun und greifen in der 2. Liga viel eher oben an. Gilt das auch für unsere Studie?

Sortiment

Leider nicht. Der 1. FC Magdeburg befindet sich bei uns im Abstiegskampf – neben Größen wie dem FC Bayern München oder RB Leipzig. Positiv ist, dass ein Großteil der T-Shirts und Pullover im Sortiment aus Bio-Baumwolle hergestellt worden ist. Das zeigt, dass sich der Klub bereits mit dem Thema beschäftigt hat und auf umweltfreundlichere Materialien setzt. Dafür gibt es Punkte beim Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke im Sortiment abseits des Ausrüsters. Perspektivisch sollten die Magdeburger aber versuchen, ökologische und soziale Kriterien innerhalb der Lieferkette zu berücksichtigen und dafür auf anerkannte Standards zu setzen. Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, haben wir leider keine Informationen über die nach der Saison übriggebliebenen Trikots oder den Umgang mit anlassbezogenen Produktionen. In der Kategorie „Überproduktion" können wir daher keine Punkte vergeben.

Aufgrund der genauen Beschreibung der Passform bei den Artikeln und übersichtlichen Größentabellen sowie der kostenpflichtigen Retoure erhalten die Magdeburger einige Punkte beim Versand. Zukünftig könnten die Einführung eines durch Kompensation klimaneutralen Versandes und weiterführende Maßnahmen wie die Abholung im Shop oder die Zusammenführung der internen Logistik diskutiert werden.

Kommunikation

Die Kleidungsstücke aus Bio-Baumwolle können über die Suchleiste gefunden werden. Im Sinne der Übersichtlichkeit wäre es aktuell hilfreich, wenn diese beispielsweise über einen Reiter „Bio-Baumwolle" oder eine gezielte Filteroption nach dem Material ebenfalls entdeckt werden könnten. Wenn zukünftig weitere Bekleidung im Sortiment verfügbar ist, die mit glaubwürdigen Zertifikaten versehen ist, könnten diese Siegel auch als visueller Hinweis am Artikelbild selbst dienen.

Sortiment

Anteil	40
Überproduktion	0
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	0
Bonusprojekt	-

Zudem wäre perspektivisch die Erarbeitung einer Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung sinnvoll, die relevante Angaben zu verwendeten Siegeln, weiterführenden Aktivitäten oder eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards innerhalb der Lieferkette enthalten könnte. Auch ein Verhaltenskodex für Lieferanten, der soziale und ökologische Mindestvorgaben macht, könnte in diesem Zuge veröffentlicht werden. Zur weiteren Erhöhung der Transparenz in der Lieferkette, für die es aktuell leider keine Punkte gibt, sollten auch die jeweiligen Hauptproduktionsländer bei den Artikeln angegeben werden.

Ausrüster

Offizieller Ausrüster des 1. FC Magdeburg ist Hummel. Obwohl Hummel (noch) nicht an die Bewertung der größeren Hersteller Adidas, Nike und Puma herankommt, sehen wir beim Ausrüster eine Verbesserung im Vergleich zu unseren früheren Auswertungen. Auf der Website sind nun mehr Informationen zur Nachhaltigkeit zu finden, sodass es einige Punkte für die Transparenz in der Lieferkette gibt. Es finden sich allerdings leider keine Informationen zu gezahlten Löhnen oder Pilotprojekten, wie existenzsichernde Gehälter erreicht werden sollen. Beim Thema Kreislaufwirtschaft sind erste Schritte sichtbar und es besteht eine klare Strategie, die großen Hersteller sind hier aber schon etwas weiter.[70]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet,

47) https://1.fc-magdeburg.de

Ausrüster

Transparenz	60
Verhaltenskodex	40
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ erste Bekleidungsstücke aus Bio-Baumwolle im Sortiment

- Keine Transparenz in der Lieferkette
- Keine Siegel für ökologische und soziale Nachhaltigkeit
- Wenig übersichtliche Darstellung der Artikel

Fazit

Der 1. FC Magdeburg hat bereits einige Kleidungsstücke aus Bio-Baumwolle im Sortiment, die den Verein vor dem Abstieg bewahren. Um ökologische und soziale Standards in der Lieferkette sicherzustellen, sollte zukünftig auf anerkannte Siegel gesetzt werden. Die Einführung weiterer nachhaltiger Textilien sollte mit einer übersichtlichen Darstellung im Shop und transparenten Angaben zur Lieferkette verbunden werden.

Abstiegskampf › **25** Punkte

FC Bayern München

© FC Bayern München

Viele Möglichkeiten – wenig Umsetzung

Als Rekordsieger befindet sich der FC Bayern München unangefochten an der Spitze der Ewigen Tabelle der Bundesliga. Im Gegensatz dazu fand sich der Klub in unserem letzten Ranking auf einem unbedeutenden Platz im Mittelfeld der Tabelle wieder. Können die Münchener dieses Mal oben angreifen oder müssen sie weiterhin zusehen, wie andere Vereine den Titel holen?

Sortiment

Auch in diesem Jahr muss der FC Bayern zahlreichen Klubs den Vortritt lassen und findet sich bei uns im Abstiegskampf wieder. Sogar kleine Vereine wie der 1. FC Magdeburg und der SV Elversberg liegen damit noch vor dem Rekordmeister. Das liegt vor allem daran, dass wir nur einen vernachlässigbar kleinen Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke im Online-Shop finden konnten. Dazu gehören verschiedene T-Shirts und Babysachen aus Bio-Baumwolle. Diese können leider nicht über die Suchfunktion oder spezifische Reiter bzw. Filter entdeckt werden, sondern wurden durch mühsames Durchsehen einzelner Artikel im Stichprobenverfahren gefunden. Es ist möglich, dass der FCB noch weitere ökologisch und fair hergestellte Bekleidungsstücke im Sortiment vorweisen kann – sie sind nur nahezu nicht auffindbar. Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, wissen wir nicht, wie der Verein mit zu viel oder falsch produzierten Textilien umgeht.

Daher erhält der Klub keine Punkte in der Unterkategorie „Überproduktion“. Der FCB hat jedoch auf seiner Website verschiedene Anstrengungen zur nachhaltigen Optimierung des Versands mitgeteilt und bekommt daher 80 von 100 Punkte in der Kategorie „Versand“. Neben Größentabellen und Hinweisen zur Passform ist so beispielsweise auch die Rücksendung der Artikel kostenpflichtig.

Kommunikation

Es ist zwar nachvollziehbar, dass sich der Klub aufgrund der aktuellen und zukünftigen Richtlinien zur Werbung mit Umweltaussagen (Green Claims) bei der Bewerbung nachhaltiger Produkte zurückhält, Transparenz gegenüber den Fans sieht jedoch anders aus. Zumindest in der detaillierten Artikelbeschreibung sollten klare Hinweise zur Nachhaltigkeit auffindbar sein.

Sortiment

Anteil	0
Überproduktion	0
Versand	80

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	40
Bonusprojekt	-

Diese könnten dann auf eine Landing-Page zur Verantwortung in der Lieferkette führen, bei der Fans auf einen Blick zum Beispiel erkennen können, welche Schritte der Verein auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Sortiment bereits durchgeführt hat und welche Siegel für ökologische und soziale Herstellung dafür genutzt werden. Dazu könnte die bereits bestehende Unterseite „Materialien und Lieferkette“ auf der allgemeinen Nachhaltigkeitsseite mit weiterführenden Inhalten bestückt und verlinkt werden. Darüber hinaus könnte zukünftig ein Nachhaltigkeitsfilter auf der Shop-Seite hilfreich sein, der Fans gezielt nach glaubwürdigen Siegeln (z. B. GOTS oder Fairtrade) oder umweltfreundlicheren Materialien suchen lässt.

Ausrüster

Dass die Münchener nicht noch weiter unten laden, liegt auch daran, dass sie mit Adidas einen Ausrüster besitzen, der aufgrund seiner hohen Transparenz in der Lieferkette in unserem Ranking verhältnismäßig gut abschneidet. An dieser Transparenz sollte sich der Verein zukünftig ein Beispiel nehmen und deutlich mehr Informationen über die sozialen und ökologischen Bedingungen bei der Herstellung der Kleidung im Sortiment zur Verfügung stellen.[67]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

48) https://fcbayern.com/de

+ hohe Punktzahl in der Kategorie Versand
+ transparenter Ausrüster

- Auffindbarkeit der nachhaltigen Kleidungsstücke
- Keine Awarenessbildung
- Zu wenig Engagement angesichts der Ressourcen und Reichweite des Vereins

Ausrüster

Transparenz	100
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	60

Fazit

Angesichts der Ressourcen und der globalen Präsenz des Vereins ist es enttäuschend, dass der FC Bayern München beim Thema Nachhaltigkeit im Merchandise hinterherhinkt. Mit zielgerichteten Maßnahmen wie mehr Transparenz, besserer Kommunikation und verbesserten Filtermöglichkeiten im Shop könnte der Klub nicht nur seine Fans überzeugen, sondern auch eine Vorreiterrolle im Bereich Nachhaltigkeit einnehmen. Erste positive Ansätze wie die Veröffentlichung der vereinseigenen Nachhaltigkeitsstrategie „Mitnand“ sollten konsequent weiterverfolgt werden.

RB Leipzig



Mitten im Abstiegskampf

Seit einigen Jahren zählen die Leipziger zum Start jeder Saison zu den Kandidaten, die den Sprung in die Champions League schaffen und den FC Bayern München vorne ärgern könnten. Genau wie bei den Münchenern lief es für die roten Bullen in unserem letzten Ranking zur Nachhaltigkeit im Fanshop dagegen nicht rosig. RB Leipzig landete damals mit knapp unter 30 Punkten auf dem 25. Platz.

Sortiment

In diesem Jahr sieht es leider noch schlechter aus. So finden sich im Online-Shop keinerlei Hinweise auf nachhaltige Produktion bei der vereinseigenen Kleidung, sodass Leipzig in der Kategorie „Anteil" keine Punkte erhält. Im eigenen Nachhaltigkeitsbericht wird zwar ausgesagt, dass der Anteil der Merchandise-Produkte mit UmweltLabel zur Saison 2022/23 deutlich von 2 % auf 28 % gesteigert werden konnte, eine Beurteilung ist hier für uns jedoch nicht möglich, da wir nicht wissen, um welche Umwelt-Label es sich genau handelt. So wird von einigen Klubs beispielsweise auch das Oeko-Tex Standard 100 Label als Umwelt-Label angesehen, das lediglich die Schadstofffreiheit beim Endprodukt garantiert, aber darüber hinaus keine ökologischen Anforderungen an die Lieferkette stellt. Im Nachhaltigkeitsbericht des Vereins wird außerdem erwähnt, dass ungenutzte Textilien an gemeinnützige Organisationen gespendet werden sollen, um Abfall zu vermeiden.

Dafür gibt es 20 Punkte in der Kategorie „Überproduktion". Auch beim Thema Versand wird nicht deutlich, ob weniger oder umweltfreundliches Versandmaterial verwendet wird oder ein klimaneutraler Dienstleister gewählt wurde. Es sind allerdings Größentabellen vorhanden, die die Auswahl des Kleidungsstücks in der richtigen Größe erleichtern sollen. Zusätzlich wird ein Großteil der Produkte von regionalen Lieferanten bezogen.

Kommunikation

Da sozial und ökologisch produzierte Fankleidung entweder nicht vorhanden ist oder unauffindbar dargestellt wurde, gibt es auch in der Kategorie „Übersichtlichkeit" kaum Punkte. Lediglich die Erläuterung der speziellen RE:FIBRE-Technologie bei den von Puma hergestellten Trikots bewerten wir positiv.

Sortiment	
Anteil	0
Überproduktion	20
Versand	40

Kommunikation	
Übersicht	20
Transparenz	20
Bonusprojekt	-

Erfreulich ist zumindest, dass im Nachhaltigkeitsbericht die Förderung nachhaltiger Lieferketten und ein Code of Conduct für Lieferanten erwähnt werden. Allerdings ist dieser Kodex nicht öffentlich einsehbar und es fehlen weitere transparente Informationen zur eigenen Lieferkette. Hier könnte zukünftig zum Beispiel das jeweilige Hauptproduktionsland bei den Artikeln ergänzt werden, das erste Rückschlüsse auf die Produktionsbedingungen ziehen lässt. Auch Hinweise auf Aktionen zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden oder Projekte zur Förderung der textilen Kreislaufwirtschaft im Verein finden sich nicht.

Ausrüster

In Puma hat RB Leipzig den Ausrüster ausgewählt, der in unserem Ranking am besten abschneidet. Puma punktet dabei mit hoher Transparenz und innovativen Ansätzen zur Kreislaufwirtschaft, wie den RE:FIBRE Trikots aus alten Textilien. Um eine Bewertung im grünen Bereich zu erhalten, muss sich zukünftig aber noch mehr in Bezug auf das Thema Existenzlöhne tun. Hier sind aber zumindest erste Ansätze sichtbar, sodass der Ausrüster auch dort auf dem richtigen Weg ist.[76]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

49) https://rbleipzig.com/de

Ausrüster	
Transparenz	100
Verhaltenskodex	100
Wirksamkeit	20
Kreislaufwirtschaft	80

+ transparenter Ausrüster

- Keine nachhaltige Fanbekleidung im Shop zu finden
- Intransparente Darstellung der eigenen Lieferkette

Fazit

RB Leipzig zeigt im Bereich Nachhaltigkeit noch großen Nachholbedarf. Fehlende Hinweise auf nachhaltige Standards im Shop und eine unzureichende Kommunikation schmälern die Gesamtleistung, trotz eines starken Ausrüsters wie Puma. Der Verein muss klare Maßnahmen umsetzen, um auch in dieser Hinsicht konkurrenzfähig zu werden.

Abstieg **< 25** Punkte

Karlsruher SC

© Karlsruher SC

Der Abstieg konnte nicht verhindert werden

In unserem letzten Ranking erreichte der Sportclub aus Karlsruhe einen Platz im gesicherten Mittelfeld. Punkte gab es hier für die sehr gelungene Kommunikation und erste nachhaltig produzierte Bekleidung im Sortiment. Können die Karlsruher ihre Position angesichts der großen Konkurrenz halten?

Sortiment

Dieses Mal gelingt ihnen das leider nicht. Der Karlsruher SC gehört damit neben Preußen Münster zu den Absteigern in unserem Ranking. So können die nachhaltig produzierten Shirts und Pullover der Marke Stanley & Stella leider nicht mehr gefunden werden. Dafür gibt es ein paar Kleidungsstücke, die zumindest aus Bio-Baumwolle produziert worden sind. Im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit ist das positiv zu bewerten, hier werden allerdings keine sozialen Anforderungen an die Lieferkette gestellt. Da wir keine Antwort vom Verein erhalten haben, haben wir leider keine Informationen über die nach der Saison übriggebliebenen Trikots oder den Umgang mit anlassbezogenen Produktionen. In der Kategorie „Überproduktion" können wir daher keine Punkte vergeben. Beim Indikator „Versand", der auf der Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung beschrieben wird, gibt es Punkte für die umweltfreundlichen Materialien, den klimaneutralen Versand durch Kooperation sowie die übersichtlichen Größentabellen und Informationen zur Passform.

Kommunikation

Die schlechtere Bewertung liegt auch daran, dass wir unsere Kriterien verändert haben und sich die Bewertung im Bereich Kommunikation anders zusammensetzt. Gab es vorher Punkte für die allgemeine Nachhaltigkeitsseite oder die Erreichbarkeit der Abteilung für Unternehmensverantwortung, werden an dieser Stelle nun transparente Angaben zur Lieferkette und Hinweise zur Nachhaltigkeit der Bekleidungsstücke berücksichtigt. So funktioniert die Suche über die Suchleiste leider nicht, sodass die Kleidung aus Bio-Baumwolle per Klick auf jeden einzelnen Artikel gefunden werden musste. Das Siegel „KSC tut gut" soll zwar nachhaltige Produkte kennzeichnen, doch die zugrunde liegenden Kriterien erscheinen unzureichend. Ein guter Ansatz ist, dass sechs Kriterien definiert wurden, von denen mindestens drei erfüllt sein müssen. Allerdings sind diese sehr allgemein formuliert, etwa dass ein Artikel kein Einwegprodukt ist, von einer unabhängigen Organisation geprüft wurde (unklar bleibt, was genau und von wem) oder dass der Hersteller gesellschaftliche Verantwortung übernimmt (ohne konkrete Nachweise). Die Kleidungsstücke aus Bio-Baumwolle dagegen tragen das Siegel nicht, obwohl hier eine Vergabe nachvollziehbarer wäre. Positiv ist, dass eine Landing-Page besteht, die verschiedene Informationen zum Siegel und zur nachhaltigen Beschaffung enthält. Das zeigt, dass sich die Karlsruher schon mit dem Thema auseinandergesetzt haben und sehr bemüht sind, sie die Definition der Kriterien für das Siegel aber noch einmal überarbeiten müssten. Leider gibt es auch keine weiterführenden Angaben zur Lieferkette, sodass keine Punkte in der Kategorie Transparenz vergeben werden können. Erfreulich ist außerdem, dass der KSC ein Upcycling-Projekt in Zusammenarbeit mit der Lebenshilfe durchgeführt hat und darüber ausführlich im eigenen Nachhaltigkeitsbericht kommuniziert wurde.

Sortiment

Anteil	20
Überproduktion	0
Versand	60

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	0
Bonusprojekt	**+ 20**

Ausrüster

Leider erhalten die Karlsruher auch durch ihren Ausrüster Macron nur wenig zusätzliche Punkte. Dass das Unternehmen nur sehr intransparent über sein Nachhaltigkeitsengagement berichtet, hat sich seit unserer letzten Recherche nicht verändert. Es existieren lediglich Angaben zu einigen ökologischen Projekten, die das Ziel der Reduktion von Emissionen und Plastik verfolgen. Darüber hinaus finden sich keine weiteren Angaben zur Lieferkette, wie z. B. eine öffentliche Lieferantenliste oder Ergebnisse einer Risikoanalyse. Es wird zumindest ein Projekt beschrieben, bei dem aus Textilabfällen neue Socken entstanden sind, die vollständig aus recyceltem Nylon 6 hergestellt worden sind.[73]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

50) https://www.ksc.de

Ausrüster

Transparenz	0
Verhaltenskodex	0
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ gute Ansätze beim nachhaltigen Versand

- Sehr intransparenter Ausrüster
-Keine transparenten Angaben zur Lieferkette
-Keine Kleidungsstücke mit Siegel für soziale und ökologische Produktion

Fazit

Die Ansätze sind zwar da, für den KSC reicht es dieses Mal aber leider nicht, um sich vor dem Abstieg zu bewahren. Zukünftig sollten weitere Kleidungsstücke mit glaubwürdigem Siegel eingeführt werden und es benötigt zudem transparentere Angaben zur Lieferkette. Dass bereits eine Informationsseite zur nachhaltigen Beschaffung vorhanden ist, zeigt aber, dass der Klub grundsätzlich Fortschritte in diesem Bereich erzielen möchte.

Abstieg **< 25** Punkte

Preußen Münster

© Preußen Münster 1906

Nach dem Durchmarsch der Abstieg

Spielte Preußen Münster in der Saison 2022/2023 noch in der Regionalliga, gelang dem Verein das, was nur die wenigsten schaffen: der komplette Durchmarsch bis in Liga 2. Kurz vor der Winterpause liegt der Klub dort allerdings auf einem Abstiegsplatz und hofft, den Weg in die dritte Liga noch verhindern zu können. Ist da bei uns im Ranking mehr drin?

Sortiment

Leider nicht. Während unserer Suche nach ökologisch und fair produzierten Textilien konnten wir im Shop der Münsteraner leider keine Bekleidungsstücke im Sortiment außerhalb des Ausrüsters finden, die unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards in der Lieferkette hergestellt worden sind. Aufmerksam geworden sind wir lediglich auf ein Shirt aus Bio-Baumwolle, das wenigstens die ökologische Dimension erfüllt. Das ist zwar ein Anfang, aber leider noch zu wenig. Da wir keine Antwort vom Verein bekommen haben, wissen wir außerdem nicht, wie die Münsteraner mit übrigen, falsch bedruckten oder veralteten Kleidungsstücken umgehen und können dafür ebenfalls keine Punkte geben. Einzig in der Unterkategorie „Versand“ erhält Preußen Münster 60 Punkte und liegt damit nur knapp unter der durchschnittlichen Punktzahl aller Vereine in dieser Kategorie. Besonders positiv ist hier die detaillierte Beschreibung der Passform der Kleidungsstücke, die eine Orientierung bei der Suche nach der geeigneten Größe bieten soll.

Sortiment

Anteil	0
Überproduktion	0
Versand	60

Zudem ist der Versand jederzeit kostenpflichtig, es existiert also keine Mindestbestellmenge, ab der die Versandkosten entfallen. Auch die Rücksendung der Artikel ist mit einer Gebühr verbunden, sodass auf diese Weise unnötige Retouren vermieden werden sollen. Zukünftig sollte noch über die Verwendung von umweltfreundlichen Materialien sowie einen klimakompensierten Versand nachgedacht werden, damit auch die hier noch fehlenden Punkte erreicht werden können.

Kommunikation

Sollte darüber hinaus nachhaltig produzierte Fankleidung im Online-Sortiment zu erwerben sein, wird das weder in der detaillierten Artikelbeschreibung noch durch andere Hinweise auf der Website deutlich. Lediglich das Oberteil aus Bio-Baumwolle kann über die Suchfunktion entdeckt werden. Darüber hinaus existieren auch keine transparenten Informationen zur Lieferkette.

Kommunikation

Übersicht	20
Transparenz	0
Bonusprojekt	-

So können Hauptproduktionsorte nicht eingesehen werden und es wird nicht klar, ob soziale oder ökologische Mindestkriterien bei der Auswahl der Lieferanten angewandt werden. Daher erhält der Klub leider keine Punkte in der Kategorie „Transparenz“. Da aktuell noch keine Produkte im Shop zu finden sind, die sowohl soziale als auch ökologische Kriterien bei der Herstellung berücksichtigen, ist klar, dass ebenfalls keine gezielten Projekte zur Sensibilisierung der Fans für das Thema vorhanden sind. Erhöht sich der Anteil nachhaltiger Bekleidungsstücke zukünftig, sollten konkrete Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung daran gekoppelt werden, wie zum Beispiel Aktionsstände beim Nachhaltigkeitsspieltag der DFL oder themenspezifische Gewinnspiele.

Ausrüster

Mit Jako arbeitet der Klub mit einem Ausrüster zusammen, der sich in Sachen Nachhaltigkeit bereits auf den Weg gemacht hat. Es finden sich schon zahlreiche Angaben zur Transparenz in der Lieferkette und auch der Verhaltenskodex für Lieferanten ist umfassend. Bei der Kreislaufwirtschaft und zu einem geringen Grad auch bei der Wirksamkeit sind die großen Hersteller allerdings noch einen Tick weiter, sodass eine kleine Punktedifferenz sichtbar wird.[71]

Dieser Verein hat uns nicht geantwortet.

51) https://scpreussen-muenster.de

Ausrüster

Transparenz	80
Verhaltenskodex	80
Wirksamkeit	0
Kreislaufwirtschaft	40

+ gute Punktzahl im Bereich Versand

- nur ein Oberteil aus Bio-Baumwolle im Shop zu finden
- keine Informationen zur Lieferkette

Fazit

Bei der ersten Teilnahme an unserem Ranking landet Preußen Münster auf dem letzten Platz. Das ist sicher auch auf die Größe des Klubs und damit einhergehend fehlende finanzielle und personelle Ressourcen zurückzuführen. Dennoch hoffen wir, dass der Verein zukünftig nachhaltig produzierte Textilien in sein Sortiment integriert und für höhere Transparenz in der eigenen Lieferkette sorgt.

DAS TRIKOT

Das weltweit erste Cradle to Cradle Trikot

Ein Amateurverein zeigt den Großen, was möglich ist: Der FC Internationale Berlin zeigt in Zusammenarbeit mit dem Sport-Start-Up runamics und dem Hersteller HAKRO, wie nachhaltige Trikotproduktion funktioniert. Diesen Sommer brachten sie gemeinsam eine Weltneuheit auf den Platz – DAS TRIKOT. Es wird ausschließlich aus Cradle to Cradle zertifizierten Materialien gefertigt und setzt damit neue Standards bei der Materialgesundheit, Kreislauffähigkeit sowie einer fairen und transparenten Lieferkette.





Seit Beginn der Saison 2024/25 arbeitet der FC Internationale mit runamics und HAKRO zusammen an der Teamwear auf und neben dem Platz. ***Der FC Internationale*** engagiert sich seit seiner Gründung gesellschaftspolitisch und setzt sich für Frieden und gegen Diskriminierung ein – statt Werbung tragen die Trikots die Aufschrift NO RACISM. [53] ***runamics*** entwickelt seit 2020 Lauf- und Sportbekleidung aus Naturfasern, Cellulosefasern und innovativen Synthetikmaterialien – ihr Leitstern bei allen Produktneuheiten ist Cradle to Cradle. Außerdem bieten sie ihren Kund*innen einen Reparaturservice an und sind zunehmend auch im Recycling von Sportkleidung aktiv. ***HAKRO*** hat sich auf besonders haltbare, nachhaltige und durchdachte Unternehmensbekleidung spezialisiert und pflegt ein Never-out-of-Stock-Sortiment, das aus sechs Kollektionslinien mit insgesamt 158 Modellen besteht. [54]

Aber was macht DAS TRIKOT so besonders? [52]



Superpower 1: Materialgesundheit

Hier ist weniger mehr: keine Schwermetalle, kein BPA, keine Biozide. In diesem Textil sind keine bedenklichen Chemikalien zu finden und somit können weder Schadstoffe in deine Haut noch in die Umwelt gelangen. Es wurden nur Cradle to Cradle Gold zertifizierte Materialien verarbeitet. Das ist ein Beleg für die Unbedenklichkeit.



Superpower 2: Kreislauffähigkeit

In der Kreislaufwirtschaft unterscheidet man zwischen dem biologischen (ein T-Shirt zersetzt sich auf der Mülldeponie) und dem technischen Kreislauf (ein neues aus einem alten T-Shirt). DAS TRIKOT kann beides. Es ist aus einem einzigen Polyester namens NaNea gefertigt, welches für beide Kreisläufe entwickelt wurde.



Superpower 3: Transparenz

Die gesamte Werkbank wird überblickt. Das Ausgangsmaterial wird direkt vom Hersteller OceanSafe bezogen, es werden lediglich Cradle to Cradle Gold zertifizierte Materialien verwendet. Die Produktionsschritte finden in ausgewählten Betrieben in Portugal statt, welche alle im Umkreis von 20 km zueinander stehen. Es findet ein ständiger und direkter Austausch statt.

Superpower 4: No Racism

Die Brust des Trikots ist eine der begehrtesten Werbeflächen im Fußball. Inter Berlin nutzt diese wichtige Fläche, um gesellschaftsrelevante „Zeichen" zu setzen. Mit NO RACISM auf der Brust stellt Inter klar, dass Rassismus im Fußball und nirgendwo sonst etwas verloren hat.

TRIKOTS AUS RECYCELTEM POLYESTER

Kreislaufwirtschaft oder Marketingerfolg?

Immer mehr Fußballvereine werben mit Trikots aus recyceltem Polyester als nachhaltige Lösung. Doch wie nachhaltig ist „recycelter Polyester" wirklich? Ist das schon echte Kreislaufwirtschaft?

Kreislaufwirtschaft bedeutet, Ressourcen so lange wie möglich im Wirtschaftskreislauf zu halten. Ziel ist es, Abfall zu vermeiden und Materialien nach ihrer Nutzung wieder in den Produktionsprozess einzubringen. Anstatt Ressourcen nach einmaligem Gebrauch zu entsorgen, werden sie recycelt, wiederverwendet oder neu verarbeitet – ein geschlossener Kreislauf, der den Bedarf an neuen, natürlichen Ressourcen verringert und die Umwelt schont.

Mittlerweile bestehen viele Fußballtrikots aus **recycelten PET-Flaschen**, die ursprünglich als Verpackung für Getränke o. Ä. genutzt wurden. Doch das hat einen Haken: PET-Flaschen gehören bereits einem funktionierenden Kreislaufsystem an – etwa durch Pfandsysteme. Sie agieren also bereits in einer Art Kreislaufwirtschaft. Ihre Umwandlung in Trikots entzieht sie diesem System – und ist daher **keine echte Kreislaufwirtschaft.**

Was bedeutet das für die Trikots der Vereine? Für echte Nachhaltigkeit müsste das Recycling von Polyester aus textilen Abfällen erfolgen. Nur so lässt sich der textile Abfallkreislauf schließen und die Menge an neuem, erdölbasiertem Polyester reduzieren.

Hier sticht der Ausrüster **Puma mit seiner RE:FIBRE-Kollektion** positiv hervor: Statt Polyester nur aus PET-Flaschen zu gewinnen, nutzen sie textile Abfälle. Durch einen innovativen Prozess werden alte Kleidungsstücke wiederverwertet, der Textillebenszyklus verlängert und Abfall reduziert, um hochwertigen Polyester für neue Textilien zu produzieren – ein echter Schritt Richtung Kreislaufwirtschaft. [57]

Kreislaufwirtschaft erfordert echtes Recycling aus Textilabfällen. Vereine, Ausrüster und Konsument*innen müssen erkennen, dass wahre Nachhaltigkeit nicht nur im Recycling besteht, sondern im Schließen von Kreisläufen und der Wiederverwendung von Materialien innerhalb ihres eigenen Sektors. Das ist der wahre Weg zu einer umweltfreundlicheren Zukunft für den Sport und die gesamte Bekleidungsindustrie. [55+56]

NACHHALTIGKEIT BEI DFB & DFL

Die führenden Fußballinstitutionen könnten mehr tun

In Zeiten, in denen Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle spielt, erwartet man auch von den führenden Fußballinstitutionen Deutschlands, dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL), dass sie eine Vorreiterrolle einnehmen. Schließlich erreicht kaum etwas eine so breite Masse wie der Fußball. Umso enttäuschender ist es jedoch, dass in den Fanshops des DFB noch immer keine nachhaltig produzierten Artikel zu finden sind.



Wer im Onlineshop zum Beispiel nach den Kriterien „nachhaltig“, „Fairtrade“ oder „biologisch“ sucht, dem wird kein einziger Artikel angezeigt. Leider hat sich da im Vergleich zur letzten Untersuchung nichts verändert. Zwar hat Adidas mittlerweile zumindest Trikots aus recyceltem Polyester im Sortiment, doch bei der Herstellung werden keine weiteren ökologischen und/oder sozialen Anforderungen an die Lieferkette gestellt und recycelter Polyester aus PET-Flaschen o. Ä. ist keine gänzlich ökologische Alternative. Trotz der wachsenden Sensibilisierung vieler Bundesliga-Vereine in der 1. und 2. Liga bleibt der DFB, der den Amateur- und Profifußball in Deutschland vertritt, noch immer weit hinter den Erwartungen zurück.[58]

Warum das ein Problem ist? Der DFB hat die Möglichkeit und, wie wir finden, auch die Verantwortung, mit gutem Beispiel voranzugehen und die Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette zu fördern. Wie in unserer Studie deutlich wird, sind zahlreiche Vereine aus der 1. und 2. Liga schon viel weiter und dabei, ihre Fanshops auf nachhaltigere Materialien und faire Produktionsbedingungen umzustellen.

Bei einem Verband wie dem DFB erwarten wir, dass er diese positiven Entwicklungen aufgreift, verstärkt und sich selbst endlich auf den Weg macht. Die Punkte „Nachhaltige Beschaffung“ und „Menschenrechte“ werden als Handlungsfelder im Bereich Good Governance der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie zwar aufgelistet, konkrete Maßnahmen dazu werden allerdings nicht beschrieben. Auch in der aktuellen Nachhaltigkeitsrichtlinie für die 3. Liga der Männer und die 1. Liga der Frauen bleibt das Thema nachhaltiger Einkauf unzureichend adressiert: Es wird lediglich die Sensibilisierung der Mitarbeitenden vorgegeben. Angesichts der Vorreiterrolle, die der DFB innehaben könnte – und sollte – ist das ein deutliches Defizit.[59]

Andere Akteure, auch aus dem Amateurbereich, wie der FC Internationale oder Vorwärts Spoho Köln, zeigen, dass mehr möglich ist.

Anton sagt:



„Solche Maßnahmen könnten bspw. gezielte Unterstützungsangebote für Amateurvereine sein, die ihren Einkauf nachhaltiger gestalten wollen, dabei aber auf externe Hilfe angewiesen sind. Dabei könnte es sich um kostenlose Schulungsangebote oder die Organisation von Austauschrunden zur Vernetzung handeln, wie wir sie als Aktionsbündnis Fairer Handel in Berlin ins Leben gerufen haben.

Auch die DFL könnte beim Thema Nachhaltigkeit noch ambitionierter vorgehen. Ein Beispiel? Der offizielle Spielball der Bundesliga wird vom Hersteller Derbystar bereitgestellt – ein Unternehmen, das durchaus auch Fairtrade-zertifizierte Bälle im Sortiment hat. Dennoch wird bis heute mit Bällen gespielt, die kein Siegel für eine nachhaltige Produktion vorweisen können. Angesichts der großen Vorbildwirkung, die der Profi-Fußball auf Fans hat, wäre dies ein bedeutendes Signal für soziale Verantwortung.[60]

Natürlich gibt es auch positive Entwicklungen. Die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzierungsanforderungen der DFL ist ein Schritt in die richtige Richtung und könnte langfristig zu strukturellen Veränderungen beitragen. Aber momentan bleiben diese Kriterien, besonders im Bereich der Lieferkettenverantwortung, leider viel zu vage und wenig ambitioniert. Um hier wirklich Fortschritte zu erzielen, könnten konkrete Anforderungen definiert werden, wie bspw. ein verpflichtender prozentualer Anteil an Artikeln mit glaubwürdigem Label für Sozial- und Umweltstandards im Merchandising-Sortiment. Ein weiterer Ansatz wäre eine Initiative zur Begrenzung der übermäßigen Vielfalt an Merchandising-Artikeln im Angebot der Vereine, insbesondere im Bereich der Hartwaren. Gartenzwerge in allen Varianten, Eiskratzer mit Vereinslogo oder sogar Vogelhäuser – hier ist alles möglich. Diese Maßnahmen könnten nicht nur zur Reduzierung der ökologischen und sozialen Belastungen beitragen, sondern der DFL auch die Möglichkeit bieten, sich als eine der ersten wirklich nachhaltigen Ligen zu positionieren und so im internationalen Vergleich eine Vorreiterrolle einzunehmen.[61]



Lara sagt:

„Der DFB und die DFL haben ohne Zweifel den Einfluss und die Ressourcen, um hier eine Vorbildfunktion einzunehmen und die Fußballwelt nachhaltiger zu gestalten. Es bleibt die Hoffnung, dass sie diesen Wandel aktiv vorantreiben – nicht nur mit schönen Worten, sondern auch mit konkreten Taten und Projekten, die ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft ernst nehmen.



VOM FELD IN DEN FANSHOP

Eine richtungsweisende Multi-Stakeholder-Initiative

Ein bemerkenswertes Beispiel für die Förderung sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit in der Lieferkette ist das Projekt „Vom Feld in den Fanshop“. Dabei haben sich neun Fußballvereine* aus der 1., 2. und 3. Bundesliga mit dem Textilunternehmen BRANDS Fashion, Fairtrade Deutschland und der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) zusammengeschlossen.



© Werder Bremen

Ziel des Projekts in Indien ist es, rund 450 Kleinbäuer*innen der Baumwollkooperative RDFC im Bundesstaat Gujarat bei der Umstellung auf nachhaltige Baumwollproduktion zu unterstützen. Auf einer Anbaufläche von etwa 1.400 Hektar sollen dabei bis zu 1.000 Tonnen Bio-Baumwolle in Umstellung erzeugt werden.[62]

BRANDS Fashion übernimmt in diesem Rahmen die Schulung der Landwirt*innen zu Themen wie Bodenvorbereitung, Auswahl von Saatgut oder ökologische Schädlingsbekämpfung und sorgt für Marktzugang. Die beteiligten Fußballvereine wiederum beziehen die nachhaltige Baumwolle direkt aus Gujarat und setzen sie für ihre eigenen Kollektionen ein. [63]

Gleichzeitig machen sie das Projekt in ihrer Nachhaltigkeitskommunikation sichtbar, um Fans und Mitarbeitende für verantwortungsvolle Beschaffung zu sensibilisieren.

Das Projekt läuft von März 2022 bis April 2025, soll jedoch anschließend in eine zweite Phase übergehen. Ziel ist es, weitere Kleinbäuer*innen bei der Umstellung zu begleiten und bestehende Partner*innen noch intensiver zu unterstützen.[64] Darüber hinaus organisiert die GIZ vor Ort Sportprogramme für benachteiligte Kinder und Jugendliche, die ihnen wichtige soziale Kompetenzen vermitteln und ihr Selbstbewusstsein stärken sollen.


© Werder Bremen

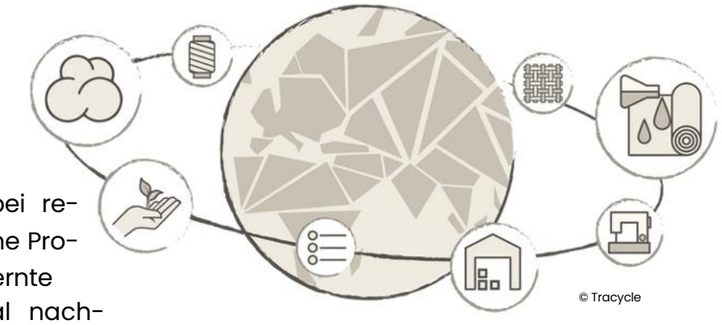
* Die neun Vereine sind: Arminia Bielefeld, Borussia Dortmund, Eintracht Frankfurt, Hamburger SV, FC St. Pauli, Werder Bremen, Union Berlin, VfB Stuttgart, VfL Wolfsburg.

MEHR TRANSPARENZ

in der Lieferkette

Wenn es um globale Lieferketten geht, wird häufig mangelnde Transparenz bemängelt. Oftmals ist nicht klar nachvollziehbar, welche Stationen ein Produkt auf seinem Weg in den Handel durchläuft. Fehlende Informationen über die Herkunft von Baumwolle oder die Standorte der Textilfabriken erschweren es, bestehende Missstände zu erkennen und anzugehen.

Um dieser Problematik entgegenzuwirken, hat Brands Fashion das Online-Tool Tracycle[65] entwickelt, das für mehr Transparenz in den globalen Lieferketten sorgt. Mithilfe dieses Tools können Kund*innen bei registrierten Kleidungsstücken sämtliche Produktionsschritte – von der Baumwollernte bis zum fertigen Produkt – digital nachvollziehen. Zudem werden soziale und ökologische Zertifikate den jeweiligen Etappen der Wertschöpfungskette zugeordnet.


© Tracycle

Auch dieses Label wird inzwischen von zahlreichen Profisportvereinen für ihre Textilien genutzt.[66]

Seit der Einführung des ersten Tracycle-Artikels im Jahr 2018 nutzen inzwischen 36 Unternehmen die Plattform, um ihre Produkte transparent darzustellen. Auch sieben Vereine aus der 1. und 2. Fußball-Bundesliga haben sich angeschlossen, um ihren Fans die Möglichkeit zu geben, die Lieferketten ihrer Merchandise-Produkte nachzuverfolgen. Ein weiteres Beispiel für digitale Transparenzinstrumente ist das OEKO-TEX® MADE IN GREEN Label. Durch die Eingabe einer produktspezifischen Nummer auf der Website des Standardgebers können Verbraucher*innen die einzelnen Produktionsstufen eines Artikels zurückverfolgen.

Je mehr Vereine und Unternehmen auf solche digitalen Tools setzen, desto detaillierter und glaubwürdiger kann die Berichterstattung über die eigenen Lieferketten erfolgen – und damit auch eine bessere Einschätzung menschenrechtlicher und umweltbezogener Risiken.



SPIELFELDBEGRENZUNG

Die Grenzen unserer Studie

Die Studie ist bewusst so konzipiert, dass Vereine, die uns nicht geantwortet haben, in vielen Kategorien ebenfalls zahlreiche Punkte erhalten können. Dennoch bekommen die Klubs, die an der Umfrage teilgenommen haben, im Schnitt **eine deutlich bessere Bewertung**. Das liegt daran, dass wir zum einen in der Kategorie „Überproduktion" auf eine Rückmeldung der Vereine angewiesen sind, zum anderen im Fragebogen Informationen geteilt werden können, die nicht öffentlich einsehbar sind – so ergibt sich eine **leichte Verzerrung der Ergebnisse**. Außerdem besteht die Gefahr, dass bei Vereinen, zu denen wir keine direkte Ansprechperson finden konnten, die Umfrage im allgemeinen Verteiler untergegangen sein könnte. Insgesamt haben 20 Vereine an der Umfrage teilgenommen, zwei weitere Klubs entschieden sich ausdrücklich gegen eine Teilnahme und von den anderen – teils mit, teils ohne direkten Kontakt – kam keine Reaktion.

Einige Vereine sind sicherlich schon weiter, als sie von außen wahrgenommen werden. Gleiches gilt auch für die Ausrüster, die bei uns häufig aufgrund der intransparenten Darstellung ihres Engagements in Sachen Nachhaltigkeit und Lieferkettenmanagement eine schlechte Bewertung erhalten haben. Wir kritisieren an dieser Stelle also nicht das Handeln, sondern die fehlende Sichtbarkeit. Doch genau diese Transparenz ist so wichtig, denn: Fans und weitere Interessierte können nur auf das Thema aufmerksam gemacht werden, wenn regelmäßig und ansprechend darüber berichtet wird. Und: Öffentlich verfügbare Daten sind eine notwendige Voraussetzung zur Verbesserung der Arbeits- und Umweltbedingungen in den globalen Lieferketten. **Nur wenn bekannt ist, woher unsere Kleidung kommt und wer diese produziert hat, können wir Risiken bei der Arbeit identifizieren und gemeinsam beheben.**



So komplex es ist, eine klare Definition für die Begriffe „Fairness" und „Nachhaltigkeit" zu finden, so schwierig ist es auch, diese in ihrer ganzheitlichen Ausprägung durch Kriterien zu beschreiben. Es sind viele Faktoren zu beachten, die auf unterschiedliche Weise miteinander interagieren. Die Wahl der Kriterien und deren Gewichtung verursachen eine gewisse Subjektivität, weshalb die von uns gewählte Gewichtung grundsätzlich nachvollziehbar ist, es aber sicher auch Gründe für eine etwas andere Aufteilung der prozentualen Werte gegeben hätte. Die von uns gewählte Einteilung der Vereine in Gruppen und nicht anhand ihrer genauen Punktzahl soll dieser Beobachtung entgegenwirken und verhindern, dass ein Verein lediglich aufgrund einer leichten Veränderung der Parameter einige Plätze in der Tabelle nach oben oder unten rutscht.

Zudem erheben wir keinen Anspruch, den gesamten Wirkungsbereiches von Nachhaltigkeit abzubilden. **Wir küren die drei Top-Klubs nicht zu den nachhaltigsten Vereinen der Liga, sondern zum Fairnessmeister in Sachen Fanshop.** Das kann dazu führen, dass Vereine, die bereits hervorragende Arbeit in anderen Teilgebieten der Nachhaltigkeit leisten, in unserem Ranking schlechter abschneiden. Damit wollen wir deren Engagement selbstverständlich in keiner Weise als weniger wichtig herausstellen, sondern lediglich zeigen, dass im Bereich der eigenen Lieferketten noch Nachholbedarf besteht. Die eigenen Wertschöpfungsketten haben einen erheblichen Einfluss auf Arbeits- und Umweltbedingungen weltweit und dürfen zukünftig nicht vernachlässigt werden. Positive Beispiele aus anderen Vereinen können helfen, aufzuzeigen, welche Maßnahmen effektiv zu mehr Nachhaltigkeit im eigenen Fanshop führen.

SCHLUSSPFIFF

Eine Zusammenfassung

Wir hoffen, dass euch unser Bericht gefallen hat und dass er dazu anregt, einen genaueren Blick auf die Nachhaltigkeit in den Fanshops der Fußballvereine zu werfen. Eines ist sicher: **Wir bleiben am Ball!** Es wird spannend zu sehen, welche Entwicklungen die kommenden Jahre bringen und welche Vereine in Zukunft vielleicht ganz vorne mitspielen.

Die gute Nachricht: Wir sehen Fortschritte. Immer mehr Klubs nehmen sich der Verantwortung an und setzen sich mit fairen Produktionsbedingungen und transparenteren Lieferketten auseinander. Dass dieser Wandel Zeit braucht, ist uns bewusst – aber er muss auch aktiv vorangetrieben werden. Als gemeinnützige Organisation stehen wir hier gerne als Unterstützung bereit. **Veränderung gelingt nur gemeinsam, und jeder Beitrag zählt.** Deshalb freuen wir uns, wenn auch ihr das Thema weitertragt und zeigt, dass euch faire Fanartikel am Herzen liegen.



Der Fußball hat eine enorme Strahlkraft. Er kann Menschen bewegen, Grenzen überwinden und Werte vermitteln. Wenn Stars und Vereine ihre Stimme für Fairness, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit erheben, erreicht das Millionen. Es liegt an uns allen, den Fußball so zu gestalten, dass er nicht nur auf dem Platz, sondern auch abseits davon für Fair Play steht – von der ersten Produktionsstufe eines Trikots bis zum Moment, in dem es voller Stolz getragen wird.

Lasst uns also gemeinsam daran arbeiten, dass nachhaltige Fanartikel zur Selbstverständlichkeit werden – und dass wir irgendwann ohne Zweifel sagen können:



DER FRAGEBOGEN

Die Vereine im Ranking

Kategorie I: Sortiment

Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihr Sortiment. Anhand der Fragen 1 bis 3 möchten wir herausfinden, wie hoch der Anteil nachhaltig produzierter Textilien in Ihrem Sortiment ist. Die Fragen 4 bis 6 gehen auf das Sortiment ein und überprüfen zum Beispiel, wie lange sich Textilien durchschnittlich darin befinden.

1 Wie viele unterschiedliche Textilien befinden sich aktuell insgesamt im Sortiment? Berücksichtigt werden sollen dabei sowohl der Online-Shop als auch die stationären Verkaufsstellen.

2 Sind Textilien im Shop zu erwerben, die mit einem Siegel bzw. Zertifikat für nachhaltige Produktion versehen sind? Dazu gehören zum Beispiel der Grüne Knopf, die Mitgliedschaft in der Fair Wear Foundation oder das GRS-Siegel.

3 Gibt es Textilien, die kein Siegel oder Zertifikat haben, aber nachweislich aus nachhaltiger Produktion stammen?

4 Gibt es Mindestanforderungen an Textilien, um deren Langlebigkeit sicherzustellen? Wenn ja, um welche handelt es sich?

5 Wie viele neue Kollektionen bringen Sie durchschnittlich pro Saison bzw. pro Geschäftsjahr heraus?

6 Wie lange befinden sich die Textilien im Sortiment? Geben Sie hier bitte an, wie viele der Textilien sich seit **mehr als einem Jahr (a)**, seit **mehr als zwei Jahren (b)** und seit **mehr als fünf Jahren (c)** im Sortiment befinden.

Kategorie II: Kommunikation

Die folgenden Fragen beziehen sich darauf, auf welche Weise Nachhaltigkeit im Merchandise nach außen vermittelt wird. Die Kategorie ist dabei unterteilt in die folgenden drei Aspekte: a) Darstellung der nachhaltigen Produkte im Online-Shop, b) Transparenz der Produkte und Sicherstellen von Standards, c) Bonusfrage zur Awareness-Bildung

7 Wird in den stationären Shops speziell auf die nachhaltigen Produkte hingewiesen? Gibt es z. B. eine eigene Nachhaltigkeitsecke oder Ähnliches?

8 Anhand welcher sozialer oder ökologischer Mindeststandards sucht der Verein seine Lieferanten aus? Sind Maßnahmen geplant, wenn die Mindeststandards durch Hersteller nicht eingehalten werden? Überprüft der Verein oder ein externer unabhängiger Dritter die Einhaltung dieser Mindeststandards?

9 Gab es in den letzten zwei Jahren für die Mitarbeitenden Schulungen zur nachhaltigen Beschaffung bzw. sind solche Schulungen geplant?

10 Führt der Verein eine öffentliche Lieferantenliste? Bzw. gibt der Verein die Lieferanten beim jeweiligen Produkt transparent auf der Seite des Online-Shops an?

11 Führt der Verein spezielle Aktivitäten bzw. Projekte zur Awarenessbildung zum Thema "Nachhaltiges Merchandise" bei den Fans durch? Dabei kann es sich z. B. um gemeinsame Upcycling-Aktiviäten, Aktionstage oder Gewinnspiele handeln

Kategorie III: Lieferkette

Hier werden sowohl die Ausrüster samt der zugrundeliegenden Lieferketten ihrer Produkte näher unter die Lupe genommen als auch Themenfelder im Bereich nachhaltiges Merchandise, die über die Nachhaltigkeit der Produkte selbst hinausgehen.

12 Wie lange besteht die Partnerschaft mit Ihrem Ausrüster bereits? Waren Sie mit dem Ausrüster bereits zum Thema Kreislaufwirtschaft im Dialog? Gibt es Pläne für gemeinsame Projekte dazu?

13 Wie viele Trikots der Saison 2023/24 sind nach der Saison übriggeblieben?

14 Was passiert mit den Trikots und weiteren Textilien, die z. B. aufgrund eines Ausrüsterwechsels und/oder anderer Sponsoren nicht mehr im Shop verkauft werden können?

15 Wie viele Textilien werden auf welche Weise entsorgt? Was bedeutet das im Verhältnis zum Gesamtvolumen?

16 Wie wird mit dem anlassbezogenen Bedarf an Textilien umgegangen, z. B. beim Erreichen bestimmter Erfolge wie der Meisterschaft oder des Pokalsieges? Wird auf die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards geachtet? Was passiert mit zu viel oder "falsch" (Pokalsieg oder Meisterschaft/Klassenerhalt wird doch nicht erreicht) produzierten anlassbezogenen Textilien?

17 Führt der Verein Projekte zur Förderung der Kreislaufwirtschaft bei Textilien durch? Dabei kann es sich zum Beispiel um die Einrichtung von Sammelstellen für nicht mehr benötigte Textilien oder das Angebot erster kreislaufgerechter Textilien im Sinne des Textile-to-Textile-Recycling handeln.

18 Welches Versandmaterial wird verwendet? Wird hier auf ökologische Kriterien geachtet?

19 Erfolgt der Versand klimaneutral bzw. ist eine klimaneutrale Option verfügbar?

20 Wie hoch ist die Rücksendequote bei Textilien? Wie geht der Verein mit Retouren um?

21 Gibt es Maßnahmen zur Reduktion von Retouren? Dabei kann es sich z. B. um klar einsichtliche Größentabellen, kostenpflichte Retouren etc. handeln.

22 Hat der Verein weitere Maßnahmen durchgeführt bzw. sind Maßnahmen in Planung, die den Versandprozess nachhaltiger gestalten sollen?

DAS QUELLENVERZEICHNIS

1) taz Verlags u. Vertriebs GmbH, „Der Fußball braucht eine neue DNA“, 2019, Zugriff am 05.03.2025, https://taz.de/Andreas-Rettig-ueber-Nachhaltigkeit/!5596766/

2) cum ratione gGmbH, „Die Vereine im Ranking – so fair sind ihre Shops“, 2020/2021, Zugriff am 05.03.2025, https://cum-ratione.org/projekte/faire-textilien/nachhaltigkeit-im-profisport/

3) Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH in Kooperation mit FEMNET e.V., SÜDWIND-Institut, „Nachhaltigkeit ist nicht umsonst“, 2021, S. 21/22, Zugriff am 05.03.2025, https://www.suedwind-institut.de/fileadmin/Suedwind/Publikationen/2021/2021-28%20Nachhaltigkeit%20ist%20nicht%20umsonst.pdf

4) Clean Clothes Campaign, „Fig Leaf For Fashion“, 2019, Zugriff am 05.03.2025, https://respect.international/fig-leaf-for-fashion-how-social-auditing-protects-brands-and-fails-workers/

5) Europäische Kommission, „Vorschlag für eine Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel und Anhang“, 2022, Zugriff am 05.03.2025, https://commission.europa.eu/publications/proposal-directive-empowering-consumers-green-transition-and-annex_de

6) Global Standard gemeinnützige GmbH, „The Standard“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://global-standard.org/the-standard

7) Christliche Initiative Romero e.V., „Labelchecker – Global Organic Content Standard (GOTS)“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://labelchecker.de/label/76-global-organic-textile-standard-gots/

8) Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, „Grüner Knopf“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://gruener-knopf.de

9) Christliche Initiative Romero e.V., „Labelchecker – MADE IN GREEN by Oeko-Tex“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://labelchecker.de/label/100-made-in-green-by-oeko-tex/

10) Christliche Initiative Romero e.V., „Labelchecker – Fairtrade Textile Standard“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://labelchecker.de/label/94-fairtrade-textile-standard/

11) Hochschule Rhein-Waal, „Fashion Revolution Week Day 4 – Der Fairtrade-Textilstandard“, 2022, Zugriff am 05.03.2025, https://www.hochschule-rhein-waal.de/de/hochschule/ueber-die-hochschule/bekenntnisse/auszeichnung-fairtrade-university/die-fairtrade-student-2

12) Christliche Initiative Romero e.V., „Labelchecker – Bluesign product“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://labelchecker.de/label/68-bluesign-product/

13) Textile Exchange, „The Organic Content Standard aims to increase organic agricultural production“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://textileexchange.org/organic-content-standard/

14) Christliche Initiative Romero e.V., „Labelchecker – Fair Wear (- Foundation)“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://labelchecker.de/label/96-fair-wear-foundation/

15) SCS Global Services, „Global Recycled Standard“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://de.scsglobalservices.com/services/global-recycled-standard?utm_

16) FC St. Pauli, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.fcstpauli.com

17) SV Werder Bremen, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.werder.de

18) Hamburger SV, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.hsv.de/uebersicht

19) VfB Stuttgart, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.vfb.de

20) Eintracht Frankfurt, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.eintracht.de

21) SC Freiburg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.scfreiburg.com

22) Borussia Dortmund, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.bvb.de

23) VfL Bochum, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.vfl-bochum.de/de

24)VfL Wolfsburg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.vfl-wolfsburg.de

25) Union Berlin, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.fc-union-berlin.de/de/

26) Hertha BSC, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.herthabsc.com/de

27) SSV Jahn Regensburg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.ssv-jahn.de

28) SC Paderborn 07, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.scp07.de

29) 1.FC Köln, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://fc.de

30) FC Augsburg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.fcaugsburg.de

31) Fortuna Düsseldorf, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.f95.de

32) SV Darmstadt 98, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.sv98.de

33) TSG Hoffenheim, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.tsg-hoffenheim.de

34) 1.FC Nürnberg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.fcn.de/home/

35) Holstein Kiel, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.holstein-kiel.de

36) Borussia Mönchengladbach, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.borussia.de

37) Bayer 04 Leverkusen, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.bayer04.de/de-de

38) FC Schalke 04, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://schalke04.de

39) SpVgg Greuther Fürth, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.sgf1903.de

40) Hannover 96, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.hannover96.de/startseite

41) FSV Mainz 05, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.mainz05.de

42) FC Heidenheim, 2025, 01.01.2025, https://www.fc-heidenheim.de

43) Eintracht Braunschweig, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.eintracht.com/start

44) 1. FC Kaiserslautern, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://fck.de/de/

45) SV Elversberg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://sv07elversberg.de

46) SSV Ulm, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.ssvulm1846.de

47) 1. FC Magdeburg, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://1.fc-magdeburg.de

48) Bayern München, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://fcbayern.com/de

49) RB Leipzig, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://rbleipzig.com/de

50) Karlsruher SC, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://www.ksc.de

51) Preußen Münster, 2025, Zugriff am 01.01.2025, https://scpreussen-muenster.de

52) FC Internationale Berlin, „DAS TRIKOT“, 2025, Zugriff 05.03.2025, https://inter-berlin.shop/products/das-trikot-heim-unisex

53) FC Internationale Berlin, „Sportverein der Zukunft“, 2025, Zugriff 05.03.2025, https://www.inter-berlin.de

54) FC Internationale Berlin, „runamics x HAKRO“, 2025, Zugriff 05.03.2025, https://www.inter-berlin.de/runamics-hakro

55) Europäische Kommission, „Circular economy action plan“, 2020, Zugriff am 05.03.2025, https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en

56) AOK-Bundesverband eGbR, „Wie gut ist Kleidung aus recyceltem Plastik?“, 2021, Zugriff am 05.03.2025, https://www.aok.de/pk/magazin/nachhaltigkeit/kleidung/kleidung-aus-recyceltem-plastik-nachhaltig-und-gesund/

57) Puma SE, „RE:FIBRE“, 2025, Zugriff am 05.03.2025, https://about.puma.com/de/circularity/refibre

58) Deutscher Fußball Bund, „DFB-Fanshop“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.dfb-fanshop.de/de/

59) Deutscher Fußball Bund, „Nachhaltigkeit beim DFB: Unsere Strategie“, 2022, Zugriff am 06.03.2025, https://assets.dfb.de/uploads/000/309/992/original_original_288949-DFB_Nachhaltigkeitsstrategie_Gutes_Spiel.pdf?1726218586

60) Derbystar, „3 Treffer für Fairtrade“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.derbystar.de/search?q=Fairtrade&type=product&options%5Bprefix%5D=last&options%5Bunavailable_products%5D=hide

61) Deutsche Fußball Liga, „DFL entwickelt Nachhaltigkeitsrichtlinie für den deutschen Profifußball weiter“, 2024, Zugriff am 06.03.2025, https://www.dfl.de/de/aktuelles/dfl-entwickelt-nachhaltigkeitsrichtline-fuer-den-deutschen-profifussball-weiter/

62) Arminia Bielefeld, „Vom Feld in den Fanshop“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.arminia.de/der-dsc/verantwortung/vom-feld-in-den-fanladen

63) Brands Fashion GmbH, „Die Nachhaltigkeitsinitiative „Vom Feld in den Fanshop“, 2023, Zugriff am 06.03.2025, https://www.brands-fashion.com/news/vom-feld-in-den-fanshop/

64) Brands Fashion GmbH, „Nachhaltigkeitsinitiative „Vom Feld in den Fanshop“ – Update nach der ersten Halbzeit“, 2024, Zugriff am 06.03.2025, Update_Vom-Feld-in-den-Fanshop.pdf (m-pr.de) (Seite 92 statt Brands Fashion 2024)

65) Brands Fashion GmbH, „TRACYCLE – a wholistic revolution“ , 2024, Zugriff am 06.03.2025, https://www.tracycle.com

66) OEKO-TEX Service GmbH, „OEKO-TEX® MADE IN GREEN: Verantwortungsvoll und sicher“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.oeko-tex.com/de/unsere-standards/oeko-tex-made-in-green

67) Adidas AG, „Nachhaltigkeit“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.adidas-group.com/de/nachhaltigkeit/fokus-auf-nachhaltigkeit/unsere-ziele

68) Castore, „Erklärung zur modernen Sklaverei und zum Menschenhandel“, 2025, Zugriff am 06.0.2025, https://de.castore.com/pages/modern-slavery-statement/?_gl=1*m39gp7*_ga*OTQ3MTgwMTk4LjE3NDEyNDgwOTA.*_up*MQ..*_ga_YF94KWSKKY*MTc0MTI0ODA5MC4xLjAuMTc0MTI0ODA5MC4wLjAuMA..

69) Craft, „Nachhaltigkeit“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.craftsportswear.com/de/craft-circle

70) hummel, „Company Karma, 2025, Zugriff am 06.03.2025, hummelsport.de/companykarma-home.html

71) Jako AG, „Nachhaltigkeit“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.ourteamforabetterworld.com

72) JOMA, „Verhaltenskodex“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.joma-sport.com/de_DE/codeofconduct.html?_gl=1*uzd8gh*_up*MQ..*_ga*MTc4ODA4ODc2LjE3NDEyNDg0MzQ.*_ga_3E6KGFS80N*MTc0MTI0ODQzMi4xLjAuMTc0MTI0ODQzMi4wLjAuMA..

73) Macron, „Macron 4 The Planet“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.macron.com/de/macron-4-the-planet

74) Mizuno, „Sustainability“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://emea.mizuno.com/eu/de-de/our-sustainability.html

75) Nike, „Nachhaltigkeit“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.nike.com/de/nachhaltigkeit

76) Puma SE, „Nachhaltigkeit“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://about.puma.com/de/nachhaltigkeit

77) Sport-Saller, „Willkommen bei Sport-Saller“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://www.sport-saller.de

78) uhlsport GmbH, „Soziale Verantwortung“, 2025, Zugriff am 06.03.2025, https://uhlsport.group/verantwortung/

Erklärung zu den Fußballvereinen und Ausrüstern: Für die Datenanalyse wurden neben den Fragebögen die öffentlich auf der Website verfügbaren Informationen verwendet. An dieser Stelle erfolgt ein Link zur jeweiligen Hauptseite des Vereins bzw. der Nachhaltigkeitsseite des Ausrüsters. Von dort können alle relevanten Daten gefunden werden.

cum ratione

Gesellschaft für Aufklärung und Technik gGmbH

Mit Vernunft handeln.

Impressum

Herausgeberin
cum ratione gGmbH
Gesellschaft für Aufklärung und Technik

Vattmannstraße 3
33100 Paderborn

www.cum-ratione.org
lara.schroeder@cum-ratione.org
05251 - 2974040

Redaktion
Lara Schröder (V. i. S. d. P.)

Gestaltung & Layout
Lena Wiewel

Veröffentlichung & Stand
März 2025

Ein **besonderer Dank** für ihre Unterstützung geht an:

Bettina Faust
Global Nature Fund, Projektmanagement *Fair Wear Works*

Prof. Dr. Hanno Martens
Professor of Sustainable Management & Sport Psychology, CBS International Business School

Hinweis zur digitalen Austauschrunde *Nachhaltiger Textileinkauf im Sport*:

Das Netzwerk Sport handelt fair bietet Verantwortlichen in Profivereinen (alle Sportarten) die Möglichkeit, sich in einer internen Austauschrunde zu Themen des nachhaltigen Einkaufs zu vernetzen. Neben Impulsvorträgen wird über bestehende Hindernisse und mögliche Lösungsansätze gesprochen.

Meldet euch bei Interesse gerne bei Lara unter der angegeben Mailadresse.