

PLATZ

93,85 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

100 Anzahl

Übersichtlichkeit 100

KOMMUNIKATION

100 Erreichbarkeit

Nachhaltigkeit

60

Nachrichten

80

LIEFERKETTE

100 Transparenz

80 DIIY*

Transparenz

60

Wirksamkeit

20

Verhaltenskodex

100

FC St. Pauli

...DIIY überzeugt!

Sportlich gesehen landete der FC St. Pauli letztes Jahr im Mittelfeld der Tabelle. Der Verein hatte dabei lange Zeit Abstiegssorgen, konnte aber durch eine starke Rückrunde viele Punkte sammeln. In unserem letzten Ranking hingegen lief es von Anfang an super. Mit Platz 5 konnte sich der Kiezclub in internationale Höhe schwingen. Doch wohin geht die Reise nun? Hat der Verein genug Kräfte mobilisiert, um nach der Schale zu greifen?

er selbsternannte Weltpokalsiegerbesieger hat es tatsächlich geschafft. Nachdem im letzten Jahr Union Berlin die Nase vorn hatte, konnte sich der FC St. Pauli in diesem Jahr die Schale sichern. Einfach meisterhaft! St. Pauli hat eine deutliche Entwicklung genommen. Knapp 66 Punkte im letzten Jahr waren bereits eine super Leistung. Mit fast 91 Punkten hat sich der Verein jedoch in bisher unberührte Größenordnungen katapultiert. Einen starken Anteil an dieser Entwicklung hat besonders eine Entscheidung des Vereins gehabt, die ihn deutlich von allen anderen Ligakonkurrenten abhebt. Der FC St. Pauli hat sich dazu entschieden, das Heft des Handels selbst zu übernehmen: Vor allem um ökologische Nachhaltigkeit und sozialverträgliche Produktionsbedingungen besser kontrollieren und auch direkt beeinflussen zu können, hat der Verein keinen externen Ausrüster mehr unter Vertrag genommen, sondern produziert die Teamware nun unter der vereinseigenen Marke DIIY selbst. Ein Großteil der Artikel wird in Zusammenarbeit mit Partnern in der Türkei produziert und kontrolliert. Auf einer eigenen Website versucht der Verein zudem umfassende Informationen zu DIIY zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus ist St. Pauli GOTS-zertifiziert und wird im Rahmen von jährlichen Audits geprüft. Außerdem ist der Klub als erster und bisher einziger Verein seit Mitte des Jahres Mitglied der Fair Wear Foundation. Mit diesem Ansatz bekommt St. Pauli von uns die Bestbewertung in der Kategorie "Online-Shop".

ST. PAULI

Auch in den anderen Kategorien schneidet der Verein sehr gut ab. Lediglich in der Kategorie "Kommunikation" hat der Verein noch Verbesserungspotential. Um beim Kriterium "Nachhaltigkeit" die volle Punktzahl zu erreichen, fehlt dem Verein ein Nachhaltigkeitsbericht, der allerdings bereits in der Planung ist.

TRAININGScongstar **BEDARF** Allgemeine Nachhaltigkeitsseite des Vereins könnte ausführlicher sein

FAZIT _

Gelungene Erklärseite für

konsequent nachhaltiges

Tolle Darstellung der Arti-

Lieferkettenmanagement

"DIIY"

kel im Shop

Der FC St. Pauli konnte sich dieses Jahr mit der vereinseigenen Marke DIIY die Meisterschale sichern und hat damit neue Maßstäbe gesetzt. Mit dieser Leistung sollten sich die anderen Vereine den FC St. Pauli zum Vorbild nehmen!

Der Klub arbeitet konsequent daran, dass sein klares Bekenntnis zur Achtung der

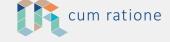
Menschenrechte und Umweltstandards während des gesamten Produktionsprozesses Schritt für Schritt umgesetzt wird.

Aktuell hat der FC St. Pauli einen Anteil von mindestens 80% nachhaltig beschaffener Textilartikel im Sortiment. Ein Traumtor in den Winkel!

congstar

P1 www.fcstpauli.com

Diff





91,45 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 100

100

80

100

40

0

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Ganzheitlichkeit

Nachrichten 100

LIEFERKETTE

Transparenz

Jako*

Transparenz

Wirksamkeit

WIIKSallikell

Verhaltenskodex

80

hezu kein Vorbeikommen!
Der Verein belegt hinter dem
dieses Jahr unschlagbaren FC
St. Pauli erneut einen starken zweiten
Platz. Im Bereich Online-Shop konnten
die Schwaben ihre Bewertung sogar
noch weiter verbessern, sodass hier bei
beiden Kriterien die volle Punktzahl erreicht wird. Die über 43 Textilien aus
fairer Produktion werden sehr übersicht-

lich und mit schöner Beschreibung der

verwendeten Siegel im Shop präsentiert.

Laut Angaben aus dem Fragebogen sind

m VfB ist auch dieses Mal na-

League stärker?

VfB Stuttgart

Beim letzten Ranking mussten sich die Stuttgar-

ter dem späteren Sieger Union Berlin nur ganz

knapp geschlagen geben. Lediglich ein Punkt

trennte die beiden Vereine am Ende. Kann sich

der VfB auch gegen starke Konkurrenten aus dem

erweiterten Teilnahmefeld durchsetzen? Oder

sind andere Teams im Kampf um die Champions

...bleibt oben dabei!

ziert worden. Als Material für neue Kollektionen werden dabei ausschließlich Bio-Baumwolle und recyceltes Polyester genutzt. Zur Bestbewertung in der Kategorie

aktuell 75% der Textilien im Sortiment

unter nachhaltigen Bedingungen produ-

Zur Bestbewertung in der Kategorie Kommunikation fehlt noch ein eigener Nachhaltigkeitsbericht. Im Zuge der sustainClub-Teilnahme ist dieser jedoch geplant und soll bald veröffentlicht werden. Bei sustainClub handelt es sich um eine Nachhaltigkeitszertifizierung, die

keit mithilfe verschiedener Indikatoren berücksichtigt. Die Teilnahme ist dabei verbunden mit dem Setzen mittel- und langfristiger Ziele. Für den VfB könnte eines dieser Ziele beispielsweise die Veröffentlichung eines CSR-Verhaltenskodexes sein. Dieser könnte gemeinsam mit anderen transparenten Angaben zur eigenen Lieferkette gut sichtbar auf den Themenseiten zur Nachhaltigkeit platziert werden.

alle drei Dimensionen der Nachhaltig-

Insgesamt 43 fair produzierte Fantextilien, darunter Pullover und T-Shirts für Frauen, Männer und Kinder, Babybekleidung und Mützen.

STUTTGART

P2 www.vfb.de

TRAININGS-

- Große Anzahl von fairen
 Textilien im Shop und
 tolle Präsentation
- Erfolgreiche Teilnahme an der sustainClub-Zertifizierung
- Übersichtliche Erklärung der verwendeten Siegel

TRAININGS-BEDARF

Ausrüster Jako hat in Sachen Nachhaltigkeit noch Luft nach oben

FAZIT

Eine abermals starke Leistung des Vereines aus dem Schwabenland! Der VfB ist in Sachen Fairness im Fanshop ganz weit und muss sich nur dem FC St. Pauli geschlagen geben. Die Teilnahme an der Champions League ist den Stuttgartern auch diese Saison sicher.

Nachhaltiges Lieferkettenmanagement wird vom VfB sehr ernst genommen und abteilungsübergreifend umgesetzt.







88,25 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

100 Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100 Nachhaltigkeit 80

Nachrichten

100

100

LIEFERKETTE

80 Transparenz 60 Adidas* 100 Transparenz Wirksamkeit 0 Verhaltenskodex 80

in eindeutiges Ja! Der HSV schafft in unserem Ranking nicht nur den Aufstieg in die Erstklassigkeit, sondern katapultiert sich direkt in die Champions League. Mit Platz 3 gehört der Verein zu den Besten beim Thema nachhaltige Textilien. Geschlagen geben muss sich der Traditionsclub jedoch gegenüber dem Stadtrivalen FC St. Pauli. An ihnen ist in dieser Verfassung kein Vorbeikommen.

Der HSV war als einer von wenigen Vereinen bei der Eröffnung der "Green Factory" anwesend, von der wir bereits in der Wertschöpfungskette abdeckt. Dazu kommen 14 weitere Artikel, die von ei-

Hamburger SV

...so geht Champions League!

Der HSV ist ein neues Gesicht in unserem Ranking. Der frühere Bundesligadino verbringt nun schon seine vierte Spielzeit in der 2. Liga und verpasste dabei den Bundesligaaufstieg immer nur ganz knapp. Dreimal in Folge landetet der Verein auf dem undankbaren vierten Platz. Konnten die Rothosen diesen Trend in unserem Ranking durchbrechen?

> unserer letzten Untersuchung berichtet haben. Viele der nachhaltig produzierten Fantextilien, die wir bei den Vereinen gefunden haben, werden dort hergestellt. Diese Artikel finden sich auch im Online-Shop der Rothosen wieder. Mit ca. 27 verschiedenen T-Shirts, Hoodies und Babyartikeln sind bereits einige Textilien mit einer Kombination aus verlässlichen Labels für soziale und ökologische Standards ausgestattet, die sämtliche Stufen

ner GOTS-zertifizierten Fabrik hergestellt

Beim Unterindikator "Übersichtlichkeit" macht es der Sportverein aus dem Norden genauso wie wir es uns wünschen. Die verwendeten Siegel werden anschaulich erklärt und an den Artikeln für die Fans sichtbar dargestellt. Damit erreicht auch der HSV die Bestbewertung in der Kategorie "Online-Shop". Auch in der Kategorie "Kommunikation" ist der Hamburger SV schon stark, hier würden wir uns zukünftig nur noch einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht wünschen, der Interessierten auf einen Blick alles Wichtige zum Thema Nachhaltigkeit verrät. Bis auf die Kategorie "Ausrüster" landet der Verein stets im grünen Bereich.

Insgesamt 41 ökofair produzierte Fantextilien, darunter viele Babyartikel sowie T-Shirts und Hoodies für Herren und Frauen. Der Ball geht unhaltbar rein!

P3 www.hsv.de

TRAININGS-

Anschauliche Präsentation der zahlreichen fairen Textilien im Shop

Zweitligist

- Transparente Angaben zur Lieferkette
- Ganzheitliche Nachhaltigkeitskommunikation

TRAININGS-**BEDARF**

Zukünftig könnte ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht werden

FAZIT

Der Hamburger SV punktet mit einer ganzheitlich ausgerichteten Nachhaltigkeitsstrategie. Wenn der Verein diesen Weg genauso zielstrebig weiter verfolgt, kann bald auch von der Meisterschaft geträumt werden.

Mit zwei Vereinen auf den ersten drei Plätzen spielt die Stadt Hamburg ohne Zweifel Champions League.







FLFIR

- Sehr gute Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie "Werder bewegt"
- kel im Shop mit anschaulicher Siegelerklärung

Ausrüster Umbro hat in Sachen Transparenz und Fairness in der Lieferkette

- Klare Verpflichtung zur Nachhaltigkeit im gesamten Verein

BEDARF

deutlich Aufholbedarf

TRAININGS-

- Tolle Darstellung der Arti-

TRAININGS-

SV Werder Bremen

...Erstklassiger Fanshop an der Weser!

84,20 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

100 Anzahl

100

100

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80

Nachhaltigkeit

100 Nachrichten

LIEFERKETTE

80 Transparenz 20 Umbro* Transparenz Wirksamkeit Verhaltenskodex

In der Saison 19/20 konnte der SV Werder Bremen mit viel Mühe die Klasse halten. In der darauffolgenden Saison war es dann soweit: Werder Bremen musste runter in die 2. Liga. In unserem letzten Ranking hingegen war der Verein erstklassig und konnte mit starken 72 Punkten auf Rang 3 abschließen. Wurde der Klub dieses Mal von anderen Vereinen überholt oder konnte sich Werder weiter nach vorne arbeiten?

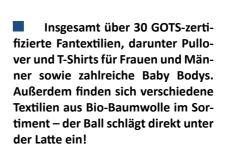
er Verein von der Weser hat sich im Vergleich zum letzten Jahr punktemäßig weiter verbessert. Mit 84,2 Punkten belegen sie ganz knapp hinter dem Hamburger SV abermals einen starken vierten Platz. Damit zählt Bremen weiterhin zu den Top-Teams im Ranking. Der Verein überzeugt vor allem bei der Präsentation der nachhaltig produzierten Fanartikel. Im Online-Shop können Fans unter dem Reiter "Grünzeug" sämtliche Artikel finden,

die durch Siegel wie GOTS, den Grünen Knopf oder Fairtrade gekennzeichnet sind und so Rückschlüsse auf die Produktionsbedingungen innerhalb der Lieferkette zulassen. Gelungen ist dabei vor allem die Erklärung der verwendeten Siegel, die auch Fans, die sich bisher nicht so intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt haben, verständliche Informationen liefert. In der "Grünzeug"-Kollektion werden alle fündig: Neben verschiedenen Oberteilen für Männer und Frauen

gibt es viel Auswahl in der Kinder- und Babybekleidung und sogar ein nachhaltiges Geschirrtücher-Set mit verlässlichen Siegeln, die hohe Standards in der gesamten Lieferkette sicherstellen. Dazu kommen zahlreiche weitere Artikel aus recycelten Materialien, wie beispielsweise die gesamte Trikot-Kollektion. Das heißt für uns: volle Punktzahl für den Online-Shop!

Werder Bremen ist außerdem einer der wenigen Vereine, die auch in der Kategorie "Kommunikation" fast die volle Punktzahl erreicht haben. Unter dem Motto "Werder Bewegt" finden interessierte Fans alles zum Thema Nachhaltigkeit. Neben vielen sozialen Projekten existieren auch sehr detaillierte Informationen zum Thema Umwelt. Zudem ist der Verein seit Ende des Jahres 2020 als sustainClub zertifiziert und konnte in der Kategorie Silber abschließen.

Es wird hier eindeutig klar, dass der Nachhaltigkeitsgedanke fest im Verein verankert ist und bei allen Entscheidungen mitgedacht wird. Um die letzten fehlenden Punkte in der Kategorie zu erzielen, würden wir es begrüßen, wenn der Verein die Ansprechpartner*innen für den Bereich CSR auch mit direkten Kontaktadressen auflisten würde. Die einzige rote Bewertung erhält der Verein für seinen Ausrüster Umbro, weil dieser in Sachen Transparenz in der Lieferkette noch deutlich Aufholbedarf hat. Ansonsten hat der SV Werder Bremen wahrlich Champions League Niveau!



P4 www.werder.de

FAZIT

Der SV Werder Bremen konnte seine Nachhaltigkeitsstrategie weiter verfeinern und bleibt nah an der Spitzengruppe dran. Das "Grünzeug" von der Weser überzeugt auch dieses Mal im Ranking! Auch wenn der Verein sportlich gesehen (vorerst) 2. Liga

spielt, in Sachen Fairness in der Lieferkette müssen sich die Bremer vor niemandem verstecken.



TRAININGS-FLFIR DUFTE-Kollektion mit insgesamt über 240 nach-

haltigen Artikeln

Anschauliche Präsentation der Kollektion im

Online-Shop

5. PLATZ

81,65 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

100 Anzahl

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80

Nachhaltigkeit

Nachrichten

80

80

LIEFERKETTE

80 Transparenz 60 Adidas* 100 Transparenz Wirksamkeit 0 **Union Berlin**

...was macht der Titelverteidiger?

Mit über 100 fair produzierten Fantextilien im Online-Shop konnte Union Berlin das letzte Ranking ganz knapp vor dem VfB Stuttgart gewinnen. Können die Berliner den Titel auch verteidigen, wenn Konkurrenten aus der 2. Liga hinzukommen? Und wie sieht es gegen die Mitfavoriten aus dem letzten Jahr aus?

nion Berlin spielt selbstverständlich weiterhin oben mit, es reicht dieses Mal allerdings nicht ganz zur Titelverteidigung. Am FC St. Pauli mit seiner eigenen Textilkollektion ist aktuell kein Vorbeikom-

Die Berliner lassen insgesamt nicht viele Punkte liegen, könnten aber unter anderem noch ganzheitlicher und detaillierter über das Themenfeld Nachhaltigkeit berichten, z.B. in Form eines eigenen Nachhaltigkeitsreportes, der Informationen zur sozialen, ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit im Verein zur Verfügung stellt.

In der Kategorie Online-Shop ist Union weiterhin stark vertreten. Laut Angaben im Fragebogen sind mittlerweile 70% der Artikel im Bereich Textil mit dem "Dufte"-Symbol versehen. Insgesamt ist das Label, das nachhaltige Artikel übersichtlich kennzeichnen soll, bei über 240 Artikeln im Shop zu finden. Die Siegel, die dieser Bezeichnung zugrunde liegen (z.B. Grüner Knopf, Fairtrade, GOTS), werden außerdem ausführlich in der detaillierten Artikelbeschreibung erklärt. Insgesamt ist die klare Verpflichtung zur Nachhaltigkeit im Fanshop deutlich erkennbar. Das ist ein wahrer Volltreffer!

Weiterhin ist geplant, die Nachverfolgbarkeit der Textilien mittels QR-Code noch in der aktuellen Spielzeit zumindest teilweise umzusetzen. Das ist ein ganz wichtiger Schritt in Sachen Transparenz.

In diesem Zusammenhang könnten die Berliner außerdem darüber nachdenken, Mindestanforderungen an Lieferanten öffentlich einsehbar auf der Website zu präsentieren. Es ist wichtig, dass interessierte Fans auf einen Blick sehen können, wo und unter welchen Bedingungen ihre Lieblingsfanartikel produziert worden sind.

Und wieder eine sehr starke Leistung des Vereins aus der Hauptstadt!

Mit zusätzlichen Informationen zur eigenen Nachhaltigkeitsstrategie wären allerdings noch ein paar Punkte mehr drin. Auch wenn es daher dieses Mal für die Spitze nicht ganz gereicht hat, muss sich bei Union niemand verstecken. Mit einem so hohen

haltigen Fantextilien im Sortiment bleibt der Verein weiterhin Vorbild für die anderen. Das nennen wir "dufte"!

TRAININGS-**BEDARF**

Rückverfolgbarkeit mittels QR-Code geplant

Nachhaltigkeitsstrategie könnte für Außenstehende besser kommuniziert werden

FAZIT _

Anteil an nach-

P5 www.fc-union-berlin.de

Insgesamt rund 70 % der Fantex-

tilien, darunter Pullover und T-Shirts

für Frauen, Männer und Kinder,

Baumwolltaschen, Mützen, Hosen,

Turnbeutel und Babybekleidung -

ein Traumtor per Fallrückzieher!





77,75 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit

Nachhaltigkeit

100

100

100

Nachrichten

80

80

LIEFERKETTE

80 Transparenz 60 Nike* 100 Transparenz Wirksamkeit 0 VfL Wolfsburg

..."Wir für Morgen!"

Beim letzten Mal erreichten die Wolfsburger mit ihrer Kollektion "Grün aus Überzeugung" einen starken vierten Platz. Doch was sagt der Blick in den Shop dieses Jahr? Greifen die Wölfe nun die Tabellenspitze an? Oder ziehen andere Klubs vorbei?

n der Kommunikation des Themas Nachhaltigkeit sind die Wolfsburger weiterhin stark. Ansprechpartner*innen sind gut zu erreichen und im alle zwei Jahre erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht werden die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales umfassend erläutert. Dazu gehören ebenfalls Dokumente wie die Umweltrichtlinien, die explizit die nachhaltige Beschaffung von Merchandise-Produkten thematisieren, oder der Verhaltenskodex für Zulieferer. In diesem Jahr hat sich außerdem eine Arbeitsgruppe aus CSR, Unternehmensentwicklung und Merchandising gegründet, die den Umstellungsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit im eigenen Sortiment ganzheitlich begleiten soll.

Die Nachhaltigkeitskollektion wurde zusätzlich mit dem Slogan "Wir Für Morgen" ausgestattet und mit einem eigens dafür erstellten Symbol versehen. Dieses soll interessierte Shopbesucher*innen einfach und leicht verständlich auf nachhaltige Produkte im Sortiment aufmerksam machen. Neben Upcycling-Textilien (Hoodie, Gymbag) und Produkten aus nachhaltigem Material finden sich dort 6 Textilien, die GOTS-zertifiziert sind. Das ist ein guter Anfang, zukünftig sollte der Anteil an nachhaltigen Fantextilien aber weiter erhöht werden. Interessant ist, dass der VfL Wolfsburg einen CO2-Aus-

gleich für die Produkte im Online-Shop plant. So können bewusste Fans optional einen kleinen Mehrbetrag bezahlen, um eine negative CO2-Bilanz der Produkte zu kompensieren.

Als Mitglied der VW Group werden für den Verein konzernübliche Standards wie der VW Verhaltenskodex angewendet, der klare soziale und ökologische Mindeststandards für Lieferanten vorsieht. Das bringt Punkte in der Kategorie Transparenz, zur Bestbewertung fehlen aber beispielsweise noch Angaben zu Hauptproduktionsorten der Artikel im Shop.

Insgesamt 6 fair produzierte Fantextilien, darunter jeweils ein T-Shirt für Frauen, Männer und Kinder sowie ein Boxershorts-Set.

P6 www.vfl-wolfsburg.de

TRAININGS-**FLFIR**

- 🖶 anschauliche Seite zur Nachhaltigkeit im Shop
- Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie mit ausführlicher Berichterstattung
- Projekt zur CO2-Kompensation der Artikel im Sortiment

TRAININGS-BEDARF

- Anzahl der nachhaltigen Textilien sollte erhöht werden
 - Herstellungsorte der Produkte sollten öffentlich sichtbar angegeben werden

FAZIT ___

Der VfL Wolfsburg hält mit seinem professionellen Auftritt, der transparenten und ganzheitlichen Nachhaltigkeitskommunikation der tollen Präsentation der nachhaltigen Produkte im Online-Shop den Anschluss an die Spitzengruppe. Um in den Titelkampf einzugreifen,

müssten jedoch noch mehr ökofaire Textilien im Sortiment zu finden sein.





71,45 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 60

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nach halt ig keit

Nachrichten 80

60

LIEFERKETTE

Transparenz 80

Nike* 60

Transparenz 100

Wirksamkeit 0

Verhaltenskodex 80

...kann auch fair!

Hertha BSC

Im letzten Ranking fand sich der Klub aus der Bundeshauptstadt mit 15,9 Punkten am unteren Ende der Tabelle wieder. Damals konnten wir keine Produkte finden, die ökofaire Produktionsbedingungen in der gesamten Lieferkette vorweisen konnten. Wie sieht es dieses Jahr aus? Gilt Fairness nun auch im Fanshop?

ie Hertha hat sich klar verbessert und mit dem Abstieg nun gar nichts mehr zu tun. Wir freuen uns sehr, dass mittlerweile einige Produkte in den Shop aufgenommen wurden, die das GOTS-Siegel aufweisen. Laut Angaben aus dem Fragebogen befindet sich der Verein gerade in einer Umstellungsphase, in der transparente Lieferketten und gerechte Arbeitsbedingungen (z.B. faire Löhne) zunehmend in den Fokus geraten sollen. Erste Auswirkungen der Umstellung sind klar im Online-Shop erkennbar. Neben den GOTS-zertifizierten Artikeln gibt es auch

Trainingstextilien aus Nikes "Move to Zero"-Konzept, nachhaltiges Geschirr, das
klimaneutral in Deutschland hergestellt
wurde und einige Upcycling-Produkte.
Alle als nachhaltig klassifizierten Artikel
werden unter einem eigenen Reiter gut
sichtbar im Shop präsentiert und mit einem eigenen Symbol kenntlich gemacht.

In Sachen Transparenz in der Lieferkette hat die Hertha einige Punkte gutgemacht. Dennoch ist klar, dass ein langwieriger Prozess angestoßen wurde und es auch hier noch Luft nach oben gibt. Wir freuen uns aber zu sehen, dass das

Thema Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette beim Berliner Klub angekommen zu sein scheint und im Vergleich zur letzten Analyse schon einige Veränderungen sichtbar sind. Genauso wie bei der Arbeit an anderen Dimensionen der Nachhaltigkeit, zum Beispiel an der stetigen Reduktion des CO2-Ausstoßes am Spieltag selbst, ist der Verein hier auf einem guten Weg.

Aktuell befinden sich 8 GOTSzertifizierte Fantextilien im Online-Shop, weitere sind für die neue Kollektion geplant. Dieses Mal landet der Ball im Tor!

P7 www.herthabsc.de

TRAININGS-FLEIß

- Einführung einer Nachhaltigkeitskategorie im Online-Shop
- Transparentere Angaben zur eigenen Lieferkette
- Stärkste Verbesserung aller Vereine

TRAININGS-BEDARF

Ökologisches Engagement könnte besser nach außen kommuniziert werden

Weitere nachhaltige Textilien sollten folgen

FAZIT

Im Vergleich zum letzten Ranking macht die Hertha punktemäßig einen riesen Sprung! Bei der Anzahl der ökofairen Textilien und auch in Sachen Transparenz gibt es noch allerdings etwas zu tun. Der Klub scheint diese Herausforderung aber gerne anzunehmen und setzt klare Schwerpunkte für die Zukunft. Wir

sind gespannt auf die weitere Entwicklung.







67,20 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

100 Erreichbarkeit 80

Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

60 Transparenz 60 Nike* 100 Transparenz Wirksamkeit 0 80 Verhaltenskodex

Eintracht Frankfurt ...Quali für Europa möglich?

Mit ersten nachhaltig produzierten Textilien im Sortiment konnte die Eintracht mit 28,05 Punkten beim letzten Mal den 8. Platz erreichen und ließ damit immerhin Vereine wie den BVB oder die Bayern hinter sich. Schaffen die Frankfurter

das auch bei ihrer zweiten Teilnahme am Ranking

oder müssen sie die großen Klubs ziehen lassen?

ie Eintracht kann die Punktzahl aus dem letzten Jahr verdoppeln und setzt den eingeschlagenen Weg weiter fort. In der Kategorie Kommunikation sind die Frankfurter weiterhin stark. Dass das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich gesehen wird, verdeutlicht so beispielsweise die gute Platzierung in einer Nachhaltigkeitsstudie von Sport Positive zum Thema Ökologie, laut der der Verein in Sachen nachhaltige Mobilität, Erneuerbare Energien oder Abfallwirtschaft oben mitspielt.

Wir freuen uns, dass im Vergleich zu den 2

fair produzierten Textilien aus dem letzten Jahr nun 13 GOTS-zertifizierte Fantextilien im Online-Shop zu finden sind. Dazu kommen weitere Artikel aus Bio-Baumwolle und Trikots aus recyceltem Polyester. Diese werden gemeinsam in der sogenannten "Greenkeeper-Kollektion" präsentiert, die schön übersichtlich über einen eigenen Reiter im Shop zu finden ist. Laut Angaben aus dem Fragebogen sollen sämtliche Textilien, die neu in das Sortiment aufgenommen werden, mindestens Bio-Baumwolle enthalten. Das ist sehr gut, hier sollte jedoch zukünftig darauf geachtet werden, dass nicht nur das Material nachhaltig ist, sondern auch gerechte Arbeitsbedingungen bei der Herstellung sichergestellt

Wir begrüßen es sehr, dass die Frankfurter nun bei sämtlichen Artikeln im Shop die Herstellungsländer angeben. Für eine noch bessere Bewertung beim Indikator "Transparenz" würden wir uns weitere Informationen zum verantwortlichen Einkauf innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette wünschen. Laut Angaben des Vereins ist zukünftig jedoch geplant, den Lebenszyklus eines Beispielproduktes transparent zu begleiten. Wir sind gespannt darauf.

frank

Insgesamt 13 GOTS-zertifizierte Textilien, darunter verschiedene Oberteile und eine Baby-Box. Dazu kommen zahlreiche weitere Textilien aus Bio-Baumwolle. Der Ball landet klar im Tor!

P8 www.eintracht.de

TRAININGS-FLEIß

- Einführung der "Greenkeeper"-Kollektion und anschauliche Präsentation im Shop
- Herstellungsländer bei jedem Produkt zu finden
- Verdopplung der Punktzahl im Vergleich zum letzten Ranking

TRAININGS-**BEDARF**

- Verlässliche Siegel auch für soziale Standards wichtig
- Das Sortiment mit nachhaltigen Textilien sollte ausgebaut werden



Eintracht Frankfurt hält den Anschluss an die Spitzengruppe und erreicht auch dieses Mal eine starke Platzierung. Mit weiteren nachhaltigen Textilien im Shop und transparenten Angaben zur Lieferkette ist zukünftig auch noch der ein oder andere Platz mehr drin.

Wir sind gespannt auf die Zukunft.







66,60 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80 80 Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

60 Transparenz 60 Nike* 100 Transparenz Wirksamkeit Verhaltenskodex 80

unktemäßig haben die Freiburger auf jeden Fall einen großen Sprung in der Tabelle gemacht. Hut ab! Da ist zwar immer noch Luft nach oben, aber im Vergleich zum vorherigen Jahr ist das schon richtig gut. Was hat sich verändert?

SC Freiburg

...ökologisch und fair geht doch!

Viele, die sich das Ranking im letzten Jahr an-

gesehen haben, haben sich gefragt, warum der

SC Freiburg so weit unten gelandet ist. Sind die

Freiburger doch eigentlich bekannt für ihr aus-

geprägtes soziales und ökologisches Engage-

ment. Wie sieht es dieses Jahr aus? Kann der SC

seinem Ruf nun gerecht werden?

Hatten wir beim letzten Mal noch kritisiert, dass lediglich 2 T-Shirts aus Bio-Baumwolle im Shop zu finden waren, hat der Verein nun eine eigene Nachhaltigkeitskollektion unter dem Namen "Öko-logiSCh" eingeführt. Hier finden sich verschiedene T-Shirts und Pullover Reiter angezeigt wird, kann diese von Interessierten schnell gefunden werden. Neben einer ständigen Erhöhung der Anzahl fairer Produkte könnte der Verein die verwendeten Label zukünftig noch etwas besser beschreiben.

mit GOTS-Zertifikat oder auch Upcycling-Ideen wie Kissen und Beutel aus alten Trikots. Auch beim Trikot vom Ausrüster Nike wurde darauf geachtet, dass dieses zumindest aus recyceltem Material besteht. Da die neue Kollektion direkt auf der Hauptseite über einen eigenen

scfreiburg

gaben zur eigenen Lieferkette mitgeteilt hat. Diese könnten zukünftig auch transparent über die eigene Website vermittelt werden.

Insgesamt berichten die Breisgauer schon sehr detailliert über ihre eigenen Projekte und Aktivitäten im Bereich Soziales und Ökologie. Künftig soll auch noch ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht werden, der weitere Informationen öffentlich präsentiert.

Positiv ist ebenfalls, dass uns der SC An-

Verschiedene Shirts und Pullover mit GOTS-Zertifikat für Kinder und Erwachsene. Dazu auch Shirts aus Bio-Baumwolle, nachhaltige Brotdosen und Upcycling-Textil-

ien. Dieses Mal landet der Ball klar

P9 www.scfreiburg.com

im Tor!"

TRAININGS-

- Schon sehr ambitioniert in der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit
- Einführung einer Nachhaltigkeitskollektion und schöne Präsentation im Shop
- Freiburg gehört zu den Vereinen mit der größten Verbesserung

TRAININGS-**BEDARF**

- Noch etwas mehr Transparenz in der eigenen Lieferkette wichtig
- Soziale Bedingungen in der Lieferkette stärker in den Fokus nehmen

FAZIT _

Der SC Freiburg hat einen deutlichen Sprung nach oben gemacht. Wenn das so weitergeht, dann ist bald auch das internationale Geschäft machbar.

Mit etwas mehr Transparenz und weiteren ökofairen Produkten sind sicherlich

noch einige Punkte drin. Wir sind gespannt.







65,95 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 40

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

40

20

100

Nachrichten

LIEFERKETTE

Transparenz 100

Craft* 20

Wirksamkeit 0

Verhaltenskodex 80

SV Darmstadt 98

...starker Einstand!

Wie die meisten Zweitligisten ist Darmstadt neu bei unserem Ranking dabei. Der Verein kann im vergangenen Jahrzehnt auf eine erfolgreiche Zeit zurückschauen, die in dem Bundesligaaufstieg in der Saison 15/16 gipfelte. Nach dem Bundesligaabstieg in der darauffolgenden Spielzeit hat sich der Verein dauerhaft in der 2. Liga festgesetzt. Können die Darmstädter, die 2007 noch Oberliga spielten, ihre Erfolgsgeschichte auch im Bereich faire Textilien weiter fortsetzen?

uf jeden Fall! Darmstadt ist nach St. Pauli, Hamburg und Bremen einer der besten Zweitligisten. Unter dem Namen "Sportfairein" finden Fans des SV bislang 6 nachhaltig produzierte Fantextilien. Darunter T-Shirts und Hoodies, die mit GOTS und Fairtrade zertifiziert worden sind. Diese werden sehr anschaulich und mit einem dauerhaften Hinweis auf der Hauptsei-

te des Fanshops präsentiert. Es existiert außerdem eine Informationsseite, auf der sich sowohl eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte als auch Angaben zu Produktionsorten und Mindestanforderungen an Lieferanten finden lassen. Das ist super! Besonders bemerkenswert finden wir, dass in der Beschreibung zahlreicher Artikel unter dem Stichwort "Lieferkette" Angaben

über Produktionsland und Hersteller zu finden sind. Wenn nun die Anzahl der Artikel weiter erhöht werden kann, steht dem Weg nach oben nicht mehr viel entgegen.

Verbesserungspotential hat der Verein in der Kategorie "Kommunikation". Im Jahr 2012 hat Darmstadt 98 seine Sozialkampagne "Im Zeichen der Lilie" ins Leben gerufen. Unter diesem Namen wurden seitdem bereits einige Projekte durchgeführt. Dabei haben wir festgestellt, dass Umwelt eher ein Randthema zu sein scheint. Beiträge auf der Website gibt es zum Thema Nachhaltigkeit relativ selten und zudem haben Fans keine Möglichkeit nach diesem Themengebiet zu filtern.

ein Im 60-

Shirts und Hoodies für Männer und Frauen und verschiedene Sachen für Babys sind GOTS-zertifiziert. Viele weitere Artikel sind aus Bio-Baumwolle oder wie das Heimtrikot aus recyceltem Polyester – dieses Mal geht der Ball klar ins Tor.

P10 www.sv98.de

TRAININGS-FLEIß

- Tolle Erklärungsseite zum "Sportfairein" mit vielen transparenten Informationen
- Angaben zur Herkunft der Produkte in der detaillierten Artikelbeschreibung
- Super Präsentation der Textilien im Shop

TRAININGS-BEDARF

- Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie kann noch besser kommuniziert werden
- Regelmäßigere Newsbeiträge wünschenswert

FAZIT _

Darmstadt 98 erfüllt bereits viele unserer Anforderungen im Bereich der fairen Textilien. Mit weiteren Artikeln, die unter Beachtung sozialer und ökologischer Standards produziert werden, sowie mehr Informationen zur ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie kann für die Darmstädter künftig

auch das internationale Geschäft drin sein.







65,60 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100 Nachhaltigkeit 80 Nachrichten 80

LIEFERKETTE

80 Transparenz Uhlsport* 0 Transparenz Wirksamkeit 0 20 Verhaltenskodex

nd wie! Die Geißböcke holen mehr als dreimal so viele Punkte wie im letzten Jahr und landen damit im oberen Drittel unseres Rankings. Die Seite zur Nachhaltigkeit wurde komplett überarbeitet und um zahlreiche interessante Informationen erweitert. Neben der Beschreibung, welchen Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen sich der Verein in den nächsten Jahren verstärkt widmen möchte, findet sich auch ein Link zum Verhaltenskodex für Zuliefererbetriebe. Als erster Bundesligaverein sind die Kölner sogar nach dem "ZNU Standard Nachhaltiger Wirt-

schaften" zertifiziert und seit 2021 offi-

ziell klimaneutral.

Gab es im letzten Jahr lediglich Fairtrade-Schokobälle und verschiedene Shirts aus Bio-Baumwolle, sind nun knapp 10 Textilien mit GOTS-Zertifikat zusätzlich ins Sortiment gekommen. Dazu kommen über 20 Fantextilien mit Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau, für die es aufgrund der großen Anzahl ebenfalls Punkte gibt. Diese Kleidungsstücke und weitere nachhaltige Produkte sind Teil der neuen Kollektion "Grüner Hennes", die optisch ansprechend über ein eigenes Symbol gut zu finden ist.

könnten die Textilien jedoch auch noch mit einem verlässlichen Siegel für so-

1. FC Köln

...Geißböcke mit großem Sprung!

Im letzten Ranking landeten die Kölner mit 18,75 Punkten auf einem Platz im unteren Mittelfeld. Das Thema Nachhaltigkeit war noch nicht wirklich im Fanshop angekommen. Was hat sich seitdem getan? Kann der 1. FC ein paar Plätze nach oben gutmachen?

Das ist ein großer Fortschritt! Zukünftig

ziale Standards versehen werden, da das GOTS-Siegel vorrangig hohe ökologische Kriterien entlang der Lieferkette vorgibt. Das gilt auch für die Kleidungsstücke aus Bio-Baumwolle.

Die einzige Bewertung im roten Bereich gibt es für den Ausrichter Uhlsport. Hier gilt weiterhin, dass dieser noch transparenter über das eigene Engagement im Bereich Nachhaltigkeit berichten muss. Ab der kommenden Saison gibt es mit Hummel jedoch ohnehin einen neuen Ausrüster für den Verein.

Shirts und Hoodies für Männer und Frauen und verschiedene Sachen für Babys sind GOTS-zertifiziert. Viele weitere Artikel sind aus Bio-Baumwolle oder wie das Heim-

trikot aus recyceltem Polyester -

dieses Mal geht der Ball klar ins Tor.

P11 www.fc.de

TRAININGS-FLEIß

- Kollektion "Grüner Hennes" mit GOTS-zertifizierten Textilien, recyceltes Polyester und Bio-Baumwolle
- Neue Seite zur Nachhaltigkeit detailliert und anschaulich
- Öffentlicher Verhaltenskodex und Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte in den Lieferketten

TRAININGS-BEDARF

- Ausrüster Uhlsport muss engagierter und transparenter in seinen Nachhaltigkeitsbestrebungen werden
- Zusätzlich zum GOTS-Label könnte noch ein Zertifikat für hohe soziale Standards verwendet werden

FAZIT _

Der 1. FC Köln hat sich klar verbessert und punktemäßig einen riesigen Sprung gemacht. Noch ist Luft nach oben, aber sind die Geißböcke bei dem Tempo nächstes

Jahr ein Kandidat für Herausforderungen in Europa?







63,40 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 80 Übersichtlichkeit 60

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100
Nachhaltigkeit 80
Nachrichten 80

LIEFERKETTE

Transparenz 40

Nike* 60

Transparenz 100

Wirksamkeit 0 wordister des zich num den Verenister des Verens v



...Starker Einstieg ins Ranking!

Wurde der Verein bis zu Beginn der 90er Jahre oft noch mit dem Titel "die Unabsteigbaren" bezeichnet, folgte daraufhin ein ständiges Auf und Ab zwischen 1. und 2. Liga. Seit dem Jahr 2010 fand sich der VfL sogar konstant in der 2. Bundesliga wieder und musste auf den nächsten Aufstieg bis zu dieser Saison warten. Nun geht der Verein voller Tatendrang in die kommende Spielzeit und hofft auf den sportlichen Klassenerhalt. Und wie sieht das Ganze in unserem Ranking aus?

ei seiner ersten Teilnahme am Ranking weiß der VfL Bochum direkt zu überzeugen. Mit einer insgesamt sehr starken Leistung hat der Verein mit der unteren Hälfte der Tabelle nichts zu tun und zeigt, dass er in Sachen Nachhaltigkeit im Fanshop mit der starken Konkurrenz von oben definitiv mithalten kann. Wir konnten fast 20 Textilien finden, die verlässliche Siegel für eine

soziale und ökologische Produktion aufweisen. Dabei freut uns besonders, dass diese Artikel sogar in Fabriken hergestellt worden sind, die von der Fear Wear Foundation geprüft sind. Der Fair Wear Standard gilt als einer der Vorreiter hinsichtlich der Erfüllung sozialer Kriterien entlang der gesamten Lieferkette. Zukünftig könnte auf die nachhaltigen Produkte noch etwas besser hingewiesen werden, zum Beispiel durch Symbole oder Hinweise auf der Hauptseite des Shops.

Der VfL kommuniziert seine Nachhaltigkeitsstrategie sehr transparent und berücksichtigt dabei alle drei Dimensionen (Ökologie, Soziales, Ökonomie). Zur vollen Punktzahl fehlt bei diesem Kriterium lediglich ein Nachhaltigkeitsbericht. Genauso wie der Verhaltenskodex für Lieferanten befindet sich dieser allerdings gerade in der Planung und soll in den nächsten Monaten erscheinen. Wir sind gespannt.

Zur vollen Punktzahl in Sachen Transparenz wären noch weitere Informationen zu Lieferanten und Produktionsstandorten nötig. Dennoch können wir den Bochumern schon jetzt eine sehr starke Leistung bezeugen. Ein toller Einstieg ins Ranking!

Aktuell befinden sich 19 nachhaltig produzierte Fantextilien im Shop, darunter verschiedene Shirts und Pullover für Männer und Frauen sowie ein Sportbeutel.

P12 www.vfl-bochum.de

TRAININGS-FLEIß

- Das Thema Nachhaltigkeit wird umfassend betrachtet
- Schon zahlreiche ökofaire Textilien aus Fabriken mit Fair Wear Standard
- Bochum gehört zu den drei besten Neueinsteigern ins Ranking

TRAININGS-BEDARF

- Noch mehr Transparenz in der Lieferkette wichtig
- Die nachhaltigen Artikel im Online-Shop könnten besser präsentiert werden

FAZIT _

Der VfL ist stark ins Ranking gestartet, die Vereine auf den oberen Plätzen sind in Reichweite. Mit weiteren fair und ökologisch produzierten Artikeln und mehr Transparenz sind noch einige weitere Punkte drin. Vielleicht reicht es bald zum internationalen Geschäft? Neben Hamburg und Darmstadt gehört Bochum schon jetzt zu den besten Neueinsteigern. Wir sind gespannt,

was zuk ü n f t i g noch vom VfL zu erwarten ist.







58,30 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 80

80

40

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 60

Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

Transparenz 40
Umbro* 20
Transparenz 0

Verhaltenskodex 60

...erfolgreicher als in der Vorsaison?

FC Schalke 04

Sportlich lief es bei den Schalkern in der letzten Saison überhaupt nicht. Mit großem Abstand zum rettenden Ufer landeten die Knappen auf dem letzten Platz und mussten die Reise in die 2. Liga antreten. Sieht es in unserem Ranking besser aus? Oder befinden sich die Schalker auch hier im Abstiegskampf?

er FC Schalke hat bei uns keine Abstiegssorgen und landet mit 58,3 Punkten im oberen Mittelfeld der Tabelle. Maßgeblich für die deutlich höhere Punktzahl verantwortlich sind die Verbesserungen in der Kategorie "Online-Shop": Anders als bei der letzten Analyse sind nun sogar 28 GOTS-zertifizierte Textilien zu finden. Darunter befinden sich verschiedene Kleidungsstücke für Babys, Oberteile für Erwachsene und sogar auch nachhaltig produzierte Hosen. Dazu kommen zahlreiche weitere Artikel, die entweder Bio-Baumwolle enthalten oder mit dem La-

bel der Better-Cotton-Initiative versehen sind

Produkte aus der "Green-Blue"-Kollektion werden gut sichtbar mit einem eigenen Symbol präsentiert. Außerdem gibt es eine ausführliche Beschreibung der verwendeten Labels in der detaillierten Artikelbeschreibung, die passend zum Ruhrgebiet mit dem Slogan "Damitte Bescheid weißt" versehen ist.

Obwohl sich der Klub in Sachen Transparenz schon verbessert hat, ist hier weiterhin noch etwas Luft nach oben. Der eben erwähnte Slogan könnte beispielsweise auch dazu benutzt werden, um Angaben zum Produktionsort des Artikels zu machen. Außerdem könnte eine Hintergrundseite mit Informationen zur "Green Blue"-Kollektion eingeführt werden, auf der sich SO4 zur Erfüllung der Menschenrechte und Umweltstandards verpflichtet und Mindestanforderungen an Lieferanten öffentlich sichtbar vorstellt. Diese sollte der Verein auch seinem Ausrüster Umbro verdeutlichen, der in unserem Ranking bisher eher schlecht abschneidet.

In der "Green Blue"-Kollektion sind 28 GOTS-zertifizierte Textilien zu finden, darunter viele Babyartikel, Oberteile für Kinder und Erwachsene sowie verschiedene Hosen. Dazu kommen etwa 25 Textilien (Oberteile, Hosen, Schlafanzug) aus Bio-Baumwolle oder mit BCI-Siegel. Dieses Mal treffen die Schalker das Tor!

P13 www.schalke04.de

TRAININGS-FLEIß

- Nachhaltigkeitskollektion wurde erweitert
- GOTS-Label berücksichtigt die gesamte Wertschöpfungskette

TRAININGS-BEDARF

- Soziale Standards bei der Fertigung könnten noch stärker fokussiert werden
- Weitere transparente Angaben zur eigenen Lieferkette wichtig

FAZIT __

Der Klub hält die Liga und landet vor dem BVB – das dürfte die Schalker sicherlich freuen. Mit weiteren nachhaltigen Textilien im Shop und transparenten Angaben zur eigenen Lieferkette ist nach oben auch noch mehr drin.

Der Verein kann sein eigenes Nachhaltigkeitsengagement noch etwas besser kommunizieren - ganz nach dem Motto "Damitte Bescheid weißt".





Wirksamkeit



57,55 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

20

100

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

40 Transparenz

Adidas*

100 Transparenz

Wirksamkeit

0

Verhaltenskodex

60

Kategorien.

Platz im oberen Tabellendrittel ergattern. In unserer Studie erzielte der Verein zuletzt knapp 27 Punkte. Schafft Düsseldorf dieses Mal mehr? nd wie! Die Fortuna hat sich im Vergleich zum letzten Jahr stark verbessert. Mit mehr als doppelt so vielen Punkten konnte

mehr nachhaltige Textilien im Sortiment

hat als zum Zeitpunkt der letzten Unter-

suchung. Waren es beim letzten Mal

lediglich 6 Artikel, konnten wir in dieser

Saison 22 Artikel zählen. Dazu kommen

Fortuna Düsseldorf

Fortuna Düsseldorf ist kein neues Gesicht in un-

serem Ranking. Nach dem Bundesligaabstieg in

der Saison 19/20 erholte sich die Fortuna schnell

und konnte in der letzten Zweitligasaison einen

...Verdopplung der Punktzahl!

sich der Verein dieses Mal einen soliden Platz im Oberhaus sichern. Die Verbesserungen ziehen sich dabei durch alle drei eine Kombination aus verlässlichen Labels für soziale und ökologische Stan-In der Kategorie "Online-Shop" konnten dards, wie es bereits bei den 22 anderen wir feststellen, dass die Fortuna deutlich Artikeln der Fall ist.

> Auch in der Kategorie "Kommunikation" konnten mehr Punkte eingefahren werden, weil die Nachhaltigkeitsseite des Vereins überarbeitet wurde und nun

ca. 16 Artikel, deren Baumwolle aus biologischem Anbau stammt. Leider wird bei diesen Artikeln nicht die gesamte Lieferkette betrachtet. Zukünftig könnte man auch hier Siegel verwenden, die sämtliche Stufen der Wertschöpfungskette abdecken. Hierzu empfiehlt sich

> man im letzten Jahr keine Punkte holen. Durch den Ausrüsterwechsel von Uhlsport zu Adidas konnten auch in dieser Kategorie ordentlich nachgelegt werden. Zukünftig könnten jedoch noch transparentere Informationen über Hauptproduktionsstandorte oder Verfahren zur Überprüfung von Lieferanten zur Verfü-

sowohl die Strategie als auch die durch-

geführten Projekte übersichtlich darge-

stellt sind. Zudem werden alle Dimensio-

nen der Nachhaltigkeit in ausreichender

In der Kategorie "Lieferkette" konnte

Form thematisiert.

gung gestellt werden.

Insgesamt 22 fair produzierte Fantextilien, darunter T-Shirt und Hoodies für Herren und Frauen, sowie 16 Textilien aus Bio-Baumwolle

P14 www.f95.de

- Schuss verwandelt!

TRAININGS-**FLFIR**

- hat die Anzahl der fair produzierten Artikel deutlich erhöht
- mehr als doppelt so viele Punkte wie im Vorjahr
- Ganzheitliche Darstellung der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie

TRAININGS-**BEDARF**

- in dem Kriterium "Übersichtlichkeit" noch großes Verbesserungspotential
- Weitere transparente Informationen zur eigenen Lieferkette notwendig

FAZIT

Fortuna Düsseldorf hat seit der letzten Untersuchung große Schritte nach vorne gemacht. Die Verdoppelung der Punkte aus dem letzten Jahr kann sich sehen lassen. Wer weiß wohin die Reise geht, wenn der Verein so weitermacht?!

Mit einer besseren Präsentation der Artikel im Online-Shop und zusätzlichen Informationen zur Herkunft der Produkte ist zukünftig noch mehr drin.







56,20 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 60
Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80
Nachhaltigkeit 80
Nachrichten 80

LIEFERKETTE

Transparenz 40 Joma* 20 Verhaltenskodex 40 vereiss

TSG Hoffenheim

超出經濟。以北部新城鄉

...tritt auf der Stelle!

Mit 53,35 Punkten und einem starken 6. Platz war die Spitzengruppe für die TSG Hoffenheim beim letzten Mal in Reichweite. Dabei macht der Verein durch sein Afrika-Projekt auf sich aufmerksam, das mit der unternehmenseigenen Textilmarke Umoja den Anspruch hat, faire Arbeitsbedingungen mit geringen ökologischen Auswirkungen in der gesamten Wertschöpfungskette vom Baumwollanbau bis hin zum fertigen Produkt zu gewährleisten. Führt das Projekt auch beim diesjährigen Ranking zu einer Topplatzierung?

offenheim hat begonnen, auch abseits der Umoja-Kollektion nachhaltige Textilien in das Sortiment einzuführen. Zusätzlich zu den 9 Oberteilen für Erwachsene und Kinder aus dem Afrika-Projekt können nun drei Artikel gefunden werden, die nach GOTS- und Fair Wear Standard her-

gestellt worden sind. Diesen Schritt begrüßen wir sehr, da hier darauf geachtet wurde, dass die Siegel sowohl ökologische als auch soziale Kriterien während des gesamten Produktionsprozesses erfüllen. Auch die Erläuterung der verwendeten Labels in der detaillierten Artikelbeschreibung ist gelungen, zur vollen Punktzahl fehlen jedoch noch Symbole, die die nachhaltigen Fantextilien auch von außen gut kennzeichnen.

Die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen ist weiterhin sehr ausführlich und regelmäßig und verdeutlicht, dass es sich hierbei um ein Kernziel des Vereins handelt, das mit sämtlichen Unternehmensaktivitäten in Einklang stehen soll. Im Bereich Transparenz wären jedoch mehr Punkte möglich. Hier könnten die Hoffenheimer beginnen, die Produktionsorte des regulären Sortiments anzugeben und auch eine Grundsatzerklärung zur Achtung von Menschenrechten und Umweltstandards veröffentlichen. Laut eigenen Angaben ist eine Seite zur Nachhaltigkeit geplant, die diese Anregungen aufgreifen könnte.

Dass Hoffenheim weiter von der Spitzengruppe entfernt ist als beim letzten Mal, liegt daran, dass starke Konkurrenten aus der 2. Liga dazugekommen sind und auch die anderen Vereine oben nicht untätig gewesen sind. FLEIß

TRAININGS-

- Nachhaltig produzierte
 Fantextilien nun auch im
 Kernsortiment des Vereins
- Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie "TSG ist Bewegung" und spannendes Projekt "Umoja"

TRAININGS-BEDARF

- Anzahl der nachhaltig produzierten Textilien muss noch ausgebaut werden
- Noch mehr Transparenz in der eigenen Lieferkette wichtig



Insgesamt 9 Textilien sind in der Umoja-Kollektion zu finden, darunter Pullover und T-Shirts für Frauen, Männer und Kinder. Dazu kommen 3 faire Shirts für Männer im Kernsortiment. Der Ball geht rein!

P15 www.tsg-hoffenheim.de

FAZIT

Die TSG Hoffenheim verfolgt den in den letzten Jahren eingeschlagenen Weg konsequent, manche Änderungen brauchen aber hier noch Zeit. Mit weiteren nachhaltigen Artikeln im Sortiment und noch transparenteren Angaben zur eigenen Lieferkette ist das internationale Geschäft zukünftig aber wieder in Reichweite.





Zweitligist

TRAININGS-**FLEIß**

- 🕂 Unter dem Motto "Nürnberg gewinnt" wird soziales Engagement gebündelt
- Tolle Präsentation des Engagements im Bereich Nachhaltigkeit

TRAININGS-**BEDARF**

- Bisher nur Bio-Baumwolle und Trikots aus Recyclingmaterial im Shop
- Transparente Daten zur eigenen Wertschöpfungskette nötig
- Auch soziale Standards müssen berücksichtigt werden



fen. Auf einer Unterseite der Website thematisiert Nürnberg die Verantwortungsübernahme gegenüber Mitarbeiter*innen und Umwelt. Unter dem Titel "Nürnberg gewinnt" wird zudem die soziale Dimension der Nachhaltigkeit angesprochen.

Abgerundet wird das Ganze durch einen

FAZIT _

Der 1. FC Nürnberg hat zwar noch keine fair produzierten Textilien im Sortiment, dafür aber einen ersten Schritt gemacht und Artikel aus Bio-Baumwolle und recyceltem Material eingeführt. Wenn der Verein oben angreifen möchte, muss zukünftig noch ein bisschen mehr passieren. Der erste Schritt ist aber gemacht.



1. FC Nürnberg

..."Nürnberg gewinnt"?

Sportlich schloss der 1. FC Nürnberg die letzte Zweitligasaison in Mittelfeld der Tabelle ab. Als Neuling in unserem Ranking hat der Club nun die Chance, nach den Sternen zu greifen und die Vereine oben zu ärgern. Kann sich Nürnberg trotz starker Konkurrenz durchsetzen und damit im oberen Tabellendrittel festsetzen oder befindet sich der Verein im Abstiegskampf?

er 1. FC Nürnberg hat mit dem unteren Tabellendrittel nichts zu tun und landet mit 48,55 Punkten sogar vor mehr als der Hälfte der Vereine. Doch hier kommt der Verein an seine Grenzen und muss andere vorbeiziehen lassen. Textilien, die unseren Kriterien von ökologischer und sozial gerechter Produktion entsprechen, finden sich keine. Wir wollen allerdings honorieren, dass knapp 15 Shirts und Oberteile aus Bio-Baumwolle im Online-Shop angeboten werden. Auch die Trikots der Nürnberger werden aus recyceltem Material hergestellt. Dafür gibt es 20 Punkte. Dennoch wird bei diesen Artikeln leider nicht die gesamte Lieferkette betrachtet. Zukünftig sollte darauf geachtet werden, dass Siegel verwendet werden, die sämtliche Stufen der Wertschöpfungskette abdecken. Hierzu empfiehlt sich eine Kombination aus verlässlichen Labels für soziale und ökologische Standards.

Viele Punkte konnte der Verein dagegen in der Kategorie "Kommunikation" erkämp-

60 Adidas* 100 Transparenz Wirksamkeit 0 Verhaltenskodex

60

100

100

80

40

Nachhaltigkeitsbericht, der diese Aktivitäten nochmal übersichtlich zusammenfasst. Hierfür gibt es die volle Punktzahl.

P16 www.fcn.de

Aktuell finden sich lediglich

verschiedene T-Shirts und Pullover

aus Bio-Baumwolle. Das reicht erst-

mals nur für einen Lattentreffer.

16. PLATZ

48,55

PUNKTE

ONLINE-SHOP

KOMMUNIKATION

LIEFERKETTE

Anzahl

Übersichtlichkeit

Erreichbarkeit

Nachhaltigkeit

Nachrichten

Transparenz



46,05 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 60

Übersichtlichkeit 80

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80
Nachhaltigkeit 80

Nachrichten 100

LIEFERKETTE

Transparenz 0

Kappa* 20

Transparenz 0

Wirksamkeit 0

Verhaltenskodex 80

FSV Mainz 05

MEWA ARENA

...Mission Klimaverteidigung!

38,25 Punkte erhielten die Mainzer im letzten Ranking. Damit konnten sie sich hinter der Spitzengruppe auf Rang 7 niederlassen. Kann der Anschluss an die Spitzengruppe auch in diesem Jahr gehalten werden oder ziehen starke Konkurrenten vorbei?

ie Mainzer konnten ihre Punktzahl zwar erhöhen, sie schaffen es dieses Mal jedoch nicht bis ins obere Drittel der Tabelle. Woran liegt das? Ein Grund ist, dass aus der zweiten Spielklasse einige Vereine dazugekommen sind, die schon viel in einen fairen Fanshop investiert haben – die Konkurrenz ist also deutlich stärker.

Im Bereich Kommunikation sind die Mainzer schon sehr stark. Hier würde lediglich ein Nachhaltigkeitsbericht fehlen, der weitere transparentere Informationen zum eigenen Engagement zur Verfügung stellt. Auch die Anzahl der fairen Fantextilien im Online-Shop konnte gesteigert werden. Für eine Bewertung im grünen Bereich fehlen hier jedoch noch ein paar Artikel. Positiv ist, dass die Nachhaltigkeitskollektion direkt über den eigenen Reiter "Klimaverteidiger" auf der Hauptseite gefunden werden kann und die verwendeten Labels in der detaillierten Artikelbeschreibung sehr anschaulich erklärt werden.

Großes Problem der Mainzer ist die aktuell noch fehlende Transparenz. Es können beispielsweise weder Hauptproduktionsstandorte noch Angaben zur Auswahl und Überprüfung der Lieferanten gefunden werden. Laut Angaben aus dem Fragebogen arbeitet der Verein allerdings gerade intensiv daran. Wir sind deshalb optimistisch, dass hier in naher Zukunft deutliche Verbesserungen erreicht werden können und die Punktzahl dann auch noch klar gesteigert werden kann.

GOTS- Lizenznummer CU- 830374

MAINZ MAINZ MAINZ MAINZ

Insgesamt 13 fair produzierte Fantextilien, darunter T-Shirts und Pullis für Erwachsene und Kinder sowie eine Baumwolltasche.

P17 <u>www.mainz05.de</u>

TRAININGS-FLEIß

- Anschauliche Präsentation der Kollektion im Online-Shop
- Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie

TRAININGS-BEDARF

- Mehr Informationen über die eigene Lieferkette notwendig
- Nachhaltigkeitskollektion sollte ausgebaut werden

FAZIT _

Mainz konnte seine Punktzahl noch weiter verbessern, musste jedoch starke Konkurrenten an sich vorbeiziehen lassen. Mit den geplanten transparenteren Angaben zur eigenen Lieferkette könnte der Verein aber schnell wieder einige Punkte nach oben klettern. Wir sind gespannt!

Wenn die Mainzer die Anzahl der nachhaltigen Produkte im Sortiment zusätzlich erhöhen, dann ist das obere Tabellendrittel wieder nah.







LEVERKUSEN

Q PLATZ

44,95 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 40

Übersichtlichkeit 40

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80
Nachhaltigkeit 80

Nachrichten

Transparenz 40

Jako* 40

Transparenz 60

Wirksamkeit 0

80

Bayer 04 Leverkusen

...auf dem richtigen Weg!

Die 5 Artikel aus Bio-Baumwolle haben beim letzten Mal nicht für Punkte gereicht. Der Verein belegte in unserer vorherigen Analyse daher lediglich Platz 18. Schafft der Verein in diesem Jahr die Trendwende und kann sich in der Tabelle nach oben arbeiten oder geht es aufgrund der starken Konkurrenz sogar noch weiter nach unten?

ür die Werkself aus Leverkusen sieht es in diesem Jahr punktemäßig schon deutlich besser aus. Wir konnten im Rahmen unserer Recherche vier Artikel finden, die mit dem GOTS und dem Fair Wear Label versehen sind. Es freut uns, dass auf diese Weise sowohl ökologische als auch soziale Kriterien bei der Produktion der Textilien berücksichtigt worden sind. Außerdem sind sämtliche Trikots aus recyceltem Polyester hergestellt worden. Nachhaltiges Material alleine führt jedoch nicht automatisch zu einem insgesamt nachhaltigen Produkt. Dennoch geben wir

aufgrund des hohen Anteils der Trikotverkäufe am Gesamtabsatz 20 Sonderpunkte. Die Präsentation der Artikel im Shop ist ebenfalls ein wenig verbessert worden, hier gibt es zukünftig allerdings noch ein bisschen was zu tun. Der Verein hat uns aber bereits mitgeteilt, dass an einer besseren Kennzeichnung der Artikel gearbeitet wird, sodass diese zukünftig leichter zu finden sind.

Auch in den Kategorien "Kommunikation" und "Transparenz" scheint sich Leverkusen bewusst zu sein, dass bei der Darstellung von Nachhaltigkeitsthe-

men noch nicht das volle Potential ausgeschöpft wurde. Nach dem Bericht zur nachhaltigen Entwicklung aus dem Jahr 2018 und der Zertifizierung durch SustainClub soll daher in 2022 auch ein Fortschrittsbericht öffentlich verfügbar gemacht werden. Wir würden es an dieser Stelle begrüßen, wenn im Zuge dessen auch eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards entlang der Lieferkette und die Hauptproduktionsstandorte der Artikel im Sortiment veröffentlicht werden würden.

Aufgrund der starken Konkurrenz reicht es für die Leverkusener trotz der deutlich verbesserten Leistung erstmal nur für einen Platz im Mittelfeld der Tabelle. Wir sind aber sehr optimistisch, dass der Verein auch zukünftig weitere Punkte sammeln wird, wenn er den begonnenen Weg fortsetzt.

TRAININGS-FLEIß

- Teilnahme an der Sustain-Club-Zertifizierung
- Erste nachhaltig produzierte Textilien im Sortiment

TRAININGS-BEDARF

- Darstellung der Artikel im Online-Shop verbesserungswürdig
- Mehr Informationen zur Herkunft der Produkte wichtig



Bayer Leverkusen konnte seine Punktzahl im Vergleich zur letzten Bewertung mehr als verdoppeln. Das ist ein toller Schritt in die richtige Richtung! Weitere nachhaltige Textilien sollten folgen, die übersichtlich im Shop gekennzeichnet werden könnten.

Dann kann der Klub das Mittelfeld der Tabelle verlassen und wie im sportlichen Bereich auch die internationalen Plätze angreifen. Die Werkself ist bereit.



Aktuell befinden sich 4
Shirts mit GOTS- und Fair Wear – Label im Shop. Dazu kommen ein paar
Textilien aus Bio-Baumwolle und Trikots aus recyceltem Polyester. Dieses Mal landet der Ball im Tor.

P18 www.bayer04.de





36,45 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 80
Übersichtlichkeit 0

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 60

Nachhaltigkeit 40

Nachrichten 60

LIEFERKETTE

Transparenz

Adidas*

Transparenz

University of the property of the property

Bayern München

...was macht der Rekordmeister?

Im letzten Jahr landeten die Münchener mit knapp 27 Punkten im Niemandsland der Tabelle. Lediglich Corona-Schutzmasken mit GOTS-Siegel konnten im Shop gefunden werden, das ist für einen Verein mit Titelanspruch viel zu wenig. Wie sieht die Situation dieses Jahr aus? Hat der FCB nun mehr nachhaltige Textilien im Angebot oder wird weiterhin vernachlässigt, unter welchen Bedingungen die Produkte aus dem eigenen Shop produziert worden sind?

uch in diesem Jahr landen die Münchener nur im Mittelfeld der Tabelle und haben mit dem Titelkampf nichts zu tun. Positiv ist, dass sich nun etwa 25 Textilien im Sortiment finden, die alle mit dem GOTS-Siegel zertifiziert worden sind. Neben den Schutzmasken wurden zahlreiche T-Shirts und Pullover aufgenommen, die laut eigenen Angaben fair hergestellt

worden sind. Das ist eine deutliche Steigerung im Vergleich zum letzten Jahr! Leider können diese Artikel weder über die Suchleiste gefunden werden (Stichworte "fair", "bio", "GOTS") noch wird über Symbole oder einen Hinweis auf der Hauptseite des Shops darauf aufmerksam gemacht. An einer besseren Präsentation der nachhaltigen Fantextilien im Online-Shop sollte in nächster Zeit

dringend gearbeitet werden. Außerdem wäre es wünschenswert, wenn auch die sozialen Bedingungen in der Lieferkette über ein weiteres verlässliches Siegel wie Fairtrade oder den Fair Wear Standard stärkere Berücksichtigung finden würden.

Weiterhin sollte zukünftig mehr Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit angestrebt werden. So sollten mehr Informationen über das soziale Engagement hinaus zur ökologischen und ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit veröffentlicht werden. Auch weitere Angaben zur Herkunft der Produkte (Lieferanten, Auswahlkriterien, Produktionsstandorte) wären ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu mehr Fairness in der eigenen Lieferkette.

25 Textilien sind GOTS-zertifiziert. Dabei handelt es sich insbesondere um T-Shirts und Pullover für Erwachsene. Der Ball ist im Tor, das Spiel jedoch noch nicht gewonnen.

P19 www.fcbayern.com

TRAININGS-FLEIß

Zahlreiche GOTS-zertifizierte Oberteile wurden ins Sortiment aufgenommen

TRAININGS-BEDARF

- Mehr Transparenz in der Lieferkette nötig
- Nachhaltige Artikel
 müssen deutlich besser
 präsentiert werden
- Nachhaltigkeitsstrategie muss besser kommuniziert werden

FAZIT _

Der FC Bayern hat nun deutlich mehr nachhaltig produzierte Textilien im Shop und beginnt endlich, seiner Verantwortung stärker gerecht zu werden. Dennoch gibt es insbesondere in Sachen Transparenz und Übersichtlichkeit noch viel zu tun. Der Anfang ist zwar gemacht, viele andere Vereine sind aber schon deutlich weiter. Für den FCB reicht es nicht für Platz einen oben.





36,00 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

60 Anzahl

Übersichtlichkeit 40

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100 80

Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

0 Transparenz Macron* 0 Transparenz Wirksamkeit 0

0

er KSC konnte sich gegen etwas weniger als die Hälfte der Konkurrenz durchsetzen und landet damit im unteren Mittelfeld des Rankings. Dieses verhältnismäßig erfolgreiche Abschneiden verdankt der KSC vor allem der guten Bewertung in der Kategorie "Kommunikation". Zum einen berichtet der Verein in regelmäßigen Abständen über das Thema Nachhaltigkeit, zum anderen können Fans unter dem Reiter "KSC tut gut" alle relevanten Informationen über soziale und ökologische Projekte erfahren. Nun fehlt nur noch ein Nachhaltigkeitsbericht, um auch hier die volle Punkt-

zahl zu erreichen. Der Karlsruher SC bietet

in seinem Online-Shop zurzeit 8 Artikel an,

Karlsruher SC

Auch der Karlsruher SC ist neu bei unserem Ranking

dabei. Das letzte Bundesligajahr des Sportclubs ist

schon eine Weile her. Zuletzt spielte der Verein in

der Saison 08/09 im Fußballoberhaus. Geht es für

den Verein nach oben oder finden sich die Karlsru-

her in der unteren Tabellenhälfte wieder?

...KSC tut gut?

die von uns als fair und nachhaltig eingestuft wurden. Leider sind die Artikel nur schwer zu identifizieren, weil sie lediglich durch einen Link gekennzeichnet sind, der zur Nachhaltigkeitsseite des Herstellers verweist. Dort sind wichtige Informationen über die Lieferkette und die Produktion hinterlegt. Diese Option ist ein erster wichtiger Schritt, reicht jedoch in unseren Augen nicht aus, um den Fan angemessen zu informieren. Die Informationen könnten in Zukunft deutlich sichtbarer im eigenen Online-Shop hinterlegt werden.

Interessant sein könnten für Fans hier zum Beispiel ein paar Angaben zu der Ökomarke Stanley & Stella, die die nachhaltig pro-

duzierten Textilien für den KSC hergestellt hat. Das Unternehmen verwendet ausschließlich nachhaltige Materialien und setzt dabei auf verschiedene Zertifikate. Außerdem ist Stanley & Stella Mitglied bei der Fair Wear Foundation, die hohe soziale Standards entlang der gesamten Lieferkette fordert.

Wir begrüßen die Zusammenarbeit mit der Marke sehr und hoffen, dass in Zukunft weitere nachhaltige Textilien daraus folgen. Wenn diese besser präsentiert werden und der KSC sein Nachhaltigkeitsengagement innerhalb der eigenen Lieferkette transparenter kommuniziert, sind noch viele Punkte drin.

Im Online-Shop befinden sich 8 verlässlich zertifizierte Shirts und Pullover der Ökomarke Stanley und Stella. Zusätzlich sind die Trikots aus recyceltem Polyester. Der Ball ist nicht zu halten!

P20 www.ksc.de

TRAININGS-**FLFIR**

- Zusammenarbeit mit der Marke Stanley und Stella
- Ganzheitliches Nachhaltigkeitsengagement

TRAININGS-**BEDARF**

- Sortiment an nachhaltigen Fantextilien sollte ausgebaut werden
- Bessere Präsentation der nachhaltigen Textilien und mehr Informationen zur Lieferkette notwendig
- Von Ausrüster Saller muss in Sachen Nachhaltigkeit mehr erwartet werden

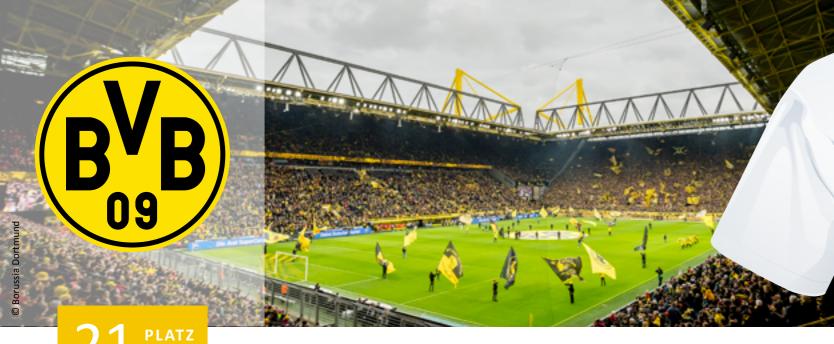
FAZIT _

Der Karlsruher SC ist gut ins Ranking gestartet, die 1. Liga ist zum Greifen nahe. Mit weiteren fair und ökologisch produzierten Artikeln und mehr Transparenz sind noch einige weitere Punkte drin. Vielleicht kann der KSC beim nächsten Mal einige Plätze klettern und einige der hoch-

karätigen Konkurrenten ärgern. Wir sind gespannt.







36,00 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 80 100

Nachhaltigkeit

Nachrichten 100

LIEFERKETTE

60 Transparenz 40 Puma* Transparenz Wirksamkeit 0

80

Bor. Dortmund

... Neuausrichtung geplant!

Im letzten Ranking landete der BVB mit 23,75 Punkten im Mittelfeld der Tabelle. Wie kommen die Dortmunder nun mit der weiteren Konkurrenz aus der 2. Bundesliga klar? Können Sie dieses Jahr in den Titelkampf eingreifen? Oder ziehen andere Vereine vorbei?

ie Dortmunder landen im unteren Mittelfeld der Tabelle und müssen sich einigen Klubs geschlagen geben. Trotz der wirklich sehr ausführlichen und ganzheitlichen Kommunikation des allgemeinen Themenfeldes Nachhaltigkeit sind andere Vereine mit einem höheren Anteil fairer Textilien im eigenen Online-Shop am BVB vorbeigezogen. Laut Angaben aus dem Fragebogen sind sämtliche Kinderund Heimtextilien sowie alle Schals mit dem Ökotex Standard 100 zertifiziert. Es ist zwar gut, dass damit gewährleistet wird, dass die Produkte schadstofffrei bei den Fans ankommen, leider werden jedoch die Arbeits- und Umweltbedingungen innerhalb der Lieferkette bei diesem Siegel nicht betrachtet. Die 5 Produkte aus der Upcycling-Kollektion reichen aktuell nicht aus, um an dieser Stelle Punkte zu vergeben.

Wir freuen uns jedoch, dass uns der Verein im persönlichen Gespräch glaubhaft mitgeteilt hat, dass das Sortiment innerhalb der nächsten zwei Jahre aus Nachhaltigkeitssicht überprüft und entsprechend umgestellt werden soll. Ziel des Ansatzes ist dann auch, einen gehobenen Standard einzuführen, der soziale und ökologische Kriterien bei der

Herstellung der Produkte umfassend berücksichtigen soll. Der Verein hat sich bewusst dafür entschieden, jetzt nicht einzelne nachhaltige Produkte als Flagschiffe in den Vordergrund zu stellen, sondern das Thema ganzheitlich und interdisziplinär anzugehen. Aus diesem Grund bleibt die Bewertung des Online-Shops in diesem Jahr im roten Bereich, wir sind jedoch überzeugt davon, dass das in naher Zukunft schon ganz anders aussehen wird.

Im Vergleich zum letzten Jahr gibt es auch eine Verbesserung in Sachen Transparenz. Dennoch würden wir uns zukünftig weitere Angaben zur eigenen Wertschöpfungskette wünschen. So könnten im Nachhaltigkeitsbericht zum Beispiel die genauen Produktionsländer aufgelistet werden.

Aktuell befinden sich keine Fanartikel mit verlässlichem Siegel im Online-Shop. Die 5 Produkte aus der Upcycling-Kollektion reichen nur für einen Pfostentreffer.

P21 www.bvb.de

TRAININGS-**FLEIß**

- Ausführlicher Nachhaltigkeitsbericht
- Ganzheitliche Neuausrichtung des eigenen Sortiments geplant

TRAININGS-**BEDARF**

- Upcycling-Artikel nicht ausreichend
- Bisher Konzentration auf Ökotex Standard



FAZIT

Aktuell kann die Borussia in unserem Ranking noch nicht mit anderen Vereinen mithalten und ist daher vom internationalen Geschäft noch recht weit entfernt. Wenn im Zuge der Umstellung des eigenen Sortiments künftig stärker auf soziale und ökologische Herstellungsbedingungen gesetzt wird, dann kann es für

BVB den schnell deutlich weiter nach oben gehen.







22.^{PLATZ}

35,35 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

80

0

Nachrichten

60

LIEFERKETTE

Transparenz 40

Nike* 60

Transparenz 100

Wirksamkeit 0

Verhaltenskodex 80

FC Augsburg

...in Bewegung?

Mit knapp 17 Punkten spielte der FC Augsburg im letzten Ranking lange Zeit gegen den Abstieg. Durch seine gute Kommunikation der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie und insbesondere das ökologische Engagement konnte der Verein am Ende den 15. Platz sichern. Reicht es bei der zusätzlichen Konkurrenz dieses Mal auch für einen Mittelfeldplatz?

uch dieses Mal findet sich der Klub im unteren Mittelfeld wieder. Viele der neu hinzugekommenen Vereine sind jedoch (noch) zu stark für den FC Augsburg. Trotzdem sehen wir eine Entwicklung in die richtige Richtung: Hatten die Augsburger vorher keine nachhaltig produzierten Fantextilien im Sortiment, so sind nun 4 Artikel aufzufinden, die mit dem Fair Wear- Label gekennzeichnet sind. Dafür gibt es die ersten Punkte. An der Sichtbarkeit der Textilien muss allerdings noch gearbeitet werden, da diese weder über die Suchfunktion noch über speziel-

le Symbole gefunden werden können. Der Verein hat uns gegenüber aber angegeben, dass dieses Problem bekannt ist und möglichst frühzeitig behoben werden soll.

Wie schon im letzten Jahr erhält der FCA recht viele Punkte in der Kategorie "Kommunikation". Der Verein berichtet bereits ausführlich über sein ökologisches und soziales Engagement und hat angekündigt, für 2022 auch einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht zu planen. Eine bessere Bewertung haben die Augsburger auch in der Kategorie "Trans-

parenz" erhalten. So gibt es laut eigenen Angaben bestimmte Mindeststandards für Lieferanten und auch die Lieferbeziehungen mit den Hauptpartnern werden langfristig gedacht.

KIDSCLUB

FC AUGSBURG

Zukünftig würden wir uns jedoch freuen, wenn diese Kriterien auch öffentlich zugänglich wären – genauso wie eine Grundsatzerklärung zur Achtung von Menschenrechten und Umweltstandards sowie eine Angabe der Produktionsstätten innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette.

Aktuell befinden sich 4 Textilien im Shop, der von der Fair Wear Foundation zertifziert worden sind. Der Ball geht knapp über die Linie.

P22 www.fcaugsburg.de

TRAININGS-FLEIß

- Erste nachhaltig produzierte Textilien im Shop
- Kommunikation des ökologischen und sozialen Engagements

TRAININGS-BEDARF

- Sichtbarkeit der Textilien muss erhöht werden
- Weiterer Ausbau des nachhaltigen Sortiments nötig
- Noch transparentere Angaben zur eigenen Lieferkette erforderlich

FAZIT _

Der FC Augsburg hat begonnen, sich stärker mit der eigenen Verantwortung innerhalb seiner Lieferketten auseinanderzusetzen. Aktuell findet sich der Verein noch eher im unteren Mittelfeld der Tabelle wieder.

Wenn Augsburg seinen Weg fortsetzt,

dann ist eine bessere Platzierung allerdings schnell in Reichweite.







PADERBORN

33,75 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit

100

80

Nachhaltigkeit

100

Nachrichten

80

LIEFERKETTE

Transparenz

Sport Saller*

0

Transparenz

Wirksamkeit

0

Verhaltenskodex

SC Paderborn 07

...auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit

Aus sportlicher Sicht hat der SC Paderborn 07 ein paar turbulente Jahre mit zahlreichen Aufund Abstiegen hinter sich gebracht. Es scheint, als hätte sich der Verein nun in der 2. Liga stabilisiert. In unserem letzten Ranking haben knapp 17 Punkte nur für Platz 16 gereicht. Ist dieses Jahr mehr drin für den SC Paderborn 07?

n diesem Jahr hat sich der SC Paderborn 07 gesteigert und hat mit dem Abstiegskampf daher nichts zu tun. Die punktemäßige Verbesserung kommt zustande, weil der Verein in dieser Saison eine Nachhaltigkeitskollektion herausgebracht hat, die zwar noch wenige Artikel umfasst, aber besser präsentiert wird als die Artikel aus dem letzten Jahr. Wichtig anzumerken ist an dieser Stelle, dass die Artikel nicht alle die gleichen Produktionsstandards aufweisen. Einige Artikel sind GOTS und Fear Wear zertifiziert, andere bestehen lediglich aus Bio-Baumwolle. Für eine bessere Be-

wertung müsste der Anteil an Artikeln, die nachweislich ökologische und soziale Standards in der gesamten Lieferkette sicherstellen, noch weiter erhöht werden.

Zudem hat der Verein im Vergleich zum letzten Jahr die Seite zur Nachhaltigkeit komplett überarbeitet und um zahlreiche interessante Informationen erweitert. Neben der Beschreibung des Leitbildes finden sich dort nun Informationen zu den Oberthemen Gesellschaft, Integration und Umwelt. Um im Bereich "Kommunikation" die volle Punktzahl zu erhalten, fehlte dem Verein bisher nur

noch ein Nachhaltigkeitsbericht. Dieser wurde nun im November veröffentlicht, sodass auch in dieser Kategorie die Bestmarke erreicht wurde.

Die Kategorie "Transparenz" ist das einzige Kriterium, das im roten Bereich bewertet wurde. In Sachen Transparenz in der eigenen Lieferkette ist also noch viel Luft nach oben. Beginnen könnte der Klub damit, eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Richtlinien für einen verantwortlichen Einkauf zu veröffentlichen. Diese könnten beispielsweise in das neue Leitbild integriert werden. Der Klub hat uns jedoch bereits mitgeteilt, dass Mindestanforderungen an Lieferanten zukünftig in einem Code of Conduct festgehalten werden sollen.

PADERB@RN

Im Online-Shop befinden sich fünf Textilien, die GOTS und/oder Fair Wear zertifiziert sind. Dazu kommen sechs Artikel aus Bio-Baumwolle - Der Ball geht über die Linie.

P23 www.scp07.de

TRAININGS-**FLFIR**

- Deutliche Verbesserung der Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit
- Einführung einer Nachhaltigkeitskollektion

TRAININGS-**BFDARF**

- Sortiment an nachhaltigen Fantextilien sollte ausgebaut werden
- Mehr Informationen zu den Produktionsbedingungen der Fanartikel nötig

FAZIT

Mit den ersten Textilien aus einer Nachhaltigkeitskollektion hat der SC Paderborn 07 einen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Zukünftig sollten aber mehr Textilien eingeführt werden, die gerechte Arbeitsbedingungen und ökologische Standards entlang der gesamten





Wertschöp-



31,75 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 60

 ${\it Nachhaltigkeit}$

Nachrichten

60

80

80

0

LIEFERKETTE

Transparenz 40

Puma*

Transparenz 80

Wirksamkeit 0



...Standards für die Lieferkette nötig!

Sportlich gesehen ist Gladbach ein Verein, mit dem zu rechnen ist, wenn es um die Vergabe der internationalen Plätze geht. In unserem letzten Ranking konnten sie diese mit nur 25 Punkten allerdings nicht erreichen. Hat der Verein die Zeit für Verbesserungen genutzt, um sich in diesem Jahr für das internationale Geschäft zu bewerben?

a die Konkurrenz in diesem Jahr durch die Hinzunahme der Zweitligisten noch stärker geworden ist, reicht es für Gladbach in diesem Jahr nur für den 24. Platz im Ranking. Mit knapp 32 Punkten konnten sich die Gladbacher im Vergleich zum letzten Jahr nur leicht verbessern.

Leider konnten wir auch in diesem Jahr keine Fantextilien finden, die soziale und ökologische Standards während aller Fertigungsstufen sicherstellen. Wir begrüßen es aber, dass der Verein zahlreiche Artikel aus Bio-Baumwolle eingeführt hat und die Trikots aus recyceltem Polyester hergestellt werden. Für diesen ersten Schritt gibt es in unserem Ranking 20 Sonderpunkte. Der Verein hat allerdings angekündigt, dass perspektivisch ab der Saison 22/23 eine Kollektion erstellt wird, die auch auf Siegelkennzeichnung setzt. Grundsätzlich finden wir es sehr positiv, dass Gladbach das Thema faire Beschaffung in seinen Umweltrichtlinien erwähnt. Soziale und ökologische Standards sollten in diesem Zusammenhang für die gesamte Lieferkette gelten

und die Einkaufspraktiken maßgeblich bestimmen. Deswegen ist es wichtig, glaubwürdige Siegel auszuwählen und genügend Transparenz herzustellen, damit Fußballfans schnell einen Überblick über das nachhaltige Angebot des Vereins bekommen.

Gladbach besitzt eine eigene Stiftung, die verschiedene Projekte im Bereich Soziales durchführt. Unter dem Punkt "Fohlenverantwortung" auf der Website werden die Nachhaltigkeitsgrundsätze des Vereins thematisiert. Neben Gesundheit und Bildung geht es auch um Umwelt und Ressourcen.

Es gibt über 10 Artikel aus Bio-Baumwolle, die Trikots werden aus recyceltem Material hergestellt. Das ist ein erster Schritt, der Ball geht allerdings nur knapp über die Linie.

P24 www.borussia.de

TRAININGS-FLEIß

- Nachhaltigkeitskollektion für die Saison 2022/23 geplant
- Erwähnung von Richtlinien für die nachhaltige Beschaffung

TRAININGS-BEDARF

- Trikots aus nachhaltigem
 Material reichen nicht
- Transparentere Darstellung der eigenen Lieferkette erforderlich





FAZIT

Borussia Mönchengladbach hat konkrete Umweltrichtlinien, die auch die nachhaltige Beschaffung thematisieren. Diese Richtlinien scheinen bislang jedoch nur in Ansätzen für den eigenen Online-Shop zu gelten.

Wir sind gespannt auf die weiteren Entwicklungen, die der Verein bereits angekündigt hat. Aktuell ist das allerdings noch zu wenig.





29,80 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl Übersichtlichkeit 0

KOMMUNIKATION

40 Erreichbarkeit Nachhaltigkeit 40 Nachrichten 40

LIEFERKETTE

40 Transparenz 60 Nike* 100 Transparenz Wirksamkeit Verhaltenskodex 80

eider gibt es weiterhin keine Textilien, die mit verlässlichen Siegeln für soziale und ökologische Bedingungen bei der Herstellung versehen sind. Wir begrüßen es zwar sehr, dass laut eigenen Angaben die Artikel des Ausrüsters Nike aus recyceltem Polyester sind. Dass bei der Produktion recycelte Materialien verwendet wurden, sagt jedoch leider nichts über die Arbeitsbedingungen in den Fabriken aus. Da es sich dabei immerhin um einen ersten Schritt handelt und die Artikel, wie etwa Trikots, laut Verein etwa 15 % des Gesamtsortiments ausmachen, erhält der Klub an dieser Stelle dennoch 20 Punkte. Zukünftig würden wir uns

RB Leipzig

...kleine Verbesserung!

Anders als im sportlichen Bereich schnitten

die Leipziger in unserem letzten Ranking eher

schlecht ab und belegten vor Arminia Bielefeld

den vorletzten Platz. Wie sieht es in dieser Saison

im eigenen Online-Shop aus? Finden sich nun

mehr Fantextilien aus nachhaltiger Produktion?

wünschen, dass Textilien in den Online-Shop aufgenommen werden, die glaubhaft soziale und ökologische Kriterien bei der Herstellung innerhalb der gesamten Lieferkette erfüllen. Zusätzlich wäre es schön, wenn über das Thema Nachhaltigkeit generell umfassender berichtet werden würde. Laut Angaben aus dem Fragebogen arbeitet der Verein allerdings gerade an einer eigenen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie, die alle drei Dimensionen berücksichtigen soll. Wir sind gespannt darauf und hoffen, dass im Zuge der Erstellung auch transparentere Informationen zur eigenen Lieferkette (Lieferanten, Einkaufskriterien, Produktionsorte) zur Verfügung gestellt werden.

Es ist von großer Bedeutung, dass bei der thema, an dem kein Klub vorbeikommt.

Erstellung einer solchen Strategie sämtliche Komponenten von Anfang an mitgedacht werden, die im Geschäftsfeld der Leipziger eine große Rolle spielen. Dazu gehören selbstverständlich auch die Produkte im eigenen Shop, mit denen der Verein hohe Umsätze generiert. Nachhaltigkeit im Merchandise ist ein Zukunfts-

Aktuell werden lediglich die Nike-Artikel aus recyceltem Polyester hergestellt. Da die Arbeitsbedingungen in den Fabriken hier nicht berücksichtigt werden, reicht das nur für einen Pfostenschuss.

P25 www.dierotenbullen.com

TRAININGS-**FLEIß**

Arbeit an einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie

TRAININGS-**BEDARF**

- Produkte mit verlässlichen Siegeln für die gesamte Lieferkette sollten in den Shop integriert werden
- Mehr Informationen zur eigenen Lieferkette erforderlich
- Ein Verein in der Größenordnung muss mehr Verantwortung übernehmen



Die Roten Bullen aus Leipzig holen zwar ein paar mehr Punkte als im letzten Jahr, das reicht jedoch nicht aus, um in der oberen Hälfte der Tabelle mitzuspielen. Die Leipziger sollten das Thema Nachhaltigkeit auch im eigenen Fanshop stärker berücksichtigen und sich auf diesem Wege

Verihrer antwortung gegenüber Mensch und Umwelt stellen.







28,90 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit

60 Nachhaltigkeit

Nachrichten

100

100

LIEFERKETTE

Transparenz Macron* 0

Transparenz

Wirksamkeit



...Faire Textilien sind "Kopfsache"!

Als Zweitligist ist Hannover 96 neu bei unserem Ranking dabei. Sportlich gesehen befindet sich der Verein seit dem Bundesligaabstieg in der Saison 18/19 in der 2. Liga und tritt hier bereits seine dritte Spielzeit an. Doch wie sieht es beim Thema Fairness im eigenen Fanshop aus? Konnte Hannover 96 die Corona-Pandemie dafür nutzen, sich beim Thema faire Textilien gut aufzustellen?

m Fanshop der Hannoveraner können lediglich zwei fair produzierte Schokoladen gefunden werden. Außerdem hat uns der Klub mitgeteilt, dass sämtliche Trikots aus recyceltem Polyester hergestellt werden. Das ist natürlich ein guter Ansatz, mehr als 20 Punkte sind dafür allerdings leider nicht drin. Die Verwendung von nachhaltigem Material ist ein erster Schritt, dennoch werden dadurch nicht die Arbeitsbedingungen in den Fabriken berücksichtigt In Zukunft sollte der Verein darauf achten, dass bei

der Fertigung von Textilien soziale und ökologische Kriterien berücksichtig werden. In diesem Zusammenhang spielen transparente Informationen zur eigenen Lieferkette eine zentrale Rolle. Um dem Fan die Kaufentscheidung zu erleichtern, ist es wichtig, Angaben zu Hauptproduktionsländern oder Mindeststandards bei der Auswahl von Lieferanten öffentlich sichtbar zu machen.

Hannover 96 hat sich bisher hauptsächlich um die soziale Verantwortung gekümmert und unter dem Schirm von "96plus" bereits einige Projekte durchgeführt. Zudem erscheint in regelmäßigen Abständen das Magazin "Kopfsache". Schwerpunktmäßig orientiert sich die jeweilige Ausgabe an Themen, die die Gesellschaft bewegen oder auf die in den Augen des Vereins Aufmerksamkeit gelenkt werden soll. Generell kommt die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit jedoch zu kurz. Hier könnten die 96er in Zukunft einen größeren Fokus setzen.

Aktuell befinden sich keine Fantextilien im Online-Shop, die auf faire und nachhaltige Herstellungsbedingungen hinweisen. Da zumindest die Trikots aus nachhaltigem Material bestehen, geht der Ball immerhin an den Pfosten.

P26 www.hannover96.de

TRAININGS-FLFIR

Trikots aus Recyclingsma-

Viele Nachrichten zum Thema Nachhaltigkeit

TRAININGS-**BEDARF**

Bisher keine ökologisch und sozial produzierten Textilien

Mehr Informationen zur eigenen Lieferkette erforderlich

Ausrüster Macron zu intransparent

FAZIT _

Hannover 96 bietet bisher lediglich Trikots aus Recyclingmaterial. Es ist jedoch wichtig, dass der Verein zukünftig die gesamte Lieferkette hinter den Produkten betrachtet. Aktuell reicht das leider nur für einen Platz im unteren Mittelfeld der Tabelle. Wenn zukünftig weitere Artikel mit ökologischen und sozialen Mindeststandards in das Sortiment aufgenommen werden und diese anschaulicher im Shop präsentiert werden, sind für den Verein noch





einige Punk-

te drin.



26,10 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 20

Nachhaltigkeit

Nachrichten

80

LIEFERKETTE

0 Transparenz 20 Umbro* Transparenz Wirksamkeit Verhaltenskodex

ie uns der Geschäftsführer der SG Dynamo Dresden Merchandising GmbH mitteilte, setzt sich der Fanshop verantwortungsbewusst mit den Themen Nachhaltigkeit sowie sozialen und ökologischen Mindeststandards auseinander. Nach eigenen Angaben sind beispielsweise 27 % des T-Shirt-Sortiments bereits GOTS-zertifiziert. Der Verein hat sich allerdings bislang dazu entschie-

den, die entsprechenden Artikel nicht

Darüber hinaus sind sämtliche Baby-Textilien Öko-Tex 100 sowie BSCI-zertifiziert.

Dynamo Dresden

...Wiederabstieg vermieden!

Nach dem Abstieg in der Saison 2019/20 gelang den Dresdnern als Tabellenerster der sofortige Wiederaufstieg in die 2. Bundesliga. Nun ist die Hoffnung groß, dass schnell ausreichend Punkte gesammelt werden, um den Klassenerhalt möglichst frühzeitig zu sichern. Kann Dynamo auch bei uns mit einem besonders nachhaltigen Fanshop punkten? Oder muss sich der Verein der Konkurrenz abermals geschlagen geben?

> zu kennzeichnen. Bei unserer Suche im Online-Shop konnten wir diese Artikel daher bislang nicht finden. Wir würden uns wünschen, dass der Verein diese Produkte auch für Fans sichtbar macht. Nur so kann gewährleistet werden, dass eine bewusste Kaufentscheidung für ein nachhaltiges Produkt getroffen werden

Weiterhin wird laut eigenen Angaben mit dem Ausrüster Umbro daran gearbeitet, dass die Spielkleidung zukünftig ebenfalls vollständig aus Recyclingmaterial produziert wird. Wir halten das für wichtige erste Schritte, wollen an dieser Stelle jedoch klar darauf hinweisen, dass weder recycelte Materialien noch die Schadstofffreiheit beim Endprodukt (Öko-Tex) sicherstellen, dass soziale und ökologische Standards bei der Herstellung während aller Stufen der Lieferkette sichergestellt werden können. Hier sollte zukünftig auf verlässlichere Siegel, wie beispielsweise das bereits verwendete GOTS-Label, gesetzt werden.

Eine Bewertung im grünen Bereich erhält der Verein in der Kategorie "Kommunikation": Dynamo veröffentlicht recht ausführliche Informationen zu seinem Engagement im Bereich Soziales. So gab es in der Vergangenheit beispielsweise zahlreiche Aktionen, die gegenseitigen Respekt, Akzeptanz und Offenheit fördern sollten. Wir freuen uns auch über die regelmäßen Newsbeiträge zum Thema, würden uns jedoch wünschen, dass auch die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit zukünftig stärker fokussiert wird. In diesem Zusammenhang sollten die Dresdner auch über die Veröffentlichung einer Selbstverpflichtung zur Achtung der Menschenrechte nachdenken und Mindestanforderungen an Lieferanten öffentlich klar kommunizieren.





Zweitligist

TRAININGS-FLFIR

Soziale Projekte zum Thema Akzeptanz und

Offenheit

Dresden landet in unserem Ranking im unteren Mittelfeld des Rankings. Die ersten Schritte sind gemacht. Mit weiteren nachhaltigen Textilien im Shop und transparenteren Informationen

zur Lieferkette kann der Verein künftig noch Plätze gut machen.

P27 www.dynamo-dresden.de

10 Oberteile für Damen und

Herren im Online-Shop sind GOTS-

zertifiziert. Der Ball geht ins Tor.





24,80 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

Nachrichten

LIEFERKETTE

Transparenz 20

Macron* 0

Transparenz 0

Wirksamkeit 0



Arminia Bielefeld

...raus aus dem Abstiegskampf?

Die Arminia aus Bielefeld landete im letzten Ranking mit 7,35 Punkten leider auf dem hintersten Platz. Nun kommen weitere Mannschaften aus der 2. Liga dazu. Rutschen die Bielefeld noch weiter ab oder können sie durch mehr Fairness im eigenen Online-Shop aufatmen?

ass wir nun 36 statt 18 Mannschaften analysiert haben, führt dazu, dass die Arminia auch in diesem Jahr nichts mit den topplatzierten Teams zu tun hat. Da der Verein seine Punktzahl aber immerhin nahezu verdreifacht hat, wird es hier ein Platz im gesicherten Mittelfeld. Die höhere Punktzahl ist insbesondere auf die bessere Kommunikation im Bereich Nachhaltigkeit zurückzuführen. Der verantwortliche Ansprechpartner wird nun mit vollständigen Kontaktdaten aufgeführt und auch das Thema Ökologie angesprochen. Ein Nachhaltigkeitsbericht ist zur Zeit der Umfrage in Planung.

In der Kategorie Online-Shop schneiden die Bielefelder jedoch weiterhin eher schlecht ab. Es finden sich noch immer keine Textilien im Shop, die sowohl soziale als auch ökologische Kriterien bei der Herstellung sicherstellen. Wie bei anderen Vereinen geben wir hier aber 20 Punkte, da die Trikotkollektion des Ausrüsters Macron aus recyceltem Polyester hergestellt worden ist. Auch wenn nachhaltiges Material natürlich nur ein erster Schritt ist, machen die Trikots einen so großen Teil der verkauften Produkte aus, dass das an dieser Stelle Berücksichtigung finden soll. Im Frageborgen hat uns der DSC mitgeteilt, dass ab der Saison





2021/22 alle neuen Textilien in Bio-Qualität hergestellt werden sollen. Mit knapp 10 Textilien aus Bio-Baumwolle finden sich dazu schon erste Ansätze im Shop. Ein lobenswerter Schritt, bei dem jedoch darauf geachtet werden muss, dass Bio-Baumwolle alleine nicht ausreicht, sondern auch gerechte Arbeitsbedingungen sichergestellt werden müssen.

Da aktuell in Sachen Transparenz in der Lieferkette ebenfalls noch Luft nach oben ist, würden wir es sehr begrüßen, wenn die Arminia zukünftig eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Richtlinien für einen verantwortlichen Einkauf veröffentlichen würde.

Aktuell sorgen die Trikots aus recyceltem Polyester und die ersten Oberteile aus Bio-Baumwolle für ein Duseltor.

P28 www.arminia-bielefeld.de

TRAININGS-FLEIß

- Nachhaltiges Material wird bei den Trikots verwendet
- Ab der Saison 2021/22 alle Textilien in Bio-Qualität

TRAININGS-BEDARF

- Die Arbeitsbedingungen dürfen bei der Produktion nicht vernachlässigt werden
- Mehr Transparenz in der eigenen Lieferkette notwendig
- Das Themenfeld Nachhaltigkeit sollte umfassender kommuniziert werden

FAZIT

Die Arminia hat deutlich mehr Punkte geholt als im letzten Jahr und macht damit einen Schritt in die richtige Richtung. Damit der Verein nicht nur sportlich 1. Liga spielt, muss das Thema Nachhaltigkeit noch stärker im Fanshop und der ei-

und der eigenen Lieferkette verankert werden.







21,30 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 0
Nachhaltigkeit 60

Nachrichten

20

20

LIEFERKETTE

Transparenz

Nike*

60

Transparenz

100

Wirksamkeit

Verhaltenskodex

80

Hansa Rostock

...nimmt die Kogge Fahrt auf?

Nachdem Hansa Rostock über lange Jahre hinweg in der 3. Liga gespielt hat, gelang ihnen in der letzten Saison der Aufstieg in die 2. Bundesliga. In einer wirklich starken Liga mit namenhaften Konkurrenten steht Ihnen eine schwere Saison bevor. Kann Hansa Rostock nach dem sportlichen Erfolg in der vergangenen Spielzeit auch in unserem Ranking einen Spitzenplatz belegen?

ach unserer Analyse landet der Klub aus dem Osten im unteren Mittelfeld der Tabelle. Wie auch im letzten Ranking unterscheiden wir Textilien, die verlässliche Siegel für Mindeststandards innerhalb der gesamten Lieferkette aufweisen, wie Fairtrade und GOTS-Zertifizierungen, von solchen, die lediglich einzelne Produktionsstufen betrachten. Da Hansa Rostock zahlreiche Textilien im Sortiment führt, die lediglich aus Bio-Baumwolle hergestellt wurden, können sie sich zumindest von der Konkurrenz abheben, die keine

nachhaltigen Textilien vorweist. Damit ist der Abstiegskampf zwar zunächst vom Tisch, zukünftig sollte aber die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet werden. Außerdem könnte der Verein die vorhandenen Produkte sichtbarer darstellen, so dass sie einfacher zu finden sind.

Außer dem Zusatz Bio-Baumwolle konnten wir im Fanshop oder auf bestehenden Infoseiten keine weiteren Hinweise darauf finden, unter welchen Bedingungen die Textilien produziert wurden. Das

führt dazu, dass wir in der Kategorie "Transparenz" keine Punkte vergeben konnten.

Wir begrüßen es generell sehr, dass die Mitarbeiter*innen übersichtlich aufgelistet wurden und direkt per Emailadresse und Telefonnummer erreichbar sind. Leider finden wir keine direkte Ansprechperson für den Bereich CSR/Soziales. Auf der Website existieren vereinzelt Informationen zu sozialen und ökologischen Projekten. Diese sollten zukünftig aber noch detaillierter präsentiert werden. Dazu würden wir uns regelmäßigere Newsbeiträge zum Thema wünschen.

Aktuell befinden sich keine Fantextilien im Online-Shop, die auf faire und nachhaltige Herstellungsbedingungen hinweisen. Aufgrund der Artikel aus Bio-Baumwolle geht der Ball immerhin an den Pfosten.

P29 www.fc-hansa.de

TRAININGS-FLEIß

Viele Textilien aus Bio-Baumwolle im Shop zu finden

TRAININGS-BEDARF

- Bio-Baumwolle alleine ist nicht ausreichend
- Mehr Informationen zur eigenen Lieferkette erforderlich
- Berichterstattung zur Nachhaltigkeit könnte regelmäßiger und übersichtlicher sein

FAZIT

Transparenz in der Lieferkette ist von entscheidender Bedeutung, um nachhaltige von weniger nachhaltigen Textilien unterscheiden zu können. Mit vielen Textilien aus Bio-Baumwolle hat Hansa Rostock einen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Zukünftig sollten aber verlässliche Siegel eingeführt werden, die gerechte Arbeitsbedingungen und ökologische Standards entlang der

gesamten
Wertschöpfungskette
sicherstellen.





20,90 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 0

Nachhaltigkeit

Nachrichten

20

LIEFERKETTE

Transparenz 20 Puma* 40 Hongarenz 80 Wirksamkeit 0 Verhaltenskodex 80 Verhaltenskodex 80 Verhaltenskodex

Holstein Kiel

...um den Aufstieg spielen andere!

In der vergangenen Saison waren die Kieler sehr nah am Erstligaaufstieg dran. Mit einem deutlichen Sieg im Relegationsrückspiel beendeten die Kölner allerdings die Aufstiegshoffnungen des Vereins. Und wie sieht es bei uns aus? Spielt Holstein Kiel beim Thema Nachhaltigkeit im eigenen Shop vielleicht schon 1. Liga?

eider nicht. In unserer Analyse kann der Klub nicht mit der starken Konkurrenz mithalten und führt daher das untere Drittel der Tabelle an. Wir freuen uns, dass mit der Herbstkollektion ein GOTS-zertifizierter Artikel in das Sortiment aufgenommen wurde. Dazu kommen Federtaschen, Wimpel, Schals, Sportbeutel und Kissen, die aus alten Trikots hergestellt wurden. Ein verlässlich zertifizierter Artikel ist uns aber noch zu wenig, dafür gibt es lediglich 20 Punkte. Darüber hinaus werden aktuell leider noch keine transparenten Informa-

tionen zur eigenen Wertschöpfungskette zur Verfügung gestellt. Neben der Einführung weiterer fairer Fankleidung im Shop würden wir uns daher wünschen, dass der Klub Angaben zu Hauptproduktionsorten sowie soziale und ökologische Mindestanforderungen mit der Öffentlichkeit teilt.

Positiv ist, dass der Klub auf der Themenseite "Mixed-Zone" bereits verschiedene soziale Projekte auflistet und auch den Bereich Ökologie erwähnt. Für eine höhere Punktzahl müssten die Informationen, insbesondere das ökologische

Engagement, allerdings ausführlicher dargestellt werden und mit konkreten Zielen verfestigt werden. Vereinzelt finden sich Newsbeiträge zum Thema Ökologie, diese allerdings nur in sehr unregelmäßigen Abständen. Hier sollte die Frequenz erhöht werden. Außerdem wäre es hilfreich, verantwortliche Ansprechpartner*innen für den Bereich Soziales/CSR mitsamt Kontaktdaten aufzulisten, die Interessierte bei Bedarf direkt kontaktieren können.

Seit der Herbstkollektion gibt es einen verlässlich zertifizierten Artikel im Shop. Der Ball kullert über die Linie.

P30 www.holstein-kiel.de

TRAININGS-FLEIß

Anschauliche Darstellung der sozialen Projekte in der "Mixed-Zone"

TRAININGS-BEDARF

- Anteil der nachhaltigen Textilien muss deutlich ausgebaut werden
- Verantwortliche Ansprechpartner*innen sollten gekennzeichnet werden
- Transparente Angaben zur eigenen Lieferkette notwendig

FAZIT _

Mit dieser Leistung kann der Verein im Rennen um den nachhaltigsten Fanshop mit den meisten Klubs leider nicht mithalten. Mehr nachhaltige Fantextilien müssen in das Sortiment aufgenommen werden, damit Holstein Kiel nicht chancenlos ist. In diesem Zuge sollte der Verein Informationen darüber zur Verfügung stellen, woher die Produkte kommen und unter welchen Bedin-

chen Bedingungen sie produziert worden sind.







18,15 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

Nachrichten

40

60

20

LIEFERKETTE

serer Analyse am unteren Ende der Tabelle wieder. Dass der Verein bei uns jedoch nicht auf einem direkten Abstiegsplatz landet, hängt damit zusammen, dass der SSV zahlreiche Textilien im Sortiment hat, die wenigstens aus Bio-Baumwolle hergestellt worden sind. Wie im letzten Ranking setzen wir Bio-Baumwolle zwar nicht mit Textilien gleich, die verlässliche Siegel für Mindeststandards innerhalb der gesam-

ten Lieferkette aufweisen. Aufgrund der

Anzahl vergeben wir aber zumindest 20

egensburg findet sich auch in un-

angreifen?

Jahn Regensburg

...Hindernisse überbrücken?

Der SSV Jahn Regensburg konnte dem Abstieg

aus der 2. Liga im vergangen Jahr nur knapp ent-

fliehen. Für die Saison 2021/22 hoffen die Re-

gensburger, dass kein Zittern bis zuletzt nötig ist.

Befindet sich der Verein auch in unserem Ran-

king im Abstiegskampf? Oder kann der Fanshop

beim Thema Nachhaltigkeit vielleicht sogar oben

Punkte dafür, dass ein erster Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gemacht wurde. Da diese allerdings lediglich durch die Suchleiste gefunden werden können und keine Symbole oder weitere Informationen dazu zu finden sind, ist auch beim Kriterium "Übersichtlichkeit" noch viel Luft nach oben.

Wir begrüßen es sehr, dass der für den Themenbereich CSR verantwortliche Mitarbeiter direkt mitsamt Emailadresse und Telefonnummer aufgelistet wird. Mit der Initiative "Brücken für Regensburg" Projekte dargestellt, vereinzelt finden sich auch Informationen zum ökologischen Engagement der Regensburger. Diese sollten zukünftig aber noch detaillierter präsentiert werden. Dazu würden wir uns regelmäßigere Newsbeiträge zum Thema wünschen. In Sachen Transparenz in der eigenen Lieferkette ist noch viel Luft nach oben. Beginnen könnte der Klub damit, eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte und Richtlinien für einen verantwortlichen Einkauf

zu veröffentlichen.

werden außerdem verschiedene soziale

Im Shop finden sich 20 Oberteile aus Bio-Baumwolle für Erwachsene und Kinder. Das reicht gerade so für ein Duseltor.

P31 www.ssv-jahn.de

TRAININGS-FLEIß

Zahlreiche Oberteile zumindest aus nachhaltigem Material

TRAININGS-BEDARF

Bio-Baumwolle alleine reicht nicht

Mehr Transparenz in der eigenen Lieferkette notwendig

Ausrüster Saller viel zu intransparent



FAZIT

Mit ersten Textilien aus Bio-Baumwolle kann der SSV den Klassenerhalt gerade so sicherstellen. Zukünftig sollten aber verlässliche Siegel eingeführt werden, die gerechte Arbeitsbedingungen und ökologische Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen. In diesem Zusammenhang

sollten transparentere Informationen zum eigenen Lieferkettenmanagement veröffentlicht werden.





TRAININGS-

FLFIR

TRAININGS-BEDARF

reits ausführlich dargestellt

Soziales Engagement be-



32.^{PLATZ}

17,40 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100
Nachhaltigkeit 60

Nachrichten 60

LIEFERKETTE

Transparenz

Nike*

Transparenz

Wirksamkeit

Verhaltenskodex

0

Verhaltenskodex

1. FC Heidenheim

..."Rot-Blaue Helden" im Fanshop?

Sportlich gesehen hat der 1. FC Heidenheim in der letzten Saison einen soliden Mittelfeldplatz in der 2. Liga belegt. Wohin die Reise in dieser Spielzeit geht, bleibt abzuwarten. Die Transfers im Sommer sollten helfen, die Qualität des Kaders weiter zu stärken. Hat der Verein die Pause zwischen den Spielzeiten genutzt, um auch im Fanshop nachzurüsten?

eider hat der 1. FC Heidenheim diese Chance verpasst. Nach Angaben des Vereins sind sämtliche Textilien im Fanshop mit dem Öko-Tex Standard 100 zertifiziert. Dieses Siegel stellt jedoch lediglich sicher, dass beim Endprodukt keine Schadstoffe mehr zu finden sind. Das ist zwar gut, dennoch wird dadurch nicht garantiert, dass auch bei der Herstellung der Textilien keine schädlichen Chemikalien verwendet worden sind. Auch die Arbeitsbedingungen innerhalb der Lieferkette werden bei diesem Label nicht

berücksichtigt. Da darüber hinaus keine Textilien gefunden werden konnten, die nachhaltige Herstellungsbedingungen gewährleisten können, erhalten die Heidenheimer in der Kategorie "Online-Shop" leider keine Punkte.

In der Kategorie "Kommunikation" hingegen hat Heidenheim bessere Ergebnisse erzielt und konnte dort einige Punkte einfahren. Im Bereich der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit werden bereits viele verschiedene Projekte durchgeführt. Die ökologischen Themen sollten

in Zukunft allerdings umfangreicher betrachtet werden. Regelmäßige Beiträge zum Thema Nachhaltigkeit sind zwar vorhanden, aber schwer zu finden, weil es keine Filteroption gibt. Abgerundet werden könnte der Bereich Kommunikation in Zukunft, wenn der Verein einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen würde, in dem alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ausführlich dargestellt werden.

Im Zuge dessen könnte der FC auch Hintergrundinformationen zur eigenen Lieferkette zur Verfügung stellen. Neben den Hauptproduktionsorten der Artikel im Sortiment könnten auch soziale und ökologische Mindestanforderungen an Lieferanten veröffentlicht werden.

Es sieht so aus, als hätte sich der Verein zunächst auf andere Bereich der Nachhaltigkeit beschränkt. Das begrüßen wir natürlich, würden uns aber wünschen, dass in Zukunft auch das Thema Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt in der eigenen Lieferkette stärker verfolgt und transparent kommuniziert wird.

Bisher keine fairen Produkte im Shop

 Transparente Daten zur Wertschöpfungskette nötig

Öko-Tex Standard 100 kein verlässliches Label für nachhaltige Kleidung



FAZIT

Der 1. FC Heidenheim landet zwar nicht ganz unten in der Tabelle, muss aber aufpassen, nicht weiter abzurutschen. Wir hoffen, dass das Thema Verantwortung in der Lieferkette zukünftig einen stärkeren Fokus bekommt. Es ist noch viel Luft

nach oben, doch mit der Einführung von nachhaltigen Textilen könnte die Trendwende eingeläutet werden.



Aktuell befinden sich keine Fanartikel im Online-Shop, die auf nachhaltige Herstellungsbedingungen hinweisen – der ver-

schossene Elfmeter verschärft

die Situation im Abstiegskampf.

P32 www.fc-heidenheim.de





33.^{PLATZ}

17,40 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl

0

80

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 100

Nachhaltigkeit

Nachrichten 80

LIEFERKETTE

Transparenz

Puma*

Transparenz

Wirksamkeit

Verhaltenskodex

80

FC Ingolstadt 04

...Schanzen auch für die Lieferkette?

Über die Relegation konnte der FC Ingolstadt den Aufstieg in die 2. Bundesliga feiern. Ziel des Vereins ist nun natürlich erstmal der Klassenerhalt. Und wie sieht es in unserer Analyse aus? Neu bei unserem Ranking dabei möchte der FC sicher auch hier nicht wieder auf einem Abstiegsplatz landen. Die Konkurrenz ist jedoch stark, es wird nicht leicht.

er FC Ingolstadt findet sich bei unserem Ranking am unteren Ende der Tabelle wieder und kann in der Form mit der zahlreichen Konkurrenz nicht mithalten. Punkte erhält der Verein für die wirklich gute Kommunikation der Themenfelder im Bereich Nachhaltigkeit. Sowohl ökologische als auch soziale Projekte werden über die Initiative "Schanzengeber" detailliert beschrieben. Des Weiteren finden sich auch regelmäßige Newsbeiträge zum Thema, die über die Seite zur Initiative einfach gefunden werden können. Für eine Best-

wertung in dieser Kategorie würden wir uns zukünftig einen Nachhaltigkeitsbericht wünschen, der das eigene Engagement in allen drei Dimensionen anschaulich präsentiert.

In den anderen beiden Kategorien sieht es dagegen leider eher schlecht aus. Wir konnten keinerlei Textilien finden, bei denen Menschenrechte und Umweltstandards bei der Produktion ausreichend berücksichtigt wurden. Hier muss sich in Zukunft deutlich mehr tun! Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass sich keine

transparenten Informationen zur eigenen Lieferkette finden lassen. Zukünftig würden wir uns wünschen, dass Angaben zu Hauptproduktionsländern oder Mindeststandards bei der Auswahl von Lieferanten öffentlich sichtbar gemacht werden.

Es scheint, als hätte sich der FC dem Thema Fairness im eigenen Fanshop bisher noch nicht so stark gewidmet und eher auf andere Nachhaltigkeitsthemen beschränkt. Das ist natürlich ebenfalls wichtig, dennoch darf dieser so wichtige Bereich nicht vernachlässigt werden.

Leider finden sich keine nachhaltig produzierten Fantextilien im Online-Shop. Der Ball geht daneben!

P33 www.fcingolstadt.de

TRAININGS-FLEIß

Tolle Kommunikation des Themas Nachhaltigkeit nach außen

TRAININGS-BEDARF

- Nachhaltigkeit muss auch im Fanshop angelangen
- Transparente Informationen zur eigenen Lieferkette nötig
- Initiative Schanzengeber sollte auch Chancen für die Menschen hinter den Produkten im Shop bieten

FAZIT

Die Schanzer landen bei uns im roten Bereich der Tabelle und haben damit noch sehr viel Luft nach oben. Wir hoffen, dass sich der Verein über die Initiative Schanzengeber zukünftig auch stärker mit seiner Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt in der eigenen Lieferkette ausei-

nandersetzt.
Die ersten
Ansätze im
Bereich Nachhaltigkeit sind
gemacht, nun
muss der Fanshop folgen.







16,95 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl 20

20

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 0

Nachhaltigkeit

Nachrichten

LIEFERKETTE

Transparenz

O

Puma*

Transparenz

80

0

80

eider kann der Online-Shop der Fürther in unserer Analyse kein Erstliganiveau vorweisen. Textilien, die unseren Kriterien von ökologischer und sozial gerechter Produktion entsprechen, finden sich keine. Es ist zwar gut, dass knapp 15 Shirts und Oberteile aus Bio-Baumwolle zu finden sind und das wollen wir auch mit 20 Punkten honorieren, dennoch wird bei diesen Artikeln leider nicht die gesamte Lieferkette betrachtet. Zukünftig sollte darauf geachtet werden, dass Siegel verwendet werden, die sämtliche Stufen der Wert-

schöpfungskette abdecken. Hierzu empfiehlt sich eine Kombination aus verlässlichen Labels für soziale und ökologische Standards.

SpVgg Greuther Fürth

Nach langen Jahren in der 2. Liga schafften die

Fürther in der letzten Saison durch einen Sieg am

spannenden 34. Spieltag den direkten Aufstieg in

die Erstklassigkeit. Ein toller sportlicher Erfolg!

Doch kann der Online-Shop der Mannschaft mit

dem Kleeblatt im Logo da mithalten? Oder spielt

dieser in Sachen Fairness nur 2. Liga?

...kein Erstliganiveau!

Insgesamt sollte das Thema Nachhaltigkeit deutlich besser kommuniziert werden. Verantwortliche Ansprechpartner*innen auf der Website sind leider nicht zu finden und es existiert auch kein Reiter, unter dem die soziale und ökologische Dimension des eigenen Nachhaltigkeitsengagements näher beschrieben werden. Es ist daher auch

parenten Angaben zur eigenen Lieferkette zur Verfügung gestellt werden. Hier sollte zukünftig stärker darauf geachtet werden, dass interessierte Shopbesucher*innen sich darüber informieren können, woher die Produkte genau kommen und unter welchen Bedingungen sie produziert worden sind. Dazu würde sich beispielsweise eine Angabe zu dem Produktionsort des jeweiligen Artikels anbieten. Auch Mindestkriterien, die der Verein von seinen Lieferanten erwartet, sollten öffentlich kommuniziert werden.

nicht verwunderlich, dass keine trans-

Aktuell befinden sich 14
Fantextilien aus Bio-Baumwolle im Shop, das reicht leider nur für einen Lattentreffer.

P34 www.sgf1903.de

TRAININGS-FLEIß

Einige Textilien wenigstens aus Bio-Baumwolle

TRAININGS-BEDARF

- Nachhaltigkeitsstrategie muss besser kommuniziert werden
- Transparenz in der Lieferkette wichtig
- Bio-Baumwolle alleine nicht ausreichend, um nachhaltige Produktionsbedingungen sicherzustellen



FAZIT _

Da muss deutlich mehr kommen. In Zukunft sollte das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich angegangen werden. Dabei muss auch Fairness in der eigenen Lieferkette stärker in den Fokus geraten. Aktuell landen die Fürther mit dieser Punktzahl ziemlich

weit unten im Ranking. So kann an den Aufstieg als großem sportlichen Erfolg nicht angeknüpft werden.





Wirksamkeit



7,80 **PUNKTE**

ONLINE-SHOP

Anzahl

Übersichtlichkeit

KOMMUNIKATION

100 Erreichbarkeit

40 Nachhaltigkeit

Nachrichten

40

0

LIEFERKETTE

0 Transparenz Macron* 0 Transparenz

det der SV nicht gut ab. Selbst der Klassenerhalt ist mit dieser Leistung leider nicht drin, das Team landet abgeschlagen auf einem Abstiegsplatz. Wir konnten im Online-Shop keine Textilien finden, bei denen soziale und/oder ökologische Kriterien bei der Fertigung berücksichtigt worden sind. Es gibt lediglich verschiedenfarbige Corona-Schutzmasken, die aus Trikots der Vorsaison hergestellt worden sind. Der

Upcycling-Gedanke ist natürlich ein ers-

ter positiver Ansatz, für eine Bepunktung

uch in unserer Analyse schnei-

Luft nach oben?

SV Sandhausen

Als Zweitligist ist der SV Sandhausen neu bei un-

serem Ranking dabei. Sportlich gesehen konnten

sich die Sandhasen in der letzten Saison nur ganz

knapp vor dem Abstieg retten. Doch wie sieht es

beim Thema Fairness im eigenen Fanshop aus?

Starten die Sandhäuser direkt durch und mischen

sogar die Topvereine auf? Oder ist auch hier viel

...weit abgeschlagen!

reicht das allerdings nicht.

Die einzigen Punkte gibt es in der Kategorie "Nachhaltigkeit". Wir begrüßen es sehr, dass sämtliche Angestellten des Vereins namentlich samt Funktion aufgelistet sind. Bei den meisten, so wie bei der Ansprechpartnerin im Bereich CSR, finden sich dabei auch direkte Kontaktmöglichkeiten. Mit seiner Initiative "Hardtwald-Helden" möchte sich der SV Sandhausen seiner sozialen Verantwortung als Fußballverein stellen. Darunter fallen Projekte aus den Bereichen Bil-

pation. Wir würden uns wünschen, dass diese Themenfelder zukünftig mit mehr

Inhalt gefüllt werden, damit klar wird, welche Ziele der Verein mit welchen

dung, Umwelt, Gesundheit und Partizi-

Maßnahmen verfolgt.

Transparentere Angaben wünschen wir uns auch zur Lieferkette hinter den im Shop angebotenen Artikeln. Zukünftig sollten Maßstäbe für einen verantwortungsbewussten Einkauf entwickelt werden, die öffentlich kommuniziert werden sollten.

Aktuell können lediglich Schutzmasken aus alten Trikots im Online-Shop erworben werden. Das reicht nicht, der Ball geht daneben.

P35 www.svs1916.de

TRAININGS-**FLEIß**

Schutzmasken aus alten Trikots: Upcycling-Gedanke erster positiver Ansatz

TRAININGS-BEDARF

- Nachhaltige Textilien müssen im Sortiment aufgenommen werden
- Transparente Angaben zur eigenen Lieferkette notwendig
- Mehr Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement nötig



Der SV Sandhausen bildet eins der Schlusslichter unseres Rankings. Mit der aktuellen Leistung ist der Klub weder in der 1. noch in der 2. Liga konkurrenzfähig. Da muss mehr kommen, das Thema Nachhaltigkeit muss auch im Fanshop ankommen. Beginnen sollte der Verein mit einer Kollektion von ersten

nachhaltig produzierten Fantextilien, die Schritt für Schritt erweitert werden sollte.





Wirksamkeit



7,20 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl Übersichtlichkeit Ü

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit 0

Nachhaltigkeit 0

Nachrichten 0

LIEFERKETTE

Transparenz

Nike*

60

Transparenz

Wirksamkeit

Verhaltenskodex

80

FC Erzgebirge Aue

...keine eigenen Punkte!

Sportlich gesehen konnte der Verein aus dem Erzgebirge schon frühzeitig den Klassenerhalt sichern und die Saison auf einem Platz im unteren Mittelfeld der Tabelle abschließen. Neu dabei ist Aue nun auch bei unserem Ranking, in dem der Fanshop des Klubs im Vordergrund steht. Kann auch hier der Klassenerhalt gesichert werden? Oder hat der FC sogar Erstliganiveau?

eider nicht. Erzgebirge Aue kann in unserer Analyse keine eigenen Punkte erzielen und schrammt lediglich durch seinen Ausrüster an einer kompletten Nullrunde vorbei. Dass manche Vereine sich dem Thema Nachhaltigkeit im eigenen Fanshop und der dahinterliegenden Lieferkette noch nicht so intensiv gewidmet haben, wundert uns nicht. Ist das Spektrum möglicher Handlungsfelder hier doch so groß, dass bisher auch andere Schwerpunkte gesetzt sein konnten. Überraschend kam

für uns jedoch, dass sich auf der Website des Vereins keinerlei Informationen zur eigenen Klubverantwortung finden lassen. So werden weder soziale Projekte aufgelistet noch existieren Angaben zum ökologischen Engagement. Das ist eindeutig zu wenig.

Wir würden uns wünschen, dass zukünftig an einer Nachhaltigkeitsseite gearbeitet werden würde, die sämtliche Dimensionen des Themas anspricht. Es ist wichtig, dass der Verein transparent kommuniziert, welche Anstrengungen er schon unternimmt und in Zukunft durchführen möchte, um seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen.

Transparentere Angaben erhoffen wir uns damit auch zur Lieferkette hinter den im Shop angebotenen Artikeln. Zukünftig sollten Maßstäbe für einen verantwortungsbewussten Einkauf entwickelt werden, die öffentlich kommuniziert werden sollten.

Aktuell finden sich keine nachhaltig produzierten Textilien im Online-Shop. Der Ball geht weit drüber.

P36 www.fc-erzgebirge.de

TRAININGS-BEDARE

- Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie notwendig
- Deutlich mehr Transparenz in allen Bereichen erforderlich
- Nachhaltig produzierte
 Textilien müssen im Fanshop ankommen
- Bis auf den Ausrüster eine Nullnummer in allen Kategorien



FAZIT _

Erzgebirge Aue landet in unserem Ranking leider auf dem hintersten Platz. Zu-künftig muss an einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie gearbeitet werden, die Schritt für Schritt umgesetzt werden sollte. Nur dann kann sich der Klub aus dem Tabellenkeller befreien. Aktuell kann nicht erkannt werden, dass sich der Verein überhaupt

mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt – das muss sich schnellstmöglich ändern!



