



05./06.09.2022  
Leipzig

# Konferenz # Sport handelt Fair Dokumentation

## Geldgeber:innen der Konferenz

Gefördert durch



mit ihrer



mit Mitteln des



Unterstützt durch

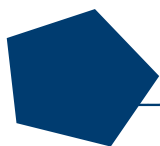


## Kooperationspartner:innen der Konferenz



## Weiterer Partner

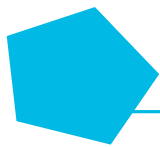




## INHALTSVERZEICHNIS

---

Vorwort .....	2
Konferenz-Film .....	3
Montag, 05.09.2022 – Schwerpunkt Beschaffung .....	4
Aufruf – Begrüßung und Vorstellung des Teams .....	4
Erklärung der Ausgangslage des Spiels – Entwicklungspolitische Einordnung .....	5
Rote Karte! – Bericht aus dem Globalen Süden .....	6
Der Zeugwart empfiehlt – Liste empfehlenswerter Sport-Produkte .....	7
Regelkunde – Juristische Einordnung Fairer Beschaffung.....	8
Erste Liga der Bällebeschaffung – erfolgreiche Beispiele aus Kommunen .....	9
Workshop 1: Änderung der Spielregeln - Förderrichtlinien für Sportartikel .....	11
Workshop 2: Trainingshilfe - Praktische Nutzung des „Kompass Nachhaltigkeit“ .....	11
Workshop 3: Die Spielregeln kennen – Frage eine Juristin .....	12
Workshop 4: Orientierungstraining – Durchblick im Siegeldschungel.....	13
Workshop 5: Die Hürden kennen– Gute Gründe für Faire Beschaffung – Frag‘ eine Einkäuferin....	13
Nach dem Spiel ist vor dem Spiel – Verantwortung in der Sportartikelherstellung .....	14
Dienstag, 06.09.2022 – Nachhaltige Sportgroßveranstaltungen .....	16
Anstoß für den zweiten Tag – Grußworte der Host Cities UEFA EURO 2024.....	16
Erwärmung – Entwicklungspolitische Einordnung .....	16
Sport handelt fair – Leitfaden für Nachhaltige Sportveranstaltungen.....	17
Etappensieg – Positivbeispiele nachhaltiger Sportevents.....	17
Workshop A: Alles Wurst? – Umsetzung der Beschaffung von nachhaltigem Catering .....	18
Workshop B: Banden, Banner, Plakate & Co. – Umsetzung der Beschaffung von Nachhaltigem Venue Dressing.....	19
Workshop C: Fanshop – Umsetzung der Beschaffung von nachhaltiger Kleidung für Volunteers, Merchandise & Fanartikel .....	19
Workshop D: Punktrichter:in – Fördermittelweitergabe für Sportevents in Vereinen.....	20
Sportstudio – Wo sind die Grenzen gesellschaftlicher Verantwortung von Sportgroßveranstaltungen? .....	20
Aussteller:innen auf dem „Markt der Möglichkeiten“ .....	23
Empfehlungen und weiteres Informationsmaterial.....	25
Ausblick .....	27
Anlage: Liste der Teilnehmer:innen .....	28



## VORWORT

Liebe Teilnehmer:innen,  
Werte Sport-Interessierte,

am 5. und 6. September 2022 fand in Leipzig die erste bundesweite Konferenz zu Fairer Beschaffung von Sportartikeln und nachhaltigen Ausstattung von Sportgroßveranstaltungen statt.

Die Konferenz #Sport handelt Fair, hat an diesen beiden Tagen das Thema Nachhaltigkeit bei Sportevents und in der Beschaffung von Sportartikeln mit einem umfangreichen Programm von Fachvorträgen, praxisrelevanten Workshops, Best Practice Beispielen und Informationen zu fairen Sportprodukten vielfältig betrachtet.



Wir freuen uns, dass so viele Interessierte aus der Verwaltung, von Unternehmen und aus der Zivilgesellschaft den Weg in die Sportwissenschaftliche Fakultät Leipzig auf sich genommen haben.

Die Themen der Konferenz sind sehr spezifisch und herausfordernd, aber es gibt viele gute Gründe für mehr Nachhaltigkeit und schon sehr gute Beispiele, die kopiert werden können.

Wenn Sie nun zurück an Ihrer Arbeitsstelle sind und Fördermittelrichtlinien und Ausschreibungen so gestalten, dass Nachhaltigkeit und soziale Kriterien darin wichtige Bewertungspunkte sind, dann kann damit ein starkes Signal in die Wirtschaft gesendet und ein riesen Hebel in Bewegung gesetzt werden.



An dieser Stelle danken wir noch einmal allen Kooperationspartner:innen, Unterstützer:innen und Geldgeber:innen, ohne sie wäre diese Veranstaltung nicht möglich gewesen.

Wir hoffen, Sie haben – genauso wie wir – aus den zwei gut gefüllten Konferenztagen viel Inspiration, Motivation und neue Kontakte mitnehmen können. Diese Dokumentation soll Ihnen bei Ihrer weiteren Arbeit unterstützend zur Seite stehen.

Sport und dessen Akteur:innen können eine aktive Rolle zur Verbesserung der Menschen- und Arbeitsrechtsbedingungen in der Sportindustrie einnehmen. Wir freuen uns mit Ihnen gemeinsam am Ball zu bleiben und das Thema Nachhaltigkeit im Sport auch zukünftig weiter voranzubringen.

Ihr Organisationsteam  
Lisa Marquardt und Frieda Prochaska



---

Bei Fragen zur Konferenz oder weiterführenden Themen kontaktieren Sie uns gern!

**Lisa Marquardt**

Projektkoordination, Moderation  
[lisa.marquardt@leipzig-handelt-fair.de](mailto:lisa.marquardt@leipzig-handelt-fair.de)

**Frieda Prochaska**

Projektkoordination, Organisation, Logistik  
[frieda.prochaska@leipzig-handelt-fair.de](mailto:frieda.prochaska@leipzig-handelt-fair.de)



---

**Unterstützer:innen der Konferenz**

Die Konferenz ist ein Gemeinschaftsprojekt vom [Eine Welt e.V. Leipzig](#), dem [Entwicklungspolitischen Netzwerk Sachsen](#) und der Kampagne [Sport handelt Fair](#).

Finanziell gefördert wurde die Konferenz von Engagement Global mit ihrer Servicestelle Kommunen in der Einen Welt (SKEW) mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), dem Amt für Sport der Stadt Leipzig und dem Aktionsbündnis Fairer Handel Berlin. Als Kooperationspartner:innen konnten die Host Cities Leipzig und Berlin gewonnen werden.

---

**Konferenz-Unterlagen**

Sollten Sie auf alle Präsentationsdateien gesammelt zugreifen möchten, dann [finden Sie alle Unterlagen hier in einem Ordner zusammengestellt](#). Darüber hinaus sind die entsprechenden Präsentationen auch im jeweiligen Programmabschnitt dieser Dokumentation verlinkt.

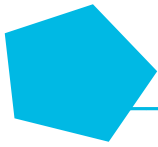
---

 **KONFERENZ-FILM**

Der kleine Dokumentations-Film vermittelt einen guten visuellen und auditiven Eindruck von der Konferenz. Er steht zur Nutzung und Weiterverteilung zur Verfügung.

[Link zum Film der Konferenz # Sport handelt Fair](#)





Moderation des Tages: Lisa Marquardt & Ronny Blaschke

### Aufruf – Begrüßung und Vorstellung des Teams

#### Referent:innen:

- HEIKO ROSENTHAL | Bürgermeister und Beigeordneter für Umwelt, Klima, Ordnung und Sport, [Stadt Leipzig](#)
- MARTIN FINKE | Vorstandsvorsitzender - Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen, Projektleiter „Fairplay im Sport und in sächsischen Kommunen“, [Eine Welt e.V. Leipzig](#), [Leipzig handelt Fair](#)
- STEFANIE LICHT | Referentin für Menschenrechte und Wirtschaft, [Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen e.V. \(ENS\)](#)
- ANTON KLISCHEWSKI | Koordinator der [Kampagne Sport handelt Fair](#); Mitarbeiter für Nachhaltigkeit, Inklusion, Events, Öffentlichkeitsarbeit beim [FC Internationale Berlin 1980 e.V.](#)
- ASHLEY KLEIN | Projektleiterin Fairer Handel und Faire Beschaffung, [Servicestelle Kommunen in der Einen Welt – SKEW](#)

Herr Rosenthal wies unter anderem darauf hin, dass das Thema Faire Beschaffung durch die Initiative der Zivilgesellschaft / Fair Trade Town Leipzig (seit 2011) in die Stadtverwaltung Leipzig Einzug fand. Sport ist ein guter Weg, um breitenwirksam in die Fairtrade-Produktpalette einzusteigen, um zu motivieren und zu begeistern. Ziel der Stadtverwaltung ist es, dass in den unteren Ligen nur noch Fairtrade Bälle benutzt werden. In Zusammenarbeit mit dem Leipziger Fußballverband wird so mit Kindern, Eltern und Ehrenamtlichen ein breites Publikum für das Thema angesprochen.

Martin Finke betonte, den für Leipzig glücklichen Umstand, dass der Umweltbürgermeister auch gleich der Sportbürgermeister ist. Seit dem Stadtratsbeschluss von 2017 werden für die Leipziger Schulen vom Amt für Schule mit Unterstützung des Eine Welt e.V. Leipzig fair gehandelte Bälle beschafft.

Mittlerweile gibt es bundesweit viele einzelne Initiativen, die in der Kampagne Sport handelt Fair miteinander vernetzt sind. Die Konferenz hier knüpft daran an und bietet Raum für Ideenaustausch und gegenseitige Unterstützung.

Stefanie Licht erläuterte, dass Leipzigs Engagement für Fairen Handel im Sport ein Leuchtturm in Sachsen ist, der auch auf andere Kommunen ausstrahlt. Dennoch gibt es im Freistaat Sachsen im Verhältnis zu anderen Bundesländern noch wenig im Bereich nachhaltige Beschaffung. Ökologische Kriterien sind z.T. vertreten, aber bei den sozialen Kriterien sind die Kommunen – bis z.B. auf Projekte in Markkleeberg, Pirna oder Chemnitz – noch nicht so mu-

tig. Es gibt noch ausreichend Wachstumspotential und auch wachsendes Interesse in den Kommunen, wie auch in Sportvereinen.

Anton Klischewski erläuterte, dass die Kampagne Sport handelt Fair ein Zusammenschluss von Sportvereinen, NGOs, Einzelpersonen, aber auch Kommunen ist, der sich gemeinsam in Deutschland für Sport, Fairer Handel, Nachhaltigkeit und globale Gerechtigkeit einsetzt und das Thema vorantreibt.

Die Konferenz ist ein wichtiger Treffpunkt vieler deutschlandweiter Akteur:innen und Multiplikator:innen und bietet den Raum für viel Erfahrungs- und Wissensaustausch, wie auch die Weiterentwicklung eines Fahrplans für die zukünftige Aktivitäten der Kampagne.

Ashley Klein erinnerte daran, dass es leider immer noch so ist, dass bei vielen Sportprodukten ein besonders hohes Risiko besteht, dass zentrale Menschenrechte in den Lieferketten verletzt werden. Dementsprechend ist es noch immer gängige Praxis, dass z.B. viele Näher:innen von Sportbällen nicht oder nur mit Hilfe massiver Überstunden in der Lage sind sich und ihre Familien zu versorgen. Es ist noch viel zu tun. Im Rahmen der UEFA EURO 2024 sollen die Kommunen frühzeitig unterstützt werden, die Spiele und Veranstaltungen drum herum so fair und nachhaltig wie möglich durchzuführen, bzw. derartige Großveranstaltungen zu nutzen, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auch auf diese Themen zu lenken.

Es ist wichtig, dass z.B. der Einkauf von Fairen Bällen nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel in der Beschaffung wird.

## Erklärung der Ausgangslage des Spiels – Entwicklungspolitische Einordnung

Referent: ANTON KLISCHEWSKI | Koordinator der [Kampagne Sport handelt Fair](#) mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit und Inklusion & Mitarbeiter für Nachhaltigkeit, Inklusion, Events, Öffentlichkeitsarbeit, [FC Internationale Berlin 1980 e.V.](#)

Die Sportartikelindustrie ist ein boomender Konsummarkt (2020: 18,5 Mrd. Ausgaben für Sportbekleidung/ -artikel in Deutschland). Sport stellt einen außerordentlich großen Hebel dar - sowohl im Bereich Konsum (15% der Kleidungsartikel weltweit sind Sportartikel), als auch im Bereich Klima (die Sportbranche produziert ungefähr so viel CO<sub>2</sub>-Ausstoß wie Schifffahrt und Flugverkehr zusammen). In der Sportartikelindustrie gibt es sehr lange Lieferketten, in denen täglich Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen stattfinden. Probleme für die Arbeiter:innen liegen in den Arbeitsrahmenbedingungen (z.B. Überstunden), der Arbeitssicherheit und den Hygienebedingungen.

### **Bsp. Sialkot/ Pakistan: Herstellung von Sportbällen**

- Näher:innen bekommen durchschnittlich 90 Cent Lohn pro konventionell hergestelltem Ball. Das entspricht rund 135 Euro pro Monat, dies liegt unter der Existenzsicherung.
- Meistens arbeiten die Männer in den Fabriken, Frauen und Kinder in Heim- und Handarbeit.

Nachhaltigkeit in der Lieferkette ist eine von mehreren Säulen, um Sport nachhaltiger zu machen. Transparenz und Sorgfaltspflicht gilt auch für große Sportvereine – spätestens ab 2024, aufgrund des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das dann auch für Unternehmen ab 1.000 Beschäftigte greift. Besonderheiten im Sport, im Vergleich zur Bekleidungsindustrie, sind Teamsportverträge mit Sponsoren, die lange Laufzeiten und vertragliche Verpflichtungen beinhalten. Aktuelle Praktiken großer Sportartikelhersteller sind eher „Greenwashing“ und Marketingaktionen – hauptsächlich für ökologische Kriterien –, als wirkliche gesamtheitliche Nachhaltigkeitsbestrebungen unter Einbeziehung sozialer Kriterien.



[Link zur Präsentation](#)

Die Deutsche Fußball Liga (DFL) hat sich zum Ziel gesetzt, als erste Profiligena Nachhaltigkeit in der Lizenzierung zu verankern. Dafür wurde eine neue Nachhaltigkeitsrichtlinie entwickelt, die die Clubs bis 2023/2024 umsetzen müssen. Jedoch sind die Kriterien sehr schwach. Im Bereich Lieferkettenmanagement z.B. wird vorerst nur der Status-Quo abgefragt, aber keine Maßnahmen vorgeschrieben. D.h. bisher fehlt ein Konzept, das wirklich etwas verändert. Es braucht den Druck der Zivilgesellschaft und Unterstützungsmöglichkeiten, dass mehr Mut und Verantwortungsübernahme von den Sportverbänden kommt.

Erfolgsfaktoren können dabei sein: die Wahrnehmung von Beratungsangeboten, Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Aktionen und Pilotprojekten, Förderung fair zertifizierter Sportprodukte, wie auch enge Zusammenarbeit von Kommunen und Vereinen.



Darüber hinaus braucht es die Initiative von Sportler:innen, Vereinen und der Zivilgesellschaft. Jede/r kann einen großen Einfluss haben. Viele Beispiele zeigen, dass es möglich ist, im Kleinen etwas auf die Beine zu stellen, wenn man mutig und auch etwas „verrückt“ ist

### Ergänzende thematische Links:

- [Machbarkeitsstudie zur Nachhaltigen Beschaffung von Textilien im Profisport](#), FEMNET, 2022
- [Positionspapier „Nachhaltiger Sport 2030“](#) des BMUV
- [Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz](#) (ab 2023 für Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitenden, ab 2024 Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitenden)
- Kampagne [Pay Your Workers](#) und [Kampagne für Saubere Kleidung](#)
- Bsp. für Menschenrechtsverletzungen: ANTA Sports Products – Offizieller Ausrüster der Teamsportkollektion des IOC für die Olympischen Winterspiele 2022: ANTA Sports verarbeitet Baumwolle aus der westlichen Region Xinjiang, in der die uigurische Minderheit von der chinesischen Regierung systematisch unterdrückt wird. ([Link](#))
- Cum razione: [Die Vereine im Ranking - So fair sind ihre Shops!](#)
- [Deloitte Sports Retail Study 2022](#): Sportartikelindustrie: Digitalisierung und Nachhaltigkeit spielen eine immer zentralere Rolle
- [FC Internationale ist Gewinner des Preises Nachhaltigkeit im Sport](#), Kategorie Verein & Verband

---

## Rote Karte! – Bericht aus dem Globalen Süden

---

### Referenten:

- MUHAMMAD W. | Bildungsreferent, Forum für Umwelt und gerechte Entwicklung ([FUgE Hamm e.V.](#))
- MARCOS A. DA COSTA MELO | Interkulturpromotor für den Regierungsbezirk Arnsberg, Forum für Umwelt und gerechte Entwicklung ([FUgE Hamm](#))

Muhammads Heimat ist Sialkot, die „Hauptstadt der handgenähten Fußbälle der Welt“ in Pakistan. Seit 2016 ist Muhammad in Deutschland.

Als Kind musste er Fußbälle nähen. Es begann mit 9 Jahren damit, dass er – wie seine Geschwister auch – zuhause den Eltern beim Nähen half und so die Techniken lernte. Die Arbeitsbedingungen waren schlecht, die Auftragslage sehr unsicher, so dass er mit 12 Jahren direkt nach Sialkot gehen musste, um für das Familieneinkommen mit zu verdienen. Mit 12 Jahren hat er anfangs nur 2-3 Fußbälle pro Tag geschafft – in stundenlanger Arbeit auf dem Boden sitzend, oft ohne Pause. Wenn er nur zwei Bälle pro Tag schaffte, dann war es viel zu wenig Lohn für diesen Tag.



Muhammad ging sehr gern in die Schule. In seinem Dorf konnte er aber nur selten hingehen, in Sialkot dann gar nicht mehr, da er fast durchgängig arbeitete. Nur alle drei bis vier Wochen konnte er für einen Tag seine Eltern besuchen.

Muhammad betonte, dass in einem schön und bunt aussehenden Ball sehr viel harte Arbeit steckt und es unvorstellbar ist, was Menschen für Essen tun müssen. Im Video zeigt er, wie er damals als Kind die kleinen sechseckigen Teile zu Bällen zusammengenäht hat. Er erläutert, dass jetzt das Material besser und weicher ist, 2012 war es noch viel härter. Zuerst mussten entlang der Ränder der Teile die Löcher per Hand mit einem Nagel hineingestochen werden. Dann werden die Ballteile mit Hilfe eines Stocks zusammengedrückt, um mit einer kleinen Nadel die Teile zusammennähen zu können. Das Material ist hart, die Nadeln spitz, die Nähschnur sehr hart und einschneidend, es muss schnell gearbeitet werden. Es gibt auch keine Sicherheitsmaßnahmen. Deswegen ist die Verletzungsgefahr groß, Verletzungen und blutende Hände sind leider „alltäglich“.

Auch wenn diese Arbeit gefährlich und sehr schlecht bezahlt ist, haben die Menschen kaum eine andere Wahl. Um ihre Familien ernähren zu können, müssen auch die Kinder mitarbeiten.

Muhammad wünscht sich, dass wir uns hier bewusstmachen, was es bedeutet, Fußbälle zu kaufen, die nicht unter fairen Bedingungen hergestellt wurden – in diesen Bällen steckt mit großer Wahrscheinlichkeit Kinderarbeit! Mit fair gehandelten und fair bezahlten Bällen haben die Familien die finanziellen Möglichkeiten, dass die Kinder in die Schule gehen können und nicht arbeiten müssen. Muhammad



hofft für seine Nichten und Neffen in Pakistan, dass die Kinderarbeit abgeschafft wird. Seit 2012 hat sich zwar schon viel geändert, aber für viele Familien und Kinder ist sein damaliger Alltag auch heute noch Realität.



Muhammad arbeitet nun als Erzieher in einem Kindergarten und möchte in einem Jahr soziale Arbeit studieren. Er möchte aber weiterhin mit FUGe Hamm e.V. und anderen Organisationen zusammenarbeiten um gegen die Kinderarbeit zu kämpfen. Denn diese betrifft nicht nur Fußbälle, sondern viele andere Produkte unseres Alltags aus verschiedenen Ländern. Muhammad erhofft sich, dass in Deutschland mehr und mehr Menschen klar wird, was Kinderarbeit mit Menschen macht. Er wünscht sich, dass alle Verantwortung dafür übernehmen und etwas dagegen tun, wenn sie einkaufen gehen. Jeder Cent Lohn mehr hilft den Familien.

Offiziell ist in Pakistan Kinderarbeit verboten, jedoch ist das Problem damit nicht behoben. Im Verborgenen findet weiterhin ausbeuterische Kinderarbeit statt.



[Link zum Film „Ein Ball. Fairer Fußball jetzt!“](#)

## Der Zeigwart empfiehlt – Liste empfehlenswerter Sport-Produkte

Referent: ANTON KLISCHEWSKI | Koordinator der [Kampagne Sport handelt Fair](#) & Mitarbeiter der Nachhaltigkeit, Inklusion, Events, Öffentlichkeitsarbeit, [FC Internationale Berlin 1980 e.V.](#)

### Sport handelt Fair Produktliste (Stand 09/2022)

Der Markt für fair zertifizierte Sportartikel ist bisher noch klein, aber wachsend. Und die Anfragen „Wo gibt es denn ökologisch und fair hergestellte Sportartikel?“ häufen sich zusehends. Deswegen haben sich [Sport handelt Fair](#) und der [Eine Welt e.V. Leipzig](#) intensiv mit Produkten und Herstellern von Sportartikeln auseinandergesetzt, um zum ersten Mal eine öffentlich verfügbare Liste empfehlenswerter Sportprodukte zusammenzustellen. Entsprechend gängiger Praxis beim Bewerten der Nachhaltigkeit von Produkten erfolgte die Betrachtung möglichst entlang der gesamten Lieferkette. Hierbei werden gleichermaßen soziale wie ökologische Faktoren berücksichtigt.

Auf der Seite von [Sport handelt Fair](#) sind das Vorgehen und die Kriterien bei der Auswahl im Detail beschrieben. Da die Produktliste auch einen Fokus auf Empfehlungen für Schul- und Vereinssport legt, kann in der Liste unterschieden werden, ob die Produkte für Einzelpersonen, Vereine oder Kommunen geeignet sind. Außerdem bietet die Liste Filtermöglichkeiten nach Sport- und Produktarten und kategorisiert nach Oberbekleidung/Shirt, Unterbekleidung/Hosen, Schuhe, Bälle, Accessoires/Zubehör und Sportmaterial.

Aktuell sind rund 160 Artikel in der Liste aufgeführt. Jedoch verändert sich der Markt schnell und die Liste lebt von Aktualisierungen und Ergänzungen. D.h. bitte informieren Sie Sport handelt Fair sehr gern jederzeit (per email an [info@sporthandeltfair.com](mailto:info@sporthandeltfair.com)), wenn Sie Produkte sehen, die noch auf der Liste fehlen!

- Einzelperson
- Kommune
- Verein

Fairness-Faktoren

- C2C
- FAIR BAND
- Fair Wear Foundation
- Fairtrade
- Fairtrade-certified
- GOTS
- GRS
- Grüner Knopf

Alle Anbieter ▾

Alle Sportarten ▾

Alle Produktarten ▾



Referentin: [KATJA GNITKE](#) | Rechtsanwältin, Fachanwältin für Vergaberecht | [WMRC Rechtsanwälte](#) Wichert und Partner mbB

In dem Vortrag wurde „faire Beschaffung“ aus der juristischen Perspektive erläutert. Im Fokus standen dabei geltende Regelungen, Möglichkeiten der Verankerung fairer Kriterien im Vergabeverfahren und Besonderheiten bei Finanzierungen aus Zuwendungen.

Das Vergabe- und Zuwendungsrecht hat diverse Vorschriften, Verordnungen, Regelungen etc. zu beachten. Dies betrifft nicht nur Kommunen, sondern auch Vereine, wenn sie z.B. öffentliche Gelder oder Fördermittel erhalten und an die Projektnebenbestimmungen (z.B. die ANBestP) gebunden sind.

Es ist möglich, faire Kriterien und Zielstellungen des fairen Handels im Vergabeverfahren zu implementieren. Denn im Rahmen eines Beschaffungsverfahrens dürfen die Auftraggeber Kriterien für den Beschaffungsgegenstand festlegen (z.B. Volleybälle, bei denen es in der Lieferkette keine Kinderarbeit gibt). Deswegen können soziale, ökologische Kriterien und die des Fairen Handels festgelegt werden. Die Herausforderung sind dabei aber die Kriterien des Fairen Handels, denn das ist kein feststehender Begriff. Allerdings können die Berücksichtigung der [Kernarbeitsnormen der International Labour Organisation \(ILO\)](#), gewisse ökologische Gesichtspunkte und die Zahlung fairer Preise einbezogen werden.

Seit 2014 herrscht das allgemeine Verständnis, dass Vergaberecht auch ein Mittel ist, um strategische Ziele zu verwirklichen. Ein strategisches Ziel ist auch die Einhaltung von sozialen oder fairen Kriterien in der Beschaffung. Der Auftraggeber kann selbst entscheiden, ob er es berücksichtigen möchte. Die maßgeblichen Bestimmungen dazu sind § 97 GWB, § 127 GWB und § 31 VgV zur Leistungsbeschreibung (siehe Präsentation) verankert. Grundsätzlich müssen auch immer die Grundsätze des Vergaberechts (Wettbewerb/Gleichbehandlung, Transparenz, Bestimmtheit, Wirtschaftlichkeit, Verhältnismäßigkeit) einbezogen werden.

Frau Gnitke wies außerdem darauf hin, dass die Produktliste von Sport handelt Fair an sich kein Beschaffungskriterium sein kann, denn es ist grundsätzlich wichtig, dass jede Beschaffung immer produktneutral ausgeschrieben wird! D.h. es werden verschiedene Kriterien des Gegenstands definiert, aber keine konkreten Produkte benannt. Allerdings kann der Auftraggeber zur Formulierung der Beschaffungskriterien beispielsweise diese nutzen, die Grundlage für die Auswahl der Produktliste sind.

In der Ausschreibung haben Auftraggeber an verschiedenen Stellen die Möglichkeit soziale Kriterien zu fordern. Je nach Ergebnis Ihrer Marktrecherche, können Sie diese Kriterien als MUSS, also als zwingende Voraussetzung für ein Angebot der Unternehmen oder als KANN-Kriterien in den Ausschreibungsunterlagen festlegen. Sollte Ihre Marktrecherche eine große Auswahl an potentiellen Bietern ergeben haben Sie mehr Handlungsspielraum, da Sie nicht befürchten müssen, dass zu wenige Unternehmen die Bedingungen erfüllen. Somit können Nachhaltigkeitskriterien als MUSS-Kriterien in die Leistungsbeschreibung oder in die Vertragsbedingungen aufgenommen werden. Wenn Ihre Marktrecherche nur wenige Anbieter ergeben hat, empfiehlt sich mindestens eine Verankerung der Nachhaltigkeit als KANN-Kriterium in den Zuschlagskriterien. So können sich Anbieter sowohl mit konventionellen wie auch nachhaltigen Produkten bewerben. Sie senden aber ein starkes Signal an den Markt, dass Ihnen das Thema Nachhaltigkeit wichtig ist und dass nachhaltige Produkte bei Ihrer Ausschreibung zusätzlich positiv bewertet werden. Sollten Sie keine Anbieter finden die in ihrer Produktion soziale Kriterien berücksichtigen, ist dennoch eine Verankerung der sozialen Nachhaltigkeit in den Zuschlagskriterien



als KANN- Bestimmung zu empfehlen, um den anbietenden Unternehmen ein Zeichen für zukünftige Ausschreibungen zu senden und zu zeigen, dass Ihrer Kommune dieses Thema wichtig ist. Gegenstand der Marktrecherche sollte auch die Frage sein, welche Nachweise (z. B. Gütezeichen) für die Kriterien zur Verfügung stehen.

Zusätzlich ist zu bedenken, dass der oft als behindernd wahrgenommene „Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit“ aber auch einen großen Handlungsspielraum bietet. Denn der Auftraggeber selbst bestimmt, was die Kriterien der Wirtschaftlichkeit sind! Auch Langlebigkeit und ökologische Gesichtspunkte können wirtschaftlich sein.

Am Ende des Vortrags betonte Frau Gnittke noch einmal die großen Möglichkeiten derjenigen, die öffentliche Gelder vergeben. Denn in den Formulierungen von Zuwendungsbestimmungen ist die öffentliche Hand sehr frei! D.h. Sportförderrichtlinien und Zuwendungsbescheide können z.B. Formulierungen wie „Bei dem Projekt sind faire Produkte zu verwenden.“ enthalten, dann wären faire Bedingungen Teil der Sportförderung.

Weiterführende, interessante Punkte aus der Diskussion:

- Soziale Kriterien sind keine „vergabefremde Kriterien“ – das ist nicht aktueller Stand der Beschaffung. Sie sind Kriterien wie alle anderen. Es sind Leistungsmerkmale, die die Beschaffer:innen selbst festlegen können. Kommunale Gremien (Stadtrat, Gemeinderat) können grundsätzlich festlegen, dass soziale Kriterien gewollt sind. Das ist eine politische und keine vergaberechtliche Frage.
- In der Praxis scheitern viele Vergabeverfahren auch ohne besondere Nachhaltigkeitskriterien. So oder so ist es aber wichtig vorher eine gute Marktergründung durchzuführen, um gute und erfüllbare Kriterien zu definieren!
- Ab 01/2023 tritt das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz in Kraft. Viele Unternehmen müssen sich dann sowieso mehr mit ihren Lieferketten auseinandersetzen.
- Vergaberechtlich können keine Prozesskriterien (wie z.B. die Aussage eines Unternehmens in Zukunft die Arbeitsbedingungen zu verbessern, Gewerkschaften einzuführen, ...) in der Beschaffung verankert werden! Denn es können nur Kriterien aufgestellt werden, die den Auftragsgegenstand betreffen!



[Link zur Präsentation](#)

Ergänzend an dieser Stelle der Hinweis zum [Leitfaden zur Ausschreibung von sozial verantwortlichen Sportartikeln](#) vom Eine Welt e.V. Leipzig und der Kampagne Sport handelt Fair, der von Frau Gnittke juristisch geprüft wurde. Mit dieser Handreichung bekommen Sie einen praxisnahen Leitfaden, inklusive konkreter Textbausteine, an die Hand.

## Erste Liga der Bällebeschaffung – erfolgreiche Beispiele aus Kommunen

### Beispiel 1: Faire Bälle für Münchner Sportschulen

**Referentin:** SYLVIA BARINGER | SG Nachhaltige Entwicklung, RKU-I-11, Fachstelle Eine Welt | [Referat für Klima- und Umweltschutz](#), Geschäftsbereich | Umweltvorsorge, Landeshauptstadt München

In der Landeshauptstadt München gibt es seit 2011 einen Grundsatzbeschluss des Stadtrates zur Weiterentwicklung der sozial-verantwortlichen Beschaffung. Damit einhergehend war, dass für Produkte nicht mehr nur Eigenerklärungen von Anbietern, sondern Gütesiegel zum Nachweis sozialer Kriterien gefordert werden. Die ersten Themen waren dabei Natursteine und Sportbälle. Dementsprechend erfolgte der Auftrag an das Referat für Bildung und Sport, bei neuen Rahmenverträgen für Münchner Schulen über genähte Bälle, nur noch Sportbälle mit Gütezeichen des Fairen Handels zu beschaffen.



Wichtig für die Umsetzung war das gemeinsame Fachgespräch (Bieterdialog) mit den Herstellern/Händlern und den Vergabestellen, wie auch Fairhandels-Organisationen und der Zivilgesellschaft, um die Voraussetzungen für die Umstellung auf Faire Bälle zu diskutieren. Um die Schulen mit ins Boot zu holen und sie zu motivieren, wurden qualitative Bälletests mit Lehrkräften und Schüler:innen durchgeführt – begleitet von intensiver Kommunikation innerhalb der Verwaltung und Pressearbeit für die Öffentlichkeit.



[Link zur Präsentation](#)

---

## Beispiel 2: Förderung von Sportartikeln aus Fairem Handel in Berlin

Referent: [MARKUS RIEGER](#) | [Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport](#), Berlin



Eine anfängliche Initiative verschiedener Akteur:innen der Zivilgesellschaft hat sich ab 2017 bemüht, auf die Produktionsbedingungen von Sportmaterialien hinzuweisen und Sportvereine dafür zu sensibilisieren. Über die Themenplatzierung bei städtischen Abgeordneten gelangte das Thema in die Verwaltung und es wurden 2017 die ersten fair gehandelten Bälle beschafft und zum Test an verschiedene Vereine verteilt.

2018 startete dann ein Förderprogramm. Die Mittel werden über den Landessportbund Berlin e.V. an Berliner Sportvereine verteilt. Es werden 50% der Kosten

bei der Beschaffung von Fairtrade Sportprodukten übernommen. Um Vorbehalte gegenüber den eher unbekanntem Fairtrade-Bällen in den Vereinen entgegenzuwirken, wurden auch in Berlin Test-Events organisiert. 2023 stehen dafür 100.000 Euro zur Verfügung. Außerdem gibt es ein Sammelbestellverfahren für Schulen, die ohne extra Ausschreibungen Fairtrade-Bälle bestellen können.



[Link zur Präsentation](#)

---

## Beispiel 3: Faire Bälle für alle Leipziger Fußballnachwuchsmannschaften

Referent: [FRANK DANNHAUER](#) | Sachgebietsleiter [Sportförderung, Amt für Sport](#) | Stadt Leipzig

In Leipzig hat das Projekt das Ziel, den Trainings- und Wettkampfbetrieb aller Nachwuchsmannschaften im Bereich des Fußballverbandes Stadt Leipzig (FVSL) mit fair gehandelten Bällen auszustatten. Die Leipziger-Gruppe (stadteigene Unternehmen) und die Stadt Leipzig unterstützen die Sportvereine finanziell bei der Beschaffung, koordiniert durch den FVSL. Die Motivation dazu war die Überlegung, welche Entwicklungen können im Rahmen der UEFA EURO 2024 für den Basisfußball gewinnbringend vorangetrieben werden.

Darüber hinaus sind im 2017 verabschiedeten „Sportprogramm 2024 für die Stadt Leipzig“ auch Schwerpunkte für die Sportförderung enthalten. Das bedeutet im Detail: „Im Förderbereich Kleinsportgeräte werden vorrangig Geräte und Ausstattungen, gefördert, die Fair Trade Produkte sind.“ Dies kann in den Zuwendungsbescheiden dann noch weiter ausdifferenziert werden.

Nach Testphasen zu unterschiedlichen Bällen – von Vereinen/ Spieler:innen – werden nun alle Spiele des Nachwuchses im Bereich des FVSL nur noch mit fair gehandelten Bällen gespielt, Vereine bekommen eine Erstausrüstung mit derartigen Bällen finanziert und bekommen bei Nachbestellungen eigene Logo-Brandings mitfinanziert. Die Beschaffung/Bestellung läuft gesammelt über den Fußballverband, nicht durch die Stadt Leipzig selbst.

Der nächste Schritt in Leipzig ist die Ausweitung auf die Verbände für Handball und Volleyball, mit dem Ziel dort ähnlich zu verfahren.



[Link zur Präsentation und zur „Fachförderrichtlinie Sport“ der Stadt Leipzig](#)

## Workshop 1: Änderung der Spielregeln - Förderrichtlinien für Sportartikel

### Referenten:

- MARKUS RIEGER | Sport und Gesellschaft, [Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport](#), Berlin
- MICHAEL JOPP | stellv. Projektleitung & Nachhaltigkeitsmanagement EURO 2024; [Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport](#), Berlin

Über die Vergabe von Fördergeldern kann die öffentliche Verwaltung die Beschaffung von fair gehandelten Sportmaterialien fördern oder innerhalb von Projekten verbindlich machen. Am Beispiel von Berlin und anhand von vier konkreten Fragestellungen wurden gemeinsam Handlungsspielräume erarbeitet. Dabei gibt es Erfolgsfaktoren, aber es sollte auch immer mit Widerständen gerechnet werden.

Aufgrund dessen wurde grundsätzlich betont, dass es wichtig ist, das Bewusstsein für diese Themen auf allen Ebenen zu steigern. Vorteilhaft ist es auch, zum einen den Zuwendungsbescheid und andererseits aktiv Feedback-Gespräche mit Fördermittelempfänger:innen zu nutzen, um gemeinsame Lösungen zu entwickeln.



Aus der Gruppenarbeit ergaben sich folgende praxisrelevante Tipps:

- Sensibilisierung und Bildungsarbeit, bei Entscheidungsträger:innen, in Vereinen; aber auch über die Spitzenverbände Akzeptanz schaffen (Stadt, Land, Bezirk, Bund, ...)
- Händler/Hersteller etc. kontaktieren: Nachfragen stellen zu Rohstoffen, Produktionsstätten, Informationen zur Lieferkette erfragen etc.; Aufzeigen der Nachfrage und den Wunsch zur Umstellung
- über die Nachfrage und den Wunsch der Umstellung informieren bzw. mit dem Hinweis auf die Produktliste von Sport handelt Fair darauf hinweisen, dass auch andere Händler existieren
- Positivbeispiele kommunizieren und gute Zugänge finden (wie z.B. an „sozialen“ Nachhaltigkeitsthemen interessierte Vereine)
- Netzwerke bilden, sowie bestehende Expertisen und Beratungsangebote nutzen (z.B. lokale, regionale Gruppen von CCC und Sport handelt Fair)



[Link zur Präsentation](#)

## Workshop 2: Trainingshilfe - Praktische Nutzung des „Kompass Nachhaltigkeit“

### Referentinnen:

- ASHLEY KLEIN | Projektleiterin Fairer Handel und Faire Beschaffung | Servicestelle Kommunen in der Einen Welt – [SKEW](#)
- THERESA GÜLDENRING | Projektmitarbeiterin Fairer Handel und Faire Beschaffung | Servicestelle Kommunen in der Einen Welt – [SKEW](#)
- SYLVIA BARINGER | SG Nachhaltige Entwicklung, RKU-I-11, Fach-stelle Eine Welt | [Referat für Klima- und Umweltschutz](#), Geschäftsbereich I Umweltvorsorge | Landeshauptstadt München

Das Webportal „Kompass Nachhaltigkeit“ bietet umfangreiche Informationen zur fairen und nachhaltigen Beschaffung sowie zahlreiche Praxisbeispiele aus Kommunen. Am Beispiel der Beschaffung von Bällen in der Stadt München wurden in diesem Workshop konkret praktische Umsetzungsmöglichkeiten beim Einkauf fair produzierter Sportartikel und der Nutzung des „Kompass Nachhaltigkeit“ vorgestellt.



Aus dem Workshop sind folgende Kernaussagen hervorgegangen:

- Es gibt zentrale Unterstützungsmöglichkeiten, wie den „Kompass Nachhaltigkeit“, den man ganz gezielt nutzen kann, wenn man soziale Kriterien in Ausschreibungen berücksichtigen möchte.
- Es gibt schon zahlreiche gute Praxisbeispiele in Kommunen, wie bspw. München, die zeigen, dass das Rad nicht immer wieder neu erfunden werden muss und dadurch auch eine gute Orientierungshilfe bieten. Diese Beispiele finden sich auch zu großen Teilen auf dem Portal „Kompass Nachhaltigkeit“.
- Mut zeigen und Faire Beschaffung wagen!



[Link zur Präsentation](#)

### Workshop 3: Die Spielregeln kennen – Frage eine Juristin

**Referentin:** [KATJA GNITKE](#) | Rechtsanwältin, Fachanwältin für Vergaberecht | [WMRC Rechtsanwälte](#) Wi- chert und Partner mbB

Dieser Workshop bot die Möglichkeit, sehr viele konkrete Fragen zu Vergabe- und Zuwendungsrecht zu diskutieren.

- Bezugnehmend auf die Vorträge im Plenum wies Frau Gnittke noch einmal darauf hin, dass auch bei öffentlichen Zuwendungen rechtliche Vorgaben an das Vergaberecht eingehalten werden müssen (wenn z.B. ein Verband größere Mengen an Sportbällen anschafft). Kommunen sind i.d.R. verpflichtet die ANBest P in die Zuwendungsbescheide aufzunehmen, in der geregelt ist, ab welchen Summen Vergleichsangebote oder Ausschreibungen nötig sind. Im Verwendungsnachweis ist dies durch den Zuwendungsempfänger auch zu dokumentieren.
- Einige Ballarten sind nicht mit Fairhandels-Siegel zu erwerben. Bei Lederbällen (Medizinbälle) kann es sinnvoll sein, in die Ausschreibung Kriterien zur Lederproduktion aufzunehmen, bei der z.B. in den Gerbungsprozessen keine besonders umweltschädlichen oder gesundheitsgefährdenden Stoffe eingesetzt werden dürfen.
- Es wurde auch darauf hingewiesen, dass nach Zuwendungsrecht ein abgefragtes Siegel ein unabhängiges Siegel sein muss um ein Gütezeichen im Sinne des Gesetzes zu sein. Die Kontrolle muss also unabhängig von den Firmen geschehen, firmeneigene Siegel sind nicht erlaubt.
- Es entspann sich eine engagierte Diskussion zum Thema „Regionalität“. Frau Gnittke wies noch einmal darauf hin, dass Regionalität als Kriterium so nicht einfach erlaubt sei. Vorgaben zu Transportwegen (auch je nach Transportmittel unterschiedlich gewichtet) wären denkbar. Denkbar ist auch das Erfragen von Konzepten, obwohl dies einen höheren Aufwand bei der Erstellung einer transparenten Bewertungssystematik nach sich zieht.
- Verschiedene Teilnehmer:innen betonten die Bedeutung von besserer Kommunikation mit Händlern oder Anbietern, um Probleme vorzeitig zu erfahren oder auch kreative Lösungen oder Angebote von Anbieterseite aufnehmen zu können.



[Link zur Präsentation](#)

---

## Workshop 4: Orientierungstraining – Durchblick im Siegeldschungel

---

### Referentinnen:

- SANDRA DUSCH SILVA | Referentin für nachhaltige Lieferketten und Kleidung | [Romero Initiative \(CIR\)](#)
- ALMUT IHLING | Referentin Globales Lernen; Arbeitsbereiche: Bildungsprojekt Die HANDY-Connection, Spielzeug, Fußball, Faire IT-Produktion, Elektroschrott, Erwachsenenbildung | Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung – [WEED e.V.](#)



Im Workshop wurde der Labelchecker der Initiative Romero (CIR) vorgestellt. Die beiden Referentinnen verdeutlichten, warum ein kritischer Umgang mit Siegeln und Zertifizierungen wichtig ist und welche Kriterien der Beurteilung im Siegelchecker zugrunde liegen. Die Teilnehmenden teilten ihre eigenen Erfahrungen mit Siegeln und ihre Unsicherheit, welche Zertifizierung wann geeignet und vertrauenswürdig ist. Ein großes Thema war die Glaubwürdigkeit von Audits.

Die beiden Referentinnen beantworteten viele Detailfragen zu Zertifizierungsprozessen. Es entstand ein Konsens zwischen den Teilnehmenden, dass ge-

nau überlegt werden muss, welche Nachhaltigkeitsaspekte bei der Herstellung oder Nutzung eines Produktes berücksichtigt werden sollten, um danach das entsprechende Siegel wählen zu können. Darüber hinaus teilten einige Anwesende ihre positiven Erfahrungen mit Bieterdialogen bzw. der direkten Kommunikation mit dem Markt, um Unklarheiten bezüglich verschiedener Audits und Siegel abzubauen.



[Link zur Präsentation](#)

---

## Workshop 5: Die Hürden kennen– Gute Gründe für Faire Beschaffung – Frag' eine Einkäuferin

---

### Referentinnen:

- JULIANE KÜHNRICH | Projektleitung, [Kompetenzstelle Faire Beschaffung](#) Berlin c/o Engagement Global
- INA RÖDER | Sachgebietsleiterin Beschaffung und Betrieb, [Amt für Schule, Stadt Leipzig](#)
- ALEXANDRA SIEGNER | Sachbearbeiterin Beschaffung und Betrieb, [Amt für Schule, Stadt Leipzig](#)

Zu Beginn des Workshops wurden gute Gründe für Nachhaltige Beschaffung, wie z.B. die Vorbildfunktion der Öffentlichen Hand und deren hohes Einkaufsvolumen besprochen. Einkaufsstrategien können dabei mit politischen Zielen verbunden, sowie der Markt durch Erhöhung der Anforderungen entwickelt werden.

Dennoch gibt es weiterhin vielfältige Hürden. Auf der Seite der Auftraggebenden sind es z.B. knappe personelle und finanzielle Ressourcen, fehlendes Detailwissen, Markt- und Produktkenntnis, Schwierigkeiten bei der Nachweisprüfung und Umsetzung, aber auch Vorbehalte und Unsicherheiten. Im Zusammenhang damit ist auch eine Anpassung der Fehlerkultur erforderlich. Mitarbeitende von Verwaltungen brauchen politische Rückdeckung.

Zur Überwindung der Hürden wurden besprochen, z.B. erst einmal kleine Schritte zu gehen und Schulungs- und Kompetenzstellen unterstützend einzubinden. Auch eine Verschiebung des Fokus auf Lebenszykluskosten, die auch Wirtschaftlichkeitsziele sein können, wurde begrüßt.

Die Teilnehmenden haben daraufhin aus ihrem Erfahrungsbereichen mögliche Hürden, Lösungsansätze und Unterstützungsbedarfe diskutiert, wie z.B.:

- Um das Problem zu umgehen, dass nicht jeder Anbieter alle fairen Bälle liefern kann, kann die Ausschreibung „Fairer Bälle“ als gesondertes Los für jede Sportart, d.h. jede Ballart als ein Los, erfolgen.

- Unterstützungs-/ Aufklärungsangebote aus der Zivilgesellschaft oder offizielle Fortbildungsangebote (z.B. „Verwaltungsakademie Berlin“) nutzen
- Der Kontakt zu Sportlehrer:innen ist wichtig, denn sie gehen zur Schulleitung und fordern Faire Bälle. In Leipzig wurden dafür Infobriefe zu Fairen Bällen an die Schulen verschickt, Beratungen für die Schulleitungen, Workshops von/mit der Zivilgesellschaft/ Vereinen/ außerschulischen Bildungsinitiativen zur Sensibilisierung durchgeführt.
- Die unterschiedlichen Strukturen der Beschaffungen bleiben eine Herausforderung: eine zentrale oder viele kleine Stellen.

Grundsätzlich wurde von den Teilnehmenden betont, dass die politische Unterstützung aus dem Stadtrat – der politische Auftrag – wichtig und hilfreich sind. Darüber hinaus müssen aber dann auch die notwendigen Bedingungen für die Umsetzung in der Verwaltungspraxis geschaffen werden.

Als ein weiterer wichtiger Erfolgspunkt wurden enger Kontakt und gute Kommunikation zwischen den Einkäufer:innen und den Nutzenden herausgestellt, auch wenn dies zeit- und arbeitsaufwendig ist.



[Link zur Präsentation](#)

## Nach dem Spiel ist vor dem Spiel – Verantwortung in der Sportartikelherstellung

Diskutierende:

- [RONNY BLASCHKE](#) (Moderation) | [Journalist und Autor](#) | Schwerpunkte Gewalt, Diskriminierung, gesellschaftliche Hintergründe und Geopolitik im Sport
- [LARA SCHRÖDER](#) | Assistenz Geschäftsführung, Schwerpunkte Nachhaltigkeit und Entwicklungstheorie, [cum razione gGmbH](#)
- [WOLFRAM NIMMERRICHTER](#) | CSR Manager | [Sport-Thieme GmbH](#)



Im Rahmen der offenen Diskussionsrunde der Abendveranstaltung wurden verschiedene Aspekte der Verantwortung und Nachhaltigkeit diskutiert, die in Unternehmen oder in Sportvereinen umgesetzt werden können.

Lara Schröder erläuterte das Vorgehen der Neuauflage des Rankings der Fußballvereine „[So fair sind ihre Shops](#)“ und betonte, dass damit die Diskussionen in den Vereinen und das Bewusstsein stark zugenommen hat.

Wolfram Nimmerrichter berichtete aus der Perspektive der Sport Thieme GmbH. Im ersten Schritt wird im eigenen Haus an der Nachhaltigkeit gearbeitet

und dann im zweiten Schritt werden die Produkte und Lieferketten angegangen. Außerdem ergänzte er, dass die großen Verbände (z.B. Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. – BSI) stärker genutzt werden könnte, um mehr Firmen für Themen des Fairen Handels zu erreichen.

Danach entbrannte sich eine rege Diskussion, die Optionen der offenen „Fishbowl“ wurden vielfach von den Teilnehmenden genutzt.

Zum Beispiel wurde diskutiert, dass Nachhaltigkeit ja eigentlich weniger oder kein Konsum bedeuten würde, was im Widerspruch zu großen Merchandise-Sortimenten steht. Die Runde war sich einig, dass grundsätzlich mehr der Kern des Sports, nämlich das Zusammenkommen an sich und nicht der Produktkonsum betont werden müsste.

Weiter stand die Frage im Raum, wie Fans und Vereinsmitglieder mehr Druck auf ihre Vereine machen könnten: z.B. über die Nachfrage am Fanshop oder die Möglichkeiten der Hauptversammlungen zu nutzen, denn dann stehen die Themen in den Protokollen.

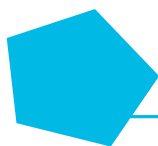
Wie schon im Laufe der Vorträge der Konferenz angesprochen, wurde nochmals der für den Sport wichtige Aspekt der Nutzung von Kunstfasern und Recyclingmaterialien besprochen. Denn bei den aktuell auf dem Markt befindlichen Produkten aus recyceltem Polyester sind nicht automatisch soziale Kriterien enthalten.

In Bezug auf die UEFA EURO 2024 wurde am Ende noch einmal die Hebelwirkung der Host Cities betont, z.B. bei der Einkleidung der Volunteers. Vertreter:innen der Host Cities bekräftigten, dass es aufwendige und herausfordernde Bemühungen sind, aber dass sie dranbleiben, um nicht den Preis, sondern Qualität und soziale wie ökologische Kriterien bei der Vergabe am Ende entscheidend zu verankern.

Links/Hinweise aus der Runde:

- [Stellungnahme Unsere Kurve e.V.](#) zur Taskforce Zukunftsarbeit der DFL
- Mitmachaktionen der [Planet League](#) oder von [Pledgeball](#) für Nachhaltigkeit von Sportvereinen
- [Cristiano Ronaldo Auslöser für Kursverfall von CocaCola?](#) –Spitzensportler:innen haben ein großes Medienecho, dass genutzt werden könnte.





Moderation des Tages: Lisa Marquardt & Ronny Blaschke

### Anstoß für den zweiten Tag – Grußworte der Host Cities UEFA EURO 2024

#### Referenten:

- [STEFAN SCHEDLER](#) | Gesamtprojektleiter UEFA EURO 2024, Internationales Deutsches Turnfest 2025; Referat Nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz, [Stadt Leipzig](#)
- [MICHAEL JOPP](#) | stellv. Projektleitung & Nachhaltigkeitsmanagement EURO 2024; [Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport](#), Berlin



Stefan Schedler betonte, dass Nachhaltigkeit ein sehr wichtiges, wenn nicht gar das wichtigste Thema bei der Organisation von Sportgroßveranstaltungen ist. Die Stadt Leipzig will dazu beitragen, dass die UEFA EURO 2024 eine der, wenn nicht sogar die nachhaltigste Europameisterschaft aller Zeiten wird. Um das zu erreichen, müssen Barrieren und Zweifel hin und wieder eingerannt werden. Im Zuge dieser Veranstaltung soll für Leipzig eine Blaupause entwickelt werden, wie auch zukünftig Sportgroßveranstaltungen nachhaltig organisiert werden können. Alle wissen, Nachhaltigkeit ist ein schwieriges Thema und alle müssen viel Kraft darin investieren. Aber wenn

Leipzig erfolgreich ist, können sich auch nachfolgende Generationen noch an Sportgroßveranstaltungen erfreuen.

Michael Jopp wies darauf hin, dass sich in Berlin schon lange in den Verwaltungsstrukturen und auch im Host City Projektteam der UEFA EURO 2024 viel mit dem Thema nachhaltige Beschaffung beschäftigt wurde und so fiel die Idee einer Kooperation für diese Veranstaltung von Anfang an auf fruchtbaren Boden. Durch die gemeinsame Vorbereitung des Host City Nachmittages mit anderen Austragungsorten wurde deutlich, dass diese Themen alle Projektteams betreffen. Nachhaltige Beschaffung ist ein Themenbereich der Aufwand bedeutet, umso wichtiger sind dabei Zusammenarbeit, Austausch und Wissensweitergabe. Die Phase des darüber Redens ist vorbei, jetzt sind alle auf der Schwelle zu „jetzt geht's los“. Dafür sind die Konferenz und auch der Zeitpunkt perfekt, um in die Themen einzusteigen. Das Thema nachhaltige Beschaffung und eine so große Veranstaltung wie die UEFA EURO 2024 sind riesen Hebel zu mehr Nachhaltigkeit. Durch diese Kombination kann wirklich etwas gestaltet werden, das die nächsten Generationen von Großveranstaltungen prägen kann.

### Erwärmung – Entwicklungspolitische Einordnung

**Referentin:** [DR. DANIELA HEERDT](#) | Wissenschaftlerin, Schwerpunkte Menschenrechte und Auswirkungen von Sportgroßevents | [Centre for Sport and Human Rights](#)

Dr. Daniela Heerdts stellt in ihrem Beitrag (das komplette Video finden Sie untenstehend), die positiven wie auch negativen Auswirkungen von Sportgroßveranstaltungen umfassend vor. Dabei beleuchtete sie sowohl den Lebenszyklus eines Sportgroßevents, als auch die Bedeutung von ‚Legacy‘, dem was nach einer Veranstaltung übrigbleibt. Sie stellte Beispiele von korrekten Auswirkungen vor und ging insbesondere auch auf den Bereich Beschaffung und Ausstattung ein. Abschließend präsentierte sie noch Beispiele einer sich verändernden Praxis, wie beispielsweise des Sustainable Sourcing Codes (Vancouver, London, Tokyo, ...).



[Link zur Präsentation und zum Video](#)

## Sport handelt fair – Leitfaden für Nachhaltige Sportveranstaltungen

Referentin: [KATHI HOFFMANN](#) | Koordinatorin der [Kampagne Sport handelt Fair](#) als Vertretung für [LEONIE BRÖCHELER](#) | Referentin nachhaltige Produktion & Beschaffung | Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung – [WEED e.V.](#)

Die beiden Mitglieder der Kampagne Sport handelt Fair, Faire Metropole Ruhr und WEED e.V. haben zusammen eine neue Broschüre für nachhaltige Sportevents veröffentlicht, welche auf der Konferenz vorgestellt wurde. Mit dieser Broschüre soll den Vereinen ein kleiner Coach an die Seite gestellt werden, damit Fairplay bei den eigenen Events nicht nur auf dem Spielfeld erlebbar gemacht werden kann. Neben vielen Infos und Tipps u.a. zu Produkten, Mobilität, Catering, Werbemitteln oder Kommunikation gelangen Sie mittels QR-Codes zu Anbietern, Siegeln, Initiativen und Kampagnen. Nicht zuletzt zeigen drei Praxisbeispiele, wie es losgehen und funktionieren kann.



[Download der Broschüre und Link zur Präsentation](#)

## Etappensieg – Positivbeispiele nachhaltiger Sportevents

### Beispiel 1: Stadt Jülich: Nachhaltige und Inklusive Sportwoche

Referentin: [STEFANIE REICHENBACH](#) | Koordinatorin für kommunale Entwicklungspolitik | [Stadt Jülich](#)



Jülich hat sich erfolgreich als Host Town im Rahmen der Special Olympic World Games in Berlin 2023 beworben. Teil des Programms des Aufenthalts der Delegation aus dem Libanon soll auch eine nachhaltige und inklusive Sportwoche werden.

Im Juni 2022 fand bereits eine erste Sportwoche dieser Art in Jülich statt, mit verschiedenen Schnupperkursen und Workshops zum Schwerpunkt Inklusion, aber auch zum Beispiel einen Schnupperkurs zum „Globales Lernen im Sport“ und Workshops zum fairen Handel im Sport gemeinsam mit der Kampagne Sport handelt Fair. Zielfrage war dabei: Was klappt schon gut, was kann noch verbessert werden?

Im Rahmen des Besuches der libanesischen Delegation 2023 ist dann erneut eine solche Sportwoche mit verschiedenen Aktionen geplant, wie Schnuppertrainings, Workshops und kulturellen Rahmenprogramm mit dem Ziel, möglichst viele Akteur:innen zu gewinnen und weitere Vernetzung zu schaffen.



[Link zur Präsentation](#)

## Beispiel 2: Veranstaltungen in Stuttgart

Referent: [CLEMENS ARNOLD](#) | Partner, Schwerpunkte Unternehmensanalyse, nachhaltige Geschäftsberaterberatung, eventspezifische CO2-Bilanzierung | [2bdiffernet GmbH & Co. KG](#)

Clemens Arnold ist Partner eines Veranstaltungsdienstleisters, der Kommunen und Unternehmen bei der nachhaltigen Ausrichtung von Sportevents betreut, so zum Beispiel die UEFA 2024 Host City Stuttgart oder der Porsche Tennis Grand Prix der Damen.

Er stellte in seinem Vortrag, typische Projektvorgehen seiner Firma vor, welches im Detail in der Präsentation nachzulesen ist. Interessant war dabei, dass es eine Vielzahl von einfachen Methoden gibt, um das Event nachhaltiger zu gestalten, ohne die Rahmenbedingungen grundsätzlich zu verändern.

Kurz ging er auch auf das Thema Ausschreibungen ein, bei denen eine Sicherung von Nachhaltigkeitsstandards anhand von Kann- und Muss-Kriterien in den Ausschreibungen möglich ist. Er berichtete, dass seine Firma einen Fragebogen für Dienstleister:innen entwickelt hat, welcher von den Bietern online ausgefüllt werden muss. Alle Bewerber:innen werden im Nachgang einem Ranking unterzogen. So kann genau erkannt werden, wie nachhaltig die Lieferant:innen aktuell aufgestellt sind.



[Link zur Präsentation](#)

## Workshop A: Alles Wurst? – Umsetzung der Beschaffung von nachhaltigem Catering

Referentinnen:

- [MERLE KAMPPETER](#) | Referentin für nachhaltige Agrarlieferketten und öffentliche Beschaffung | [Romero Initiative \(CIR\)](#)
- [JULIA SEIM](#) | Referentin, Referat Umwelt und Ernährung, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz ([BMUV](#))

Zunächst wurde der Ansatz der Planetary Health Diet vorgestellt und im Anschluss ein Überblick über risikobehaftete Produktgruppen bezüglich sozialer Aspekte gegeben. Es gibt viele Lebensmittel, die über die ILO-KANN Kriterien hinausgehen, z.B. Produkte des Fairen Handels und anderen (unabhängigen) Gütezeichen. Diese können in Ausschreibungen eingefordert werden. Erfolgsfaktoren für eine gute Ausschreibung sind dabei oftmals die Zusammenarbeit mit Verwaltung und NGO, Rückendeckung aus der Politik und Bieterdialoge. Gästekommunikation ist ein weiterer wichtiger Punkt, um die Menschen zu erreichen. Musterausschreibungen finden sich im „Kompass Nachhaltigkeit“ oder z.B. auf der Website der CIR, da diese auch die Verpflegungs-Ausschreibungen in Berlin begleitet haben. Zusätzlich gibt es eine SKEW-Vertiefungsschulung „[Faire Beschaffung von Lebensmitteln](#)“, für die sich Kommunen bewerben können.



Wichtige ergänzende Links:

- Ausarbeitung des Wissenschaftlichen Dienstes des Bundestags zu [Bio-Regionalität in der Gemeinschaftsverpflegung](#)
- Initiative [Bio-Bitte](#) der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
- Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BEML ([WBAE-Gutachten](#))



[Link zur Präsentation](#)

---

## Workshop B: Banden, Banner, Plakate & Co. – Umsetzung der Beschaffung von Nachhaltigem Venue Dressing

---

Referentinnen: JULIANE KÜHNRIch | Projektleitung und CHRISTINA KOCKEROLS | Projektmitarbeiterin | [Kompetenzstelle Faire Beschaffung](#) Berlin c/o Engagement Global

Das Thema Nachhaltigkeit bei der Ausschreibung von Venue Dressing ist relativ neu. Insofern muss bei der Ausschreibung innovativ überlegt werden, Wo gibt es wo Neues? Was entwickeln z.B. Hochschulen und Student:innen für neue Konzepte für neue Materialien und Weiterverwertungsideen? Wer kann und sollte mit einbezogen werden? So gibt es inzwischen zum Beispiel Konzepte zur Bannermiete, statt Neuerstellung oder zum Verleih von Bannerausstellungen. Von Beginn an ist das Mitdenken in der Ausschreibung von Material-Nachnutzungskonzepten wichtig und eine gute Vorabrecherche an dieser Stelle ausschlaggebend. Eventuell ist eine Kooperation mit anderen Abteilungen, Vereinen, etc. hier von Vorteil, um den Aufwand für einzelne Abteilungen zu minimieren. Auch über Alternativen (Bepflanzungen, Moos-Tattoos, etc.) oder die generelle Reduzierung der Werbeflächen sollte nachgedacht werden. Zu beachten sind dabei auch immer rechtliche Vorgaben von Veranstaltern und Sponsoren.



[Link zur Präsentation](#)

---

## Workshop C: Fanshop – Umsetzung der Beschaffung von nachhaltiger Kleidung für Volunteers, Merchandise & Fanartikel

---

Referent:innen:

- LARA SCHRÖDER | Assistenz Geschäftsführung, Schwerpunkte Nachhaltigkeit und Entwicklungstheorie, [cum ratione gGmbH](#)
- ANTON KLISCHEWSKI | Koordinator der [Kampagne Sport handelt Fair](#) & Mitarbeiter der Geschäftsstelle; Nachhaltigkeit, Inklusion, Events, Öffentlichkeitsarbeit | [FC Internationale Berlin 1980 e.V.](#)

Im Rahmen des Workshops wurde die Studie von cum ratione „[Die Fanshops der Bundesliga-Vereine im Ranking – So fair sind ihre Shops](#)“ vorgestellt. Als eine spezifische Einschränkung wurde diskutiert, dass der Markt nachhaltiger Angebote, vor allem bei Mischgeweben, noch begrenzt ist. Die vielversprechendsten positiven Ansätze gibt es dabei aktuell bei runamics (zur Nachvollziehbarkeit der Lieferkette) und Neutral certified responsibility (für recycelte Sportshirts).

Nach der Vorstellung entbrannte eine Diskussion über die Hindernisse bei den Sportvereinen und städtischen Sportveranstaltungen die Merchandise-Angebote nachhaltiger auszugestalten. Neben fehlendem Wissen gelten weiterhin die Sorge um höhere Preise und begrenzte personelle Ressourcen als Hauptgründe. Als konkrete Lösungsideen wurden nachhaltige Give-Aways besprochen, da viele anwesende Vertreter:innen der Kommunen und aus den Sportvereinen gerne auf nachhaltige Alternativen umsteigen wollen. Hierbei wurden viele positive Erfahrungen geteilt, wie z.B. Give-Aways, die direkt zum Umdenken anregen (etwa unverpackte Seifen), Bücher von lokalen Kinderbuchautor:innen, sowie die Übernahme von CO<sub>2</sub>-Kompensationskosten oder Spenden an gemeinnützige Organisationen. Als zweiter Schwerpunkt wurde die Weitergabe von Sportshirts innerhalb des Teams (bspw. bei Spieler:innenwechsel) und die Weiternutzung von Sportshirts bei einmaligen Veranstaltungen (bspw. Stadt-Cup) besprochen. Im Wesentlichen wurde die Beflockung der T-Shirts problematisiert. Ein Teilnehmer wies auf die Möglichkeit auswaschbarer Beflockung hin, falls Shirts nur für einmalige Events wie z.B. Fototermine gebraucht werden.



[Link zur Präsentation](#)



## Workshop D: Punktrichter:in – Fördermittelweitergabe für Sportevents in Vereinen

### Referent:innen:

- [CHRISTINE PRIEBNER](#) | Fachpromotorin für Fairen Handel, Arbeitsbereiche Konsum, Produktion & Lieferketten | [Fair Trade Stadt Hamburg](#)
- [TRISTAN HEB](#) | Nachhaltigkeitsbeauftragter UEFA EURO 2024 | Behörde für Umwelt, Energie, Klima und Agrarwirtschaft, [Freie und Hansestadt Hamburg](#)



Die Freie und Hansestadt Hamburg hat 2022 ihre Active City Strategie veröffentlicht, die Ziele und Maßnahmen für die sportpolitische Entwicklung der kommenden Jahre beinhaltet. Auch im Bereich Nachhaltigkeit setzt sich die Stadt Ziele. So sollen alle mit mindestens 100.000 EUR geförderten Sportveranstaltungen ab 2032 klimaneutral sein, es sollen weitere verbindliche Nachhaltigkeitsstandards für Sportveranstaltungen festgeschrieben und Konzepte zu deren Umsetzung in Zusammenarbeit zwischen Stadt, Veranstalter:innen, Betreiber:innen von Veranstaltungsstätten und weiteren relevanten Akteur:innen entwickelt werden.

Hier gibt es noch viele offene Fragen, die es im Laufe der kommenden Jahre zu klären gilt, zum Beispiel muss definiert werden, was Klimaneutralität für eine Sportveranstaltung bedeutet und wie dies gemessen wird. Die Nachhaltigkeitsambitionen zeigen sich in Teilen aber schon in der Praxis: 2022 hat das Hamburger Landessportamt Nachhaltigkeit in die Liste der Kriterien aufgenommen, die darüber entscheiden, ob eine Sportveranstaltung eine Förderung erhält, oder nicht. Die Hamburger Initiative ist ein Beispiel für eine Kommune, die ein solches Thema angeht und im intensiven Dialog mit den Beteiligten die Details gemeinsam ausarbeitet.

Die zukünftige Herausforderung wird sein, den ganzheitlichen Nachhaltigkeitsgedanken zu verankern, denn die soziale Nachhaltigkeit beschränkt sich nicht nur auf z.B. einer barrierefreien Teilnahme oder Teilhabe, sondern bezieht auch die Arbeitsbedingungen im Globalen Süden mit ein. Ebenso wirken sich oft die Verletzung der Menschenrechte unmittelbar auf die Umwelt aus, d.h. nicht nur eine klimaneutrale Veranstaltung vor Ort ist erstrebenswert, sondern auch die Einhaltung von Umweltstandards, bei der Produktion der Sportartikel.



[Link zur Präsentation](#)

## Sportstudio – Wo sind die Grenzen gesellschaftlicher Verantwortung von Sportgroßveranstaltungen?

### Diskutierende:

- [RONNY BLASCHKE](#) (Moderation) | [Journalist und Autor](#) | Schwerpunkte Gewalt, Diskriminierung, gesellschaftliche Hintergründe und Geopolitik im Sport
- [DR. DANIELA HEERDT](#) | Wissenschaftlerin, Schwerpunkte Menschenrechte und Auswirkungen von Sportgroßevents | [Centre for Sport and Human Rights](#)
- [ROMY KUPFER](#) | Projektmitarbeiterin Nachhaltigkeit UEFA EURO 2024, Internationales Deutsches Turnfest 2025; Referat Nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz, [Stadt Leipzig](#)
- [ANDREAS MEX SCHÄR](#) | Geschäftsführer, [EURO 2024 GmbH](#)
- [CLEMENS ARNOLD](#) | Partner, Schwerpunkte Unternehmensanalyse, nachhaltige Geschäftsbetriebsberatung, eventspezifische CO2-Bilanzierung | [2bdiffernet GmbH & Co. KG](#)

Dr. Daniela Heerdt stellte in ihrem [Video zur Diskussionseröffnung](#) klar, dass alle involvierten Akteure bei der Ausrichtung und Ausstattung einer Sportgroßveranstaltung eine Verantwortung haben, vor allem, wenn es um potentiell negativen Auswirkungen für Menschen oder Umwelt geht. Rechtlich gesehen haben die verschiedenen Akteure alle Pflichten und Verantwortlichkeiten ihrer jeweiligen vorgegebenen Rahmenbedingungen. Bei der gesellschaftlichen Verantwortung sieht das dann aber anders aus, die UN Leitprinzipien werden in letzter Zeit vermehrt für Sportevents als Maßstab eingesetzt. Aus diesem Grund gibt es auch eine Erwartungshaltung an Unternehmen, dass diese ihrer Menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachkommen. Es wird von ihnen, aber auch von den ausrichtenden Verbänden, erwartet, dass sie negative Auswirkungen verringern, vermeiden oder ausgleichen. Die Herausforderung liegt darin, dass die Akteure bei solchen Events miteinander verbunden sind und ineinander übergreifen, und deshalb nach dem Verständnis geteilter Verantwortung diese Problematik gemeinsam angegangen werden muss. Bestenfalls werden Nachhaltigkeitsaspekte schon bei der Bewerbung von Anfang an mitgedacht und im Anschluss in alle Vereinbarungen und Verträge mit integriert.



Romy Kupfer stellte vor, dass Leipzig den Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsarbeit auf die Aktivitäten legt, die sie auch beeinflussen können. Das sind vor allem die Ausgestaltung vor Ort in der Stadt, wie Mobilität, Venue Dressing, Catering, Müllvermeidung, Aufbereitung von möglichen Speiseresten und im kleinen Rahmen auch Merchandise. Erstmals sollen die Veranstaltungen auch als Chance genutzt werden, um ein Nachhaltigkeitskonzept zu entwerfen und umzusetzen, um damit einen Standard für weitere Sportveranstaltungen zu setzen. Generell ist es wichtig, attraktive nachhaltige Angebote zu schaffen, damit Besucher:innen dann auch nachhaltige Optionen (Anreise, Mobilität, Verpflegung, etc.) wählen. In der konkreten Umsetzung gibt es allerdings oftmals auch klassische Zielkonflikte zwischen den Beteiligten wie den Host Cities und den Ausrichtern. Hier ist es wichtig, Wissen zu teilen und Alternativen gemeinsam zu eruiieren, die auch nachhaltige Lösungen zulassen.

Andreas Mex Schär erklärte, dass die EURO 2024 GmbH, als Implementierungsorganisation des Turniers, eine Person beschäftigt, die für das Thema Nachhaltigkeit zuständig ist (bei der UEFA selbst sind es noch einmal 13 Personen). Generell wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie ([Event Social Responsibility Strategie](#) (EVS) ) festgelegt und es wird versucht mit den beinhalteten konkreten Zielen das Thema in der DNA und bei den jeweiligen Projektleuten zu platzieren und nicht nur bei Einzelpersonen. Es macht für die EURO 2024 GmbH am meisten Sinn dort anzusetzen, wo mit einem vernünftigen Aufwand am meisten erreicht werden kann. Nach seiner Einschätzung war das Thema Nachhaltigkeit in der Organisation noch nie so weit, auch wenn es sicherlich noch Luft nach oben gibt. Jede Person und jede Stadt macht in seinem Verantwortungsbereich so viel wie er kann. Eine BMUV ex ante Studie hat beispielsweise ergeben, dass mehr als 80 % der CO<sub>2</sub> Emissionen durch die Anreise der Fans aus dem Ausland entstehen. Eine Fußball-Europameisterschaft ist in diesem Sinne also per se nicht nachhaltig. Hier müssen attraktive Angebote mit den Bahnunternehmen der Nachbarländer erarbeitet werden, um mehr Fans auf die Schiene zu bekommen. Zum Schluss entscheidet aber seiner Meinung nach jede Person individuell und ist somit für ein nachhaltiges Turnier mitverantwortlich. ÖPNV-Konzepte müssen grundsätzlich so konstruiert sein, dass für jeden Fan die nachhaltige Entscheidung die einfachste ist. Zu bedenken sind dabei, dass die verschiedenen Host Cities auch unterschiedliche Herausforderungen und Ausgangssituationen, beispielsweise bei der ÖPNV Anbindung der Stadien haben.

Auf das Thema Sponsoring angesprochen, stellte er kurz die verschiedenen Sponsorenarten vor. Mit Adidas beispielsweise besteht eine Vereinbarung, bei dem ein Teil als Geldleistung und der andere Teil als Sachleistung gestellt wird. Hier ist die EURO 2024 GmbH zum Beispiel in Diskussion, der Vertrag und das Leistungspaket sind allerdings noch nicht abgeschlossen.

Clemens Arnold stellte klar, dass eine ganzheitliche CO<sub>2</sub> Bilanzierung über alle Gewerke (Verpflegung, Fans, Merchandising, Stadionbetriebe) wichtig ist. Ein Wettbewerb oder zumindest eine Bilanzierung der einzelnen Städte wäre zusätzlich von Vorteil, um Rückschlüsse für weitere Formate der Zukunft zu ziehen. Ein fortlaufender Lernprozess mit ableitenden Maßnahmen sollte für alle Akteure das Ziel sein.

### Fragen und Anmerkungen aus dem Teilnehmer:innenkreis:

Aus dem Publikum kam der Hinweis, dass in der Diskussion im Plenum viele ökologische Kriterien angesprochen wurden, aber wie sieht es mit den sozialen Kriterien aus? Wo steht die Planung der EURO 2024 dabei? Aktuelle Themen in diesem Bereich sind für die EURO 2024 GmbH: Inklusion und barrierefreier Zugang, Awareness-Konzept gegen Diskriminierung, Schulung von Volunteers, keine Kinderarbeit, entsprechende Beschaffungsstandards und die Umsetzung des Due Diligence Prozesses.

Warum werden keine konkreten Vorgaben von Seiten der EURO 2024 GmbH an die Städte gemacht z.B. bezüglich Mehrweggeschirr? Andreas Mex Schär antwortet, er kann einer deutschen Stadt keine Vorgaben machen, Mehrwegsysteme stehen als Ziel in der EVS, aber sie als GmbH dürfen keine Gesetze machen.

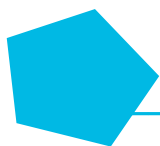
Was sind konkret die neuen Standards die diese EM setzen will? Andreas Mex Schär antwortet: Allein, dass er hier sitzt und dass die Städte so viel Energie und Know-How in das Thema Nachhaltigkeit stecken und auch so harte Dialogpartner sind, ist ein deutliches Zeichen.

Wie sehr ist die UEFA bereit, insbesondere bei Sponsorenverträgen, finanzielle Abstriche zu machen, um auch in diesem Bereich ihrem Ziel der nachhaltigsten EM aller Zeiten nachzukommen? Andreas Mex Schär antwortet, dass der Sponsoringvertrag mit Adidas nicht nur für die EM sondern generell mit der UEFA besteht. Nun ist es wichtig, dass in dem Bereich in dem ADIDAS Leistungen erbringt, diese den Standards und Normen entsprechen. Adidas hat eine Nachhaltigkeitsstrategie und setzt sich selbst Ziele für 2025, 2030 und 2050. Aber es ist auch eine deutsche Firma und somit ist hier auch der deutsche Gesetzgeber gefragt, so Schär. Generell hat sich aber auch die UEFA den UN Nachhaltigkeitsziele verpflichtet.

Warum könnte man nicht den Sponsorenkreis erweitern und schauen, welche nachhaltigen Unternehmen eventuell besser zur nachhaltigen EM passen könnten? Andreas Mex Schär antwortet zuerst, dass die Unternehmen dazu erst einmal Interesse anmelden müssen, aber es geht auch um gewisse Volumina. Die Männer-EURO ist das Flaggschiff der UEFA und sie finanziert alle anderen Wettbewerbe wie die Frauen-EURO mit (Champignon League usw. sind andere Geldtöpfe), deswegen müssen diese Einnahmen maximiert werden. Die Trennung von GASPROM zum Beispiel zeigt aber, dass es durchaus auch ein Thema ist. Clemens Arnold argumentiert anschließend, dass hier kein Unterschied gemacht werden sollte zur Auswahl der Lieferanten. Auch das Sponsoring sollte mit in ein Ranking integrieren werden, dadurch erhöht sich auch der Druck auf die Partner. Romy Kupfer verdeutlichte abschließend noch einmal die Strahlkraft des Events. Es liegt eine enorme mediale Aufmerksamkeit auf dieser Veranstaltung und wenn man jetzt Standards setzen will, dann muss man über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Die Perspektive der Zuschauer:innen wird hinsichtlich der Zuständigkeiten verschimmen. Es ist eine Chance der Städte gemeinsam mit den Turnierausrichtern wirklich etwas zu bewegen. Sie stellte klar, dass Nachhaltigkeit keine Frage mehr von ist es möglich oder nicht ist, sondern eine Frage der Verhandlung, des Wollens und des frühzeitigen Angehens. Und dabei muss in der Qualität kein Abstrich gemacht werden. Alle Themenbereiche müssen gemeinsam weiterentwickelt werden, das ist die Chance der Veranstaltung. Dafür braucht es einen Austausch, den sich die Ausrichterstädte auch wünschen, denn Standards geben ihren Maßnahmen Nachdruck.

Zusätzliche Anmerkungen aus dem Teilnehmer:innenkreis: Es wird vor allem über soziale und ökologische Nachhaltigkeit gesprochen, aber auch eine ökonomische Nachhaltigkeit ist wichtig mit zu beachten, so sollten zum Beispiel auch Themen wie die Finanzierbarkeit von Ticketpreisen mitgedacht werden.

Michael Joop von der Host City Berlin merkte zum Abschluss noch einmal die große Verantwortungsdiffusion zwischen den verschiedenen Akteuren (Turnierausrichter:innen, Host Cities, Lieferant:innen, Sponsor:innen, Besucher:innen, Teams, nationale Gesetzgebung, etc.) an. Es stellt sich die Frage, wer inwieweit letztlich für eine nachhaltige UEFA EURO 2024 verantwortlich ist. Die Erkenntnis dabei ist, dass es wichtig ist, die Stärken der einzelnen Akteure zu nutzen. Damit ist diese Konferenz sehr hilfreich, um einen langen Vorlauf für so wichtige Prozesse wie die nachhaltige Beschaffung und andere nötige Absprachen zu schaffen. Das ist dann wirklich hilfreich für die Legacy-Strategie / Standard-Setzung der EURO 2024 GmbH als auch der Host Cities.



## AUSSTELLER:INNEN AUF DEM „MARKT DER MÖGLICHKEITEN“

Auf dem „MARKT DER MÖGLICHKEITEN“ während der Konferenz war eine Auswahl von Produkten und Hersteller:innen vertreten, wie auch Institutionen mit Hintergrundinformationen sowie kommunale Beispiele. Die Auswahlkriterien für die ausgestellten Sportprodukte entsprechen denen, die auch für die [Übersicht empfehlenswerter Sportprodukte von Sport handelt Fair](#) die Grundlage sind.



**weed**

Transformationenvorschläge für eine soziale und demokratische Gestaltung der Globalisierung.

**WEED - Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung e.V.** trägt seit 1990 zur Aufklärung über die Ursachen der globalen Armut- und Umweltprobleme bei und entwickelt wirksame Reform- und

und zertifiziert wurde. Im Rahmen der Arbeitsgruppe „Nachhaltige Entwicklung“ will sich der Verein als innovativen und nachhaltigen Fußballverein in Köln positionieren und das Thema Nachhaltigkeit in der Vereins-DNA verankern. Sie möchten einen Beitrag zur Agenda 2030 der UN leisten und weitere Vereine/Verbände motivieren das Thema anzugehen.



**Vorwärts Spoho 98 e.V.** ist der zweite deutsche Amateurverein, der vom TÜV Rheinland erfolgreich auf Nachhaltigkeit nach dem ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften geprüft



abbaubar.

**VIDAR Sport GmbH** bietet Sportbekleidung aus nachwachsenden, natürlichen Materialien wie z.B. TENCEL™ Lyocell oder TENCEL™ Modal, hergestellt aus Holz, komplett plastikfrei und biologisch



Im Juni 2022 fand in der **Stadt Jülich** die erste inklusive und faire Sportwoche

statt. Ziel war es, aktuelle Impulse im Bereich Nachhaltigkeit aufzuzeigen und gemeinsam Wege zur Umsetzung im Vereins- und Sportkontext zu finden. Die Stadt Jülich ist Fairtrade Town und unterstützt die Vereine und Schulen dabei, im Rahmen ihres Bildungsauftrages das Bewusstsein der Vereinsmitglieder und der Schulgemeinschaft für die faire Beschaffung von Sportartikeln und Sportbekleidung zu schärfen.



Die **Kampagne Sport handelt Fair** ist ein Zusammenschluss aus NGOs, Sportvereinen, Verbänden und Kommunen, die sich bundesweit aktiv für die

Themen Sport, Fairer Handel und Nachhaltigkeit einsetzen. Die Kampagne für mehr globale Gerechtigkeit im Sport setzt sich dafür ein, dass der Sport in Deutschland eine aktive Rolle zur Verbesserung der Menschen- und Arbeitsrechtsbedingungen in der Sportindustrie und Konsumartikelherstellung einnimmt. Dabei stehen Informations- und Bildungsarbeit, Vernetzung im Bereich Sport und Entwicklung wie auch Inspiration und Motivation im Vordergrund.



## SERVICESTELLE

KOMMUNEN IN DER EINEN WELT

Die **SKEW - Servicestelle Kommunen in der Einen Welt**, als das Kompetenzzentrum für Kommunale Entwicklungspolitik, fördert kommunales entwicklungspolitisches Engagement personell und finanziell und bietet verschiedene Formate zum Fachaustausch an. Die Angebote richten sich an Kommunalpolitik und -verwaltung sowie an zivilgesellschaftliche Gruppen, die mit Kommunen zusammenarbeiten.

**runamics** Die **runamics GmbH** bietet nachhaltige Sportbekleidung aus biologisch abbaubaren synthetischen Fasern (z.B. biologisch abbaubares Polyester), Naturfasern (z.B. Biobaumwolle), regenerative Fasern (z.B. Tencel Lyocell) und synthetische Fasern mit verbesserter biologischer Abbaubarkeit. Außerdem gibt es Cradle to Cradle zertifizierten Bekleidung im Sortiment



Die **Romero Initiative (CIR)** engagiert sich für einen ganzheitlichen Wandel, hin zu einem

gerechten Wirtschafts- und Gesellschaftssystem, in dem Menschen unter würdigen Bedingungen arbeiten und leben können und Unternehmen sozial und ökologisch handeln. Mit ihrer Kampagnen- und Bildungsarbeit fördert sie sowohl einen Bewusstseinswandel in der Gesellschaft Europas als auch die Mobilisierung in Form konkreter politischer Aktionen, um Ungerechtigkeitsstrukturen zu beenden und grundlegende Veränderungen zu erreichen.



**RE-SHIRT GBR** ist ein Start-Up, das bedruckte T-Shirts anbietet. Das besondere ist, dass diese mit speziell entwickelter, temporärer, reversible Farbe bedruckt werden. Nach einer

professionellen Wäsche verschwindet die Farbe wieder. Die T-Shirts sind dann neu bedruckbar und wieder verwendbar.



Die **Regionalen Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien (RENN)** unterstützen Akteur:innen aus der Zivilgesellschaft, den Kommunen, der Wirtschaft, der Politik und der Verwaltung, die zu einer nachhaltigen Entwicklung in Deutschland beitragen wollen.



**Re-Athlete GmbH** bietet nachhaltige Sportbekleidung und Activewear an. Sie verwenden ausschließlich nachhaltige Stoffe und produzieren alle Kleidungsstücke erst nachdem eine Bestellung aufgegeben wurde. Im Sortiment gibt es recycelte Funktionsstoffe aus altem Ozean-/Industriemüll oder PET-Flaschen, wie auch Casual Wear aus Bio-Baumwolle.

## PREMEO Sports GmbH

**Premeo Sports GmbH** bietet FIFA-Lizenz-Fußbälle, Merchandising- und Werbesportbälle (Fußball, Rugby, Volley, Basketball) sowie Sportbekleidung und Torwarthandschuhe an. Premeo ist außerdem ein Fairtrade-zertifizierter Hersteller von Sportbällen, BSCI-geprüft und SEDEX-zertifiziert, um alle sozialen und ethischen Normen der modernen Lieferkette von Sportartikeln zu erfüllen.



**KOMPETENZSTELLE**  
für nachhaltige Beschaffung

Die **Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung (KNB)** beim Beschaffungsdienst des Bundesministeriums des Innern unterstützt öffentliche Auftraggeber bei der Berücksichtigung von Kriterien

der Nachhaltigkeit bei Beschaffungsvorhaben. Die Informationsplattform ist das wichtigste Instrument. Alle Dokumente, Termine und Informationen zur nachhaltigen Beschaffung werden sowohl den Mitarbeiter:innen öffentlicher Beschaffungsstellen als auch anderen Interessierten online zur Verfügung gestellt.

### Host Cities UEFA EURO 2024

Leipzig und Berlin sind zwei der insgesamt 10 Ausrichterstädte der UEFA EURO 2024. Außerdem sind sie Kooperationspartnerinnen der Konferenz. Es werden ausgewählte Punkte der Nachhaltigkeitsansätze vorgestellt.



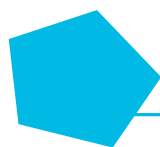
**cum razione**  
Gesellschaft für Aufklärung und Technik gGmbH

Die **cum razione Gesellschaft für Aufklärung und Technik gGmbH** führt Projekte durch, die der Gesellschaft mittel- und langfristig einen Mehrwert bieten, auch wenn sie auf kurze Sicht im kommerziellen Sinne nicht unbedingt profitabel erscheinen. Die Projekte, in denen die cum razione tätig ist, können grundlegend in die drei übergeordnete Bereiche faire Textilien, Gesellschaft und Umwelt(technik) eingeteilt werden.

Die **Gotthilf Benz Turngerätefabrik GmbH & Co. KG** ist ein deutscher Hersteller von Turn- und Sportgeräten. Auf dem Markt der Möglichkeiten wird das Sortiment von Fairtrade Bällen ausgestellt.



Die **BAD BOYZ BALLFABRIK e.K.** ist ein Familienunternehmen, das ein großes Sortiment an Fußbällen, Handbällen und Volleybällen für unterschiedlichste Einsatzzwecke anbietet. Alle Bälle werden ausschließlich bei Fairtrade zertifizierten Herstellern gefertigt. BAD BOYZ unterstützt neben dem FAIRTRADE-zertifizierten Engagement in Pakistan auch viele soziale Projekte in Deutschland



## EMPFEHLUNGEN UND WEITERES INFORMATIONSMATERIAL

### INFORMATIONSMATERIALIEN:

#### **Leitfaden zur Ausschreibung von sozial verantwortlichen Sportartikeln**

Sie stehen vor einer Ausschreibung für Sportartikel und möchten soziale Kriterien, wie den Ausschluss von ausbeuterischer Kinderarbeit, in Ihre Beschaffung integrieren? Mit dieser Handreichung geben Ihnen der Eine Welt e.V. Leipzig und die Kampagne Sport handelt Fair einen praxisnahen Leitfaden, inklusive konkreter Textbausteine, an die Hand. Dieser Leitfaden wurde juristisch geprüft.

#### **Trainingsplan für Nachhaltige Sportevents in Vereinen**

Die beiden Mitglieder der Kampagne Sport handelt Fair, Faire Metropole Ruhr und WEED e.V. haben zusammen eine [Broschüre für nachhaltige Sportveranstaltungen](#) herausgebracht, welche sich konkret an Vereine wendet. Initiativen und Unterstützungsmöglichkeiten aus der Zivilgesellschaft

#### **#Sport handelt Fair Produktliste**

Die [Produktliste für fair gehandelte und ökologisch hergestellte Sportkleidung und -materialien](#) bietet eine Zusammenstellung von Empfehlungen für Einzelkonsument:innen, Kommunen oder Vereine.

### INITIATIVEN UND UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE AUS DER ZIVILGESELLSCHAFT:

#### **Kampagne Sport handelt Fair**

Die [Kampagnenseite von #Sport handelt Fair](#) bietet eine Vielzahl an Materialien (Bildung, Vereine, Kommunen), einen Überblick über Ansprechpersonen aus Ihrer Region sowie die Möglichkeit für die Anmeldung zu einem Newsletter, bei dem Sie regelmäßig über alle anstehenden Veranstaltungen zu den Themen in ganz Deutschland und der Arbeit der Kampagne informiert werden.

### Leipzig handelt fair

Ziel des [Netzwerkes »Leipzig handelt fair«](#) ist es, alle Initiativen und Angebote im Zusammenhang mit fairem Handel in Leipzig zu koordinieren, das Engagement und die Effektivität einzelner Veranstaltungen und deren Wahrnehmbarkeit zu erhöhen und das Angebot und die Nachfrage nach fairen Produkten zu steigern.

### Eine Welt e.V. Leipzig

Der [Eine Welt e.V. Leipzig](#) hat das Ziel der Verständigung und Verdeutlichung des Verantwortungsgefühls für Kulturen, für soziale, ökonomische und ökologische Bedingungen in Ländern des globalen Südens, sowie für den Erhalt naturgegebener Lebensgrundlagen, Förderung von Toleranz und Völkerverständigung. Circa drei bis sechs Mal im Jahr versendet der Verein über den Newsletter ein Update über aktuelle Veranstaltungen und Projekte.

### FEMNET e.V.

Der [Verein](#) setzt sich für Arbeits- und Menschenrechte von Frauen weltweit ein - mit Kampagnen und politischer Mitsprache; Bildung, Aufklärung und Beratung wie auch solidarischer Arbeit. Dabei gibt es u.a. auch die Schwerpunkte nachhaltige Textilien und faire Beschaffung für die öffentliche Hand. Dazu werden regelmäßig verschiedene Formen von Publikationen wie Fact-Sheets, Flyer, Einkaufsführer, Bücher veröffentlicht, wie z.B. das [Handbuch „So machen es kleine Kommunen“](#).

### Kampagne für Saubere Kleidung | Clean Clothes Campaign Germany

Die [Kampagne für Saubere Kleidung](#) ist ein Netzwerk, das sich für die Rechte der Arbeiter:innen in den Lieferketten der internationalen Modeindustrie einsetzt. Es will eine Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen für die Beschäftigten in der Textil-, Sport-, Schuh- & Lederindustrie weltweit vorantreiben.

### Nachhaltige Beschaffung in Sachsen

Die Allianz SACHSEN KAUFFAIR setzt sich für die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien bei dem Einkauf von Landes- und Kommunalverwaltungen, Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen ebenso wie öffentlichen Institutionen und staatlichen Unternehmen in Sachsen ein.

[Weitere Informationen und den Katalog der Forderungen finden Sie hier.](#)

---

### WEITERE SERVICEANGEBOTE:

#### Kompass Nachhaltigkeit

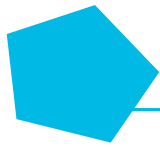
Das Webportal [„Kompass Nachhaltigkeit“](#) bietet Ihnen umfangreiche Informationen zur nachhaltigen öffentlichen Beschaffung und enthält inzwischen viele verschiedene Produktgruppen, Gütezeichen, Ausschreibungsbeispiele und Anbieterlisten. Außerdem werden Schulungen und Weiterbildungen für kommunale Akteure angeboten.

#### Kompetenzstelle Nachhaltige Beschaffung

Die [Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung](#) beim Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern (KNB) unterstützt öffentliche Auftraggeber:innen bei der Berücksichtigung von Kriterien der Nachhaltigkeit bei Beschaffungsvorhaben. In diesem Portal können Sie sich über Gesetze, Regelungen, Leitfäden und Beispiele aus Bund, Ländern und Kommunen informieren. Außerdem werden Schulungen und Weiterbildungen für kommunale Akteure angeboten.







## AUSBLICK

---

Bei der Auswertung der Evaluation der Konferenz wurden die unterschiedlichen Ausgangssituationen und Kenntnisstände der Teilnehmenden sehr deutlich. Im Endeffekt könnten ganze Konferenzwochen mit Vorträgen und Workshops zu unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeit, sowie verschiedensten Produktgruppen gefüllt werden.

Aus der Evaluation und den vielen Rückmeldungen von Ihnen wird deutlich, dass es uns bei der Veranstaltung aufgrund der vielen Mitwirkenden und Kooperationspartner:innen gelungen ist, einen umfassenden und vielfältigen Einblick in die Thematik zu geben. Durch die tolle Atmosphäre und den sehr regen Austausch haben alle Teilnehmenden aber schlussendlich zum Gelingen der Konferenz beigetragen. Vielen Dank dafür!

Klar ist allerdings, dass eine solche Veranstaltung nur Impulse bieten und erste Schritte aufzeigen kann. Das Feld ist so differenziert und die Themen – je nachdem in welchem Arbeitsbereich Ihr Schwerpunkt liegt – so unterschiedlich, dass unmöglich alle Inhalte in zwei Tagen abgedeckt werden können. Wir würden uns wünschen, dass Sie in Ihrer Kommune nun am Ball bleiben.

Die Kampagne Sport handelt Fair, aber auch der Eine Welt e.V. Leipzig werden für Ihre Unterstützung auch zukünftig Veranstaltungen gestalten und zielgruppenspezifisch Inhalte für Sie aufbereiten. Wir hoffen also, Sie bei der ein oder anderen Veranstaltung wiederzusehen und freuen uns sehr, wenn Sie ihm Rahmen Ihrer Möglichkeiten ein paar neue Spielzüge ausprobieren und Nachhaltigkeit im Sport als neues „Saisonziel“ in Ihrer Kommune ausrufen.

