



## **SPORT FÜR FAIREN HANDEL UND NACHHALTIGKEIT**

**Eine Handreichung zum Film #einBall**

## Diese Handreichung wurde produziert von ENGAGEMENT GLOBAL

ENGAGEMENT GLOBAL ist Partnerin für entwicklungspolitisches Engagement und vereint unter einem Dach verschiedene Förderprogramme sowie zahlreiche Projekte, Initiativen und Angebote für ein gerechtes und nachhaltiges globales Miteinander. Dabei steht insbesondere die Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft, mit Kommunen und mit Schulen im Vordergrund. Engagement Global ist im Auftrag der Bundesregierung tätig und wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung finanziert.

Sitz ist Bonn. Weitere Standorte sind in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Leipzig, Mainz und Stuttgart. Neben ihren Aufgaben der Vertretung von Engagement Global in der Dezentrale führen die sechs Außenstellen im Rahmen des Programms Entwicklungsbezogene Bildung in Deutschland (EBD) Maßnahmen und Projekte der entwicklungspolitischen Informations- und Bildungsarbeit durch.

## In Kooperation mit #sporthandeltfair

„Sport handelt Fair“ steht für mehr globale Gerechtigkeit im Sport. In der bundesweiten

Kampagne versammeln sich Nichtregierungsorganisationen (NRO), Sportvereine, Verbände und Kommunen, die sich aktiv für die Themen Sport, fairer Handel und Nachhaltigkeit einsetzen. Die Gründe: Ein viel zu geringer Anteil der weltweit gehandelten Sportartikel stammen aus nachhaltig zertifizierter Produktion und aktuelle Sportevents haben allzu häufig fatale CO<sub>2</sub>-Bilanzen. Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen und negative Umweltauswirkungen sind leider vielfach die Norm. Das Bündnis bietet innovative Bildungsangebote, fachliche Unterstützung zur fairen Beschaffung oder zur Umsetzung nachhaltiger Sportevents sowie Vernetzungsmöglichkeiten.

Weitere Infos unter: [www.sporthandeltfair.com](http://www.sporthandeltfair.com)  
Kontakt: Michael Jopp

[info@sporthandeltfair.com](mailto:info@sporthandeltfair.com)

Erstellt wurde die Handreichung von WEED - Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung e.V. mit Unterstützung von Gesellschaftsspiele e.V.

# INHALT

<b>Editorial</b>	<b>5</b>
<b>Teil 1: Hintergrundinformationen</b>	<b>6</b>
<b>Fairness nur auf dem Platz? Ein kritischer Blick auf die Sportbranche</b>	<b>6</b>
<b>Der Film #einBall</b>	<b>7</b>
<b>Vom globalen Süden auf den heimischen Sportplatz: Sportartikel und ihre Herstellung</b>	<b>9</b>
<b>Soziale und ökologische Auswirkungen von Sportveranstaltungen</b>	<b>12</b>
<b>Nachhaltige Entwicklung – welche globale Verantwortung trägt der Sport?</b>	<b>15</b>
<b>Fairer Handel und nachhaltige Siegel – eine Alternative?</b>	<b>19</b>
<b>Auch du kannst etwas erreichen! Handlungsempfehlungen für mehr Nachhaltigkeit im Sport</b>	<b>22</b>
<b>Teil 2: Didaktik – Umsetzung</b>	<b>24</b>
<b>Einleitung</b>	<b>24</b>
<b>Workshop-Module</b>	<b>25</b>
A) Basismodul #einBall	26
B) Fairer Handel und nachhaltiges Wirtschaften	28
C) Die Agenda 2030 und die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung	36
D) Menschenrechte und menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen	43
<b>Anlagen Bildungsmaterial: Kopiervorlagen und Arbeitsblätter</b>	<b>50</b>
Anlage I: Überblick über die Charaktere des Films	50
Anlage II: Fragen für die Filmauswertung	51
Anlage III: Erklärung eines Quiz-Tools am Beispiel Kahoot	52
Anlage IV: Fragen und Antworten für das Quiz	55
Anlage V: Arbeitsblatt Inhalte Lieferkettengesetz verstehen	57
Anlage VI: Rollenkarten für die Fishbowl-Diskussion	58

Anlage VII: Arbeitsblatt nachhaltige Veranstaltungsplanung	59
<b>Teil 3 Weiterführende Informationen</b>	<b>60</b>
A) Bildungsmaterialien und -angebote	60
B) Tipps für Vereine und Institutionen	61
C) Weiterführende Informationen rund um Sport und Nachhaltigkeit	62
D) Quellenangaben	62
<b>Impressum</b>	<b>65</b>

## EDITORIAL

Entwicklungspolitische Bildung und Sport teilen viele Wertvorstellungen und Prinzipien, zum Beispiel Fairness, Respekt und Toleranz. Sportverbände und ihre Mitgliedsvereine fördern den gesellschaftlichen Zusammenhalt und haben eine sehr hohe Reichweite. In den letzten Jahren entstehen zudem immer mehr Ansätze zur nachhaltigen Entwicklung im Sport. Seit einigen Jahren arbeitet Engagement Global deshalb mit verschiedenen Sportverbänden in Deutschland zusammen. Dabei sollen grundlegende soziale Kompetenzen ebenso vermittelt werden wie Gleichberechtigung, Weltoffenheit und globale Verantwortung.

Die vorliegende Handreichung soll als Begleitmaterial zum Film #einBall die entwicklungspolitische Bildungsarbeit im Sport unterstützen und fördern.

Entstanden ist sie durch eine Kooperation zwischen dem Bündnis #sporthandeltfair und dem Programm Entwicklungsbezogene Bildung in Deutschland (EBD) von Engagement Global. Das EBD-Programm bringt der breiten Öffentlichkeit sowie ausgewählten Zielgruppen entwicklungspolitische Themen nahe. Es soll Menschen zu einer kritischen Auseinandersetzung mit globalen Entwicklungen motivieren und sie dazu ermutigen, sich selbst für nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

Düsseldorf, März 2021

Sport leistet einen wichtigen Beitrag im Sinne der Agenda 2030, mit der sich die Weltgemeinschaft 17 Ziele (Sustainable Development Goals, SDGs) für eine sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltige Entwicklung gesetzt hat. Sport fördert die Gesundheit (SDG 3), Geschlechtergleichheit (SDG 5) und Frieden (SDG 16). Nicht zuletzt kann über den Sport ein Bewusstsein für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster geschaffen werden. Wenn dadurch der Anteil fair und nachhaltig produzierter Sportartikel gesteigert wird, trägt die Sportbranche dazu bei, SDG 12 zu verwirklichen.

Der Film #einBall informiert über die Produktion von Sportbällen und die zugehörigen Rahmenbedingungen, benennt Missstände und zeigt Handlungsalternativen auf. Der Film kann zusammen mit dieser Handreichung in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen eingesetzt werden. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erhalten Anregungen für Workshop-Einheiten in unterschiedlicher Länge. Die Module sind als Seminareinheiten mit Studierenden oder für die Arbeit in Sport- und Freizeiteinrichtungen, Vereinen oder Nichtregierungsorganisationen geeignet.



Andreas Hennig

Engagement Global,  
Leiter der Außenstelle Düsseldorf



## TEIL 1: HINTERGRUNDINFORMATIONEN

6



### Fairness nur auf dem Platz? Ein kritischer Blick auf die Sportbranche

*Was ist eine globale Lieferkette? Welche Arbeitsrechte gibt es und wo werden sie verletzt? Was ist ein existenzsicherndes Einkommen im Vergleich zum Mindestlohn? Und was hat das alles mit uns und dem Sport zu tun?*

Fair Play spielt im Sport eine große Rolle: Unfares Verhalten auf dem Platz und in der Halle wird verurteilt und sanktioniert. Doch abseits des Spielfelds sieht es anders aus. So werden Sportartikel im Globalen Süden oft unter menschenunwürdigen Bedingungen hergestellt. Große Sportveranstaltungen haben einen enormen ökologischen Fußabdruck, der sich negativ auf unser Klima auswirkt. Doch immer mehr Menschen wollen sich damit nicht mehr abfinden.

Wie können wir im Sportbereich mehr Nachhaltigkeit erreichen? Nachhaltigkeit im Sport hat zahlreiche Facetten, und es gibt immer mehr Aktive im Profi- und Breitensport, die

sich dafür einsetzen. Erste Vereine haben beispielsweise begonnen, Konzepte umzusetzen, die den Ressourcenverbrauch an Spieltagen senken sollen – die Stadien werden „grüner“. Auch die Gestaltung des Angebots in den Fanshops sowie die Verpflegung bei Sportveranstaltungen bieten viele Möglichkeiten für einen nachhaltigeren Umgang mit Mensch und Umwelt.

**Mit dieser Broschüre möchten wir Euch über die Bedingungen in der globalen Sportindustrie informieren und Euch Anregungen geben, wie Einzelpersonen, aber auch Bündnisse und Vereine sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit im Sport einsetzen können.**

Dafür zeigen wir Euch unter anderem anhand des Films #einBall, welche Probleme entlang der Lieferketten von Sportprodukten bestehen. Wir untersuchen den sozialen und ökologischen Fußabdruck von Sportartikeln und Sportevents, geben einen Überblick über die aktuell geltenden Standards und beleuchten die Vor- und Nachteile der Siegel im fairen Handel. Zum Abschluss erhaltet Ihr Ideen und Tipps, wie Ihr selbst aktiv werden könnt.

7



### Der Film #einBall

Amal spielt gerne Fußball und engagiert sich politisch, sowohl vor Ort in Berlin als auch über ihren YouTube-Kanal. Darüber lernt sie den YouTuber Riaz kennen, der in Sialkot (Pakistan) lebt. Riaz möchte seinen Onkel, der eine Produktionsfirma für Sportbälle leitet, zur Umstellung auf faire Produktion bewegen. Gemeinsam mit dem eher unpolitischen Ruben aus Berlin versuchen Riaz und Amal, einen Fundraising-Film zu drehen, um diese Umstellung finanziell zu ermöglichen.

Die fiktionale Dokumentation #einBall begleitet die drei Jugendlichen dabei, wie sie Expertinnen und Experten in beiden Ländern interviewen, sich mit den Schwierigkeiten des Kampfes um mediale Aufmerksamkeit sowie den praktischen Problemen der Fabrik vor Ort auseinandersetzen und nebenher die Verantwortung jedes und jeder Einzelnen für Veränderung zum Besseren hin reflektieren.

Der Film ist abrufbar unter:  
[youtu.be/iRO3xDWfKGY](https://youtu.be/iRO3xDWfKGY)

### Worum geht es in #einBall?

#einBall dauert knapp 16 Minuten und reiht in dieser kurzen Zeit eine Fülle an Themen und Problematiken an. Für die Bildungsarbeit können diese Themen auf unterschiedliche Weise ausgewertet und bearbeitet werden – Anregungen und fertige Workshop-Pläne finden sich im zweiten Teil dieser Broschüre. Die wichtigsten Kernthemen des Films sind hier bereits mit der jeweiligen Zeitmarke zum Nachschauen aufgeführt:

**Minute 4** — Wirtschaftlicher Aspekt des fairen Handels: Warum produziert nicht einfach jede Firma fair?

**Minute 7** — Die Bedeutung Sialkots für den internationalen Ballsport

**Minute 8-9** — Problemfelder in der konventionellen Produktion

**Minute 10-12** — Der Kampf um Aufmerksamkeit: Emotionalisierung in der Berichterstattung und die daraus resultierende Bevormundung von Aktivistinnen und Akteuren im Globalen Süden

**Minute 13** — Potentiale des fairen Handels und die Handlungsmöglichkeiten einzelner Personen



### Hintergrundinfo zu #einBall: Die Ballproduktion in der Region Sialkot

Der Film spielt in den Ball-Produktionsstätten in Sialkot. Die Stadt liegt im Nordosten Pakistans in der Provinz Punjab. Von den circa 650.000 Menschen, die hier leben, arbeiten Schätzungen zufolge circa 100.000 in der Produktion von Sportartikeln. Über die Hälfte der weltweit genutzten Fußballle werden hier gefertigt.



Die industriell hergestellten Bälle produzieren. Die Industrie Sialkots stürzte dadurch in eine tiefe Krise. Inzwischen werden aber auch in Sialkot viele Bälle maschinell hergestellt. Der offizielle Ball zur Fußball-Weltmeisterschaft der Herren 2018 kam wieder aus Sialkot. Trotzdem bleibt der Markt instabil. Große Herstellerfirmen lassen bestimmte Produktlinien in Thailand oder China produzieren, verändern immer wieder die Produktionsmengen und damit die Marktmachstellung Sialkots. Der starke Konkurrenzkampf und der damit erzeugte Preisdruck auf die Zulieferfirmen trägt zur prekären Situation der Näherinnen und Näher bei.

Sialkot ist also für die Produktion unserer Sportbälle zentral – gleichzeitig sind die Probleme, die hier zu finden sind, nicht auf Sialkot begrenzt. Menschenrechtsverletzungen entlang der Lieferketten betreffen viele Produkte unseres täglichen Lebens und geschehen weltweit.



Die Entwicklung der Ballproduktion in Sialkot spiegelt globale Machtverhältnisse wider: Die britische Kolonialarmee brachte das Spiel und die Bälle nach Pakistan, wo Fußball bis heute zwar keine besonders beliebte Sportart ist, aber lokale Schuster mit der Reparatur und schließlich Produktion der Bälle begannen. In den 1950er Jahren bildete sich eine exportorientierte Industrie rund um die Produktion von handgenähten Sportbällen, die Sialkot zur „Welthauptstadt der Fußballle“ machte. Zeitweise wurden bis zu 75 Prozent der weltweit genutzten Fußballle dort produziert.

Die Automatisierung der Produktionsprozesse begünstigte jedoch chinesische Unternehmen, die ungefähr seit der Jahrtausendwende güns-



### Vom Globalen Süden auf den heimischen Sportplatz: Sportartikel und ihre Herstellung

Ein Großteil der Produkte, die wir konsumieren, wird nicht ausschließlich in Deutschland hergestellt. Das betrifft Nahrungsmittel ebenso wie Textilien, Alltagsgegenstände – und eben Sportartikel. Rohstoffe werden an einem Ort abgebaut, jedoch anderswo verarbeitet, und spezialisierte Fabriken im Globalen Süden übernehmen bestimmte Teile der Produktion, bis schließlich der Ball, das Trikot, das Rennrad bei uns über die Ladentheke gehen. So entstehen globale Produktions- oder Lieferketten. Diese internationale Arbeitsteilung ist nicht neu, die Trends verstärken sich jedoch durch dynamische Globalisierungsprozesse. Und sie bringen bestimmte Problemfelder mit sich, die wir hier genauer beschreiben.

#### Die lange Reise unserer Sportartikel: Beispiel Sportbälle

Bis in die 1980er Jahre hinein bestand der Großteil der Fußballle aus Leder. Für den deutschen Markt wurde in Deutschland

produziert. Das Leder und auch die innenliegende Schweinsblase waren zumeist regionale Produkte. Heute bestehen Sportbälle nicht mehr aus Naturmaterialien und haben wie viele unserer Alltagsprodukte eine lange Reise hinter sich: Die größten Herstellerfirmen für Sportbälle sitzen in den USA, Deutschland und Frankreich. Hier findet im ersten Schritt das Produktdesign statt.

Fußbälle bestehen aus einer Blase aus Latex / Naturkautschuk, der hauptsächlich in Thailand, Indonesien oder Malaysia gewonnen wird. Die Außenhülle des Balls wird heutzutage meist aus Kunststoff, in der Regel Polyurethan (PU) hergestellt. Der wichtigste Rohstoff für Polyurethan ist Rohöl, welches unter anderem in arabischen Staaten, in Russland, den USA oder auch Norwegen gefördert wird. Die Industrie, die anschließend die aufwendige chemische Weiterverarbeitung des Rohöls für das PU übernimmt, sitzt überwiegend in südostasiatischen Staaten. Die Herstellung der hochwertigen Kunststoffe macht übrigens bereits circa ein Drittel der gesamten Produktionskosten eines Balles aus.

Hergestellt werden die Bälle, wie oben geschildert, überwiegend in Pakistan und China: Hier werden das Kunstleder und die Latexblase verarbeitet und zusammengenäht. Die fertigen Bälle verkaufen sich in aller Welt – Ballspiele sind ein globales Phänomen.



Die Wertschöpfung findet in dieser Lieferkette also an ganz unterschiedlichen Orten auf der Welt statt. Die größten Gewinne verbleiben beim Einzelhandel, bei Zwischenhändlern oder den Sportartikelfirmen selbst. Diese sind überwiegend im Globalen Norden angesiedelt, die größten Kosten (Umweltschäden, Menschenrechtsverletzungen oder gesundheitliche Gefährdung) tragen aber die Produktionsländer im Globalen Süden. Mehr dazu steht im folgenden Kapitel.

Zunächst aber gilt: Globale Lieferketten betreffen im Sportbereich nicht nur Bälle. Auch Funktionskleidung, Sportgeräte, Fanartikel oder Nahrungsergänzungsmittel haben oftmals einen weiten Weg hinter sich, bevor wir sie nutzen können.



### Sozial und ökologisch? Probleme bei der Herstellung von Bällen, Sporttextilien und Merchandise-Artikeln

Die globalisierten Lieferketten haben Vorteile für den Herstellungsprozess: Hochspezialisierte Standorte für einzelne Produktionsschritte führen zu mehr Effizienz, Standorte mit niedrigerem Lohnniveau zu niedrigeren Preisen. Gleichzeitig bringen globalisierte Lieferketten soziale und ökologische Probleme mit sich.

Der ökologische Aspekt beginnt mit dem großen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck eines Produkts, das



in mehreren Schritten um die Welt gereist ist. Ungefähr 25 Prozent des weltweiten CO<sub>2</sub>-Ausstoßes gehen auf den Transportsektor zurück. Sportartikel, Sporttextilien und Merchandise-Artikel werden überwiegend in Lateinamerika, Asien oder Osteuropa produziert und haben dementsprechend viele Kilometer hinter sich, wenn wir sie in Deutschland erwerben.

Zusätzlich ziehen die einzelnen Produktionsschritte oft Umweltprobleme in den Herstellungsländern nach sich: So basieren die Kunststoffe der hochspezialisierten Sportartikel und Funktionskleidung auf Erdöl; die Erdölförderung aber verursacht weitreichende Schäden an Ökosystemen weltweit. Bei der Herstellung von Baumwolltextilien werden große Mengen an Wasser verbraucht. Funktionskleidung aus synthetischen Fasern sondert hingegen beim Waschen Mikroplastik ab, das anschließend in unsere Flüsse und Meere gelangt und irreparable Schäden hinterlässt. Auch der Färbeprozess von Textilien führt oftmals zu großen Schäden in Ökosystemen, wenn beispielsweise mit Chemikalien belastete Abwässer aus den Fabriken zurück in lokale Gewässer geleitet werden. Dazu kommt die Kurzlebigkeit vieler Produkte: Für jede Spielsaison, für jedes Sportereignis und für jede Sportpersönlichkeit entstehen individuelle Merchandise-Artikel, die schnell wieder veraltet sind und nur kurz genutzt werden – nicht nur werden so riesige Mengen an Material verbraucht und um die ganze Welt transportiert, es fallen auch riesige Mengen an Müll an.



Um die ökologischen Probleme in den Lieferketten zu verringern, gibt es verschiedene Ansätze: von Umwelt-Siegeln, die den Verbraucherinnen und Verbrauchern Sicherheit über die Herkunft ihrer Produkte geben sollen (vgl. S. 19-21) bis hin zu innovativen Start-Ups, die Funktionskleidung aus recycelten Materialien anbieten. Für den Großteil unserer Sportartikel und -bekleidung gilt jedoch nach wie vor, dass die Herstellung die Umwelt belastet.

Die sozialen Probleme in der Sportartikelherstellung lassen sich kurz zusammenfassen: Die Sportbranche setzt Milliarden um, bei den Produzierenden in Ländern des Globalen Südens kommt davon nicht viel an. In vielen Fabriken finden Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen statt, die Arbeitsverhältnisse sind oft prekär.

Veranschaulichen lässt sich dies wieder am Beispiel der Ballproduktion in Sialkot: Näherinnen und Näher in den Ballfabriken werden im Regelfall pro Ball und nicht pro Stunde bezahlt. Bei Löhnen von circa 0,30 Euro pro Ball sind Arbeitstage von 12 bis 14 Stunden ohne Pause keine Seltenheit, damit der Lohn auch nur annähernd zum Überleben reicht. Krankheitstage führen zu komplettem Lohnausfall.

Außerdem resultiert aus dieser Art der Bezahlung, dass Näherinnen und Näher sich Material mit nach Hause nehmen, um dort weitere Bälle herzustellen: Dadurch kann nicht kontrolliert werden, wer in der Familie eigentlich die Bälle näht. Damit wird das zunächst erfolgreiche

„Atlanta-Abkommen“ von 1997 unterlaufen. Darin vereinbarten die Internationale Arbeitsorganisation (ILO – International Labour Organization), UNICEF und die Sialkoter Industrie- und Handelskammer die Durchsetzung des Verbots der Kinderarbeit in der pakistanischen Fußballindustrie für Kinder unter 14 Jahren.

Seit 2003 führt eine unabhängige Nichtregierungsorganisation Kontrollen in den Fabriken durch, wodurch die Kinderarbeit dort drastisch reduziert wurde. Die Heimarbeit kann jedoch nicht im selben Maße überwacht werden. Reportagen aus den letzten Jahren legen nahe, dass die Kinderarbeit im Ballsektor sich in die Wohnungen der Vorstädte verlagert hat.

Ein weiteres Beispiel für soziale Probleme in den globalen Lieferketten bietet die Herstellung von Sportbekleidung: Eine Erhebung der „Kampagne für saubere Kleidung“ aus dem Jahr 2020 zeigt, dass kein einziges der über 100 untersuchten Unternehmen (darunter auch die großen Sporttextilmarken) allen Arbeiterinnen und Arbeitern einen existenzsichernden Lohn gezahlt hat. Die Probleme in der Textilbranche, die seit dem Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza der Öffentlichkeit bekannt sind, bestehen also bei der Herstellung von Sportbekleidung ganz genau so wie in jedem anderen Textilbereich. Es ist jedoch zu sehen, dass gerade Outdoor-Marken mit dem Markenkern der Naturverbundenheit sich verstärkt für eine ökologisch und sozial nachhaltige Produktion einsetzen.





## Soziale und ökologische Auswirkungen von Sportveranstaltungen

### Sportgroßveranstaltungen

Sportgroßveranstaltungen wie internationale Turniere, Olympische Spiele oder auch Bundesligaspieltage befeuern die Begeisterung für den Sport, bieten Gemeinschaftserlebnisse und bleiben lange im Gedächtnis. Doch so wie die Produktion von Sportartikeln haben auch große Sportveranstaltungen oftmals schwerwiegende Auswirkungen auf Umwelt und Menschenrechte.

Die ökologischen Auswirkungen von großen Sportveranstaltungen sind vielfältig. Der Neu- und Ausbau von Sportstätten und Unterkünften für internationale Turniere verbraucht zum Beispiel Unmengen an Ressourcen. Ein prominentes Negativbeispiel ist der Bau von klimatisierten Stadien, Trainingsplätzen und Hotels in der Wüste von Katar für die Fußballweltmeisterschaft 2022. Das olympische Dorf in Rio de Janeiro in Brasilien, das für die

Olympischen Spiele 2016 errichtet wurde, steht heute weitgehend leer.

Die Mobilität von Fans und Sportlerinnen und Sportlern ist ein weiterer großer Bereich: 7.753 Tonnen CO<sub>2</sub> verursachen laut einer Studie der Klimaschutzberatung CO2OL allein die Fans an einem einzigen Bundesligaspieltag, hauptsächlich durch An- und Abreise sowie Konsum im Stadion. Und schließlich produzieren Sportevents enorme Abfallmengen: In der Saison 2019/2020 wurden in den Stadien der ersten bis dritten Fußball-Bundesliga sieben Millionen Einwegbecher aus Kunststoff verbraucht. Beim Berlin-Marathon fallen pro teilnehmender Person circa 1,2 Kilogramm Müll an. Und ein einziger Tag Ski-Marathon schlägt mit rund 3,3 Tonnen Abfall zu Buche.

Der Wintersport ist auch abseits des Müllproblems ein sehr eindrückliches Beispiel für die ökologischen Folgen von Sportgroßveranstaltungen: Oft wird die grüne Flur aufwendig künstlich beschneit, damit die Wettbewerbe auch bei unzuverlässiger Schneedecke stattfinden können. Für 2 Kubikmeter Kunstschnee werden 1.000 Liter Wasser verbraucht, der Bau der Anlagen schädigt die alpinen Ökosysteme oft auf Jahre hin.

Auch die soziale Bilanz von Sportgroßveranstaltungen fällt oftmals negativ aus. Human Rights Watch hat 2015 die fünf häufigsten Menschenrechtsverletzungen im Zusammenhang mit sportlichen Großereignissen dokumentiert:

- ➔ Zwangsräumungen, bei denen Menschen für große Infrastrukturprojekte vertrieben und nicht dafür entschädigt werden
- ➔ Ausbeutung der Menschen, die die benötigten Stadien etc. bauen – oftmals handelt es sich dabei um Arbeitsmigrantinnen und Arbeitsmigranten
- ➔ vermehrte Verhaftung von Aktivistinnen und Aktivisten rund um sportliche Großereignisse
- ➔ Einschüchterung und Bedrohung von Journalistinnen und Journalisten, die über Missstände berichten wollen
- ➔ geschlechtsspezifische Diskriminierung im Sport

Obwohl beispielsweise die Vergabe der Olympischen Spiele offiziell an die Einhaltung der „Olympischen Prinzipien“ gebunden ist, zu denen die Einhaltung der Menschenwürde gehört: Ein unabhängiges Menschenrechtsmonitoring findet bei Sportgroßveranstaltungen bisher nicht statt. Stattdessen bieten diese Großereignisse oftmals eine willkommene internationale Bühne für autoritäre Staaten.

Es gibt jedoch bereits unterschiedliche Bestrebungen, die ökologische und soziale Bilanz von Sportereignissen zu verbessern. In den Bewerbungen um die Austragung der Fußballweltmeisterschaft 2026 spielte die Nachhaltigkeit der Veranstaltung eine große Rolle; ebenso die Bemühungen der Bewerberländer, die ökologischen Auswirkungen möglichst gering zu halten. Bei der Ski-Weltmeisterschaft 2011

wurden Mobilität und Tierschutz langfristig im Planungskonzept mitgedacht. Je größer die Veranstaltung, desto größer ist auch der potenziell negative Einfluss auf Umwelt und Menschenrechte – und desto größer ist die Verantwortung des Sports, hier mit innovativen Konzepten die negativen Folgen möglichst gering zu halten.

Die Bewegung „Sports For Future“ hat in einem Leitfaden praktische Tipps zur Verbesserung der Ökobilanz von Sportereignissen zusammengestellt:

[www.sportsforfuture.de/img/assets/site/Nachhaltige\\_Sportveranstaltung\\_SportsFF.pdf](http://www.sportsforfuture.de/img/assets/site/Nachhaltige_Sportveranstaltung_SportsFF.pdf)



### Veranstaltungen im Breitensport

Auch der Breitensport weist aus ökologischer Perspektive viele Problemfelder auf. Zwar haben einzelne Veranstaltungen im Breitensport einen deutlich kleineren Einfluss auf Umwelt und Menschen als Großereignisse – dafür finden Events in deutlich höherer Anzahl statt.



Über die Hälfte aller Menschen in Deutschland treibt mindestens einmal in der Woche Sport, es gibt in Deutschland schätzungsweise 229.400 Sportstätten und knapp 90.000 Sportvereine. Gerade der Betrieb älterer Anlagen, die in einem energetisch schlechten Zustand sind, verbraucht oft immense Mengen an Wasser und Energie und verursacht hohe CO<sub>2</sub>-Emissionen.

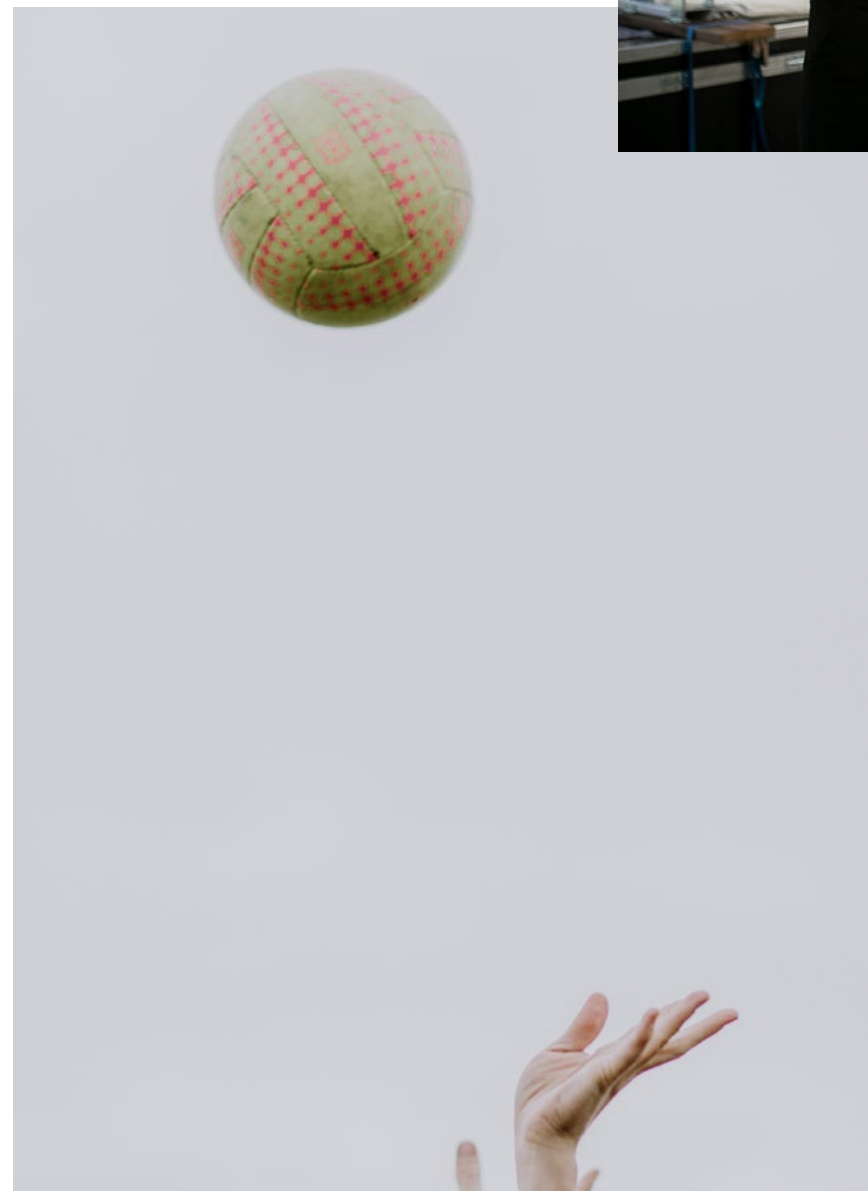
Auch der klassische Kunstrasenplatz stellt aufgrund seiner Kunstgranulatfüllung ein ernstes Problem dar: Durch den Feinabrieb bei der Nutzung wird Mikroplastik über die Schuhe der Sporttreibenden in die Umwelt getragen. Gerade für kleinere, oft durch ehrenamtliche Strukturen getragene Breitensportvereine ist eine Umrüstung oftmals schwer zu realisieren.

Doch nicht nur die Sportstätten an sich beeinflussen die Umwelt, auch die Mobilität von Sporttreibenden und Fans kann ein ökologisches Problem darstellen: Viele Sporttreibende fahren mit dem Auto zu ihrer Sportstätte, in der Regel alleine. Mit umweltfreundlichen Mobilitätskonzepten wie Kooperationen mit dem öffentlichen Nahverkehr oder Fahrgemeinschaften ließe sich hier bereits einiges an CO<sub>2</sub> einsparen. Ähnlich wie im vorigen Kapitel angesprochen hinterlassen natürlich auch im Breitensport der Konsum im Stadion oder die Müllproblematik einen ökologischen Fußabdruck.

Es tut sich jedoch etwas in der Welt des Breitensports: Immer mehr Vereine treffen erste Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit. Dabei gehen die Initiativen von Konzepten zur Mülltrennung und -vermeidung über die Ausstattung der Vereinsheime mit Solarpanels bis hin zur nachhaltigen Beschaffung von Sportartikeln. Im Individualsport ist in den letzten Jahren „Plogging“ ein beliebtes Beispiel für Umweltschutz im Sport geworden: Joggen und gleichzeitig Müll aufsammeln. Und auch die Politik hat die Bedeutung des Breitensports für den Umweltschutz erkannt – das geplante Verbot der gefährlichen

Kunstrasenplätze durch die Europäischen Union (EU) ist dafür nur ein Beispiel.

In der sozialen Dimension bietet der Breitensport unzählige Möglichkeiten zur sozialen Teilhabe. Diskriminierung und Vorurteile können abgebaut werden, der soziale Zusammenhalt und das Wohlbefinden gestärkt. Das nächste Kapitel zeigt vertieft die Globale Verantwortung für den Sport – im Kleinen kann diese Verantwortung im Breitensport gelebt werden.



## Nachhaltige Entwicklung – welche globale Verantwortung trägt der Sport?

### Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) und der Sport

Alle Menschen sollen bis zum Jahr 2030 ein Leben in Würde führen können. Mit diesem Ziel verabschiedeten die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen im September 2015 die Agenda 2030. Die Agenda gilt als globaler Fahrplan hin zu mehr Nachhaltigkeit und umfasst dabei die drei Bereiche Umwelt, Soziales und Wirtschaft mit ihren Wechselwirkungen. Herzstück der Agenda sind die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs).

Die Ziele gelten für alle Staaten der Welt und richten sich gleichermaßen an die Staatengemeinschaft, Regierungen, Zivilgesellschaft sowie jede und jeden Einzelnen.

Hier findet ihr/finden Sie eine Übersicht:



Eine detaillierte Erklärung der einzelnen Ziele und Maßnahmen findet sich unter:

[www.17ziele.de](http://www.17ziele.de)

Die Agenda 2030 würdigt die Bedeutung des Sports für nachhaltige Entwicklung, Friedensarbeit und Empowerment. Auf die Erfüllung einzelner Ziele, wie Ziel 3: *Gesundheit und Wohlergehen* oder Ziel 5: *Geschlechtergleichheit*, kann Sport direkt positiv einwirken. Für andere, wie Ziel 6: *Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen*, kann Sport durch seine enorme





Breitenwirkung Aufmerksamkeit erzeugen und dadurch indirekt für Verbesserungen sorgen.

„Sport für Entwicklung“ ist auch in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit ein übergreifendes Thema mit zahlreichen Verbindungen zu entwicklungspolitischen Vorhaben zum Beispiel in den Bereichen Gewaltprävention, Gleichstellung der Geschlechter oder gute Regierungsführung. Mehr dazu unter: [www.giz.de/de/weltweit/25439.html](http://www.giz.de/de/weltweit/25439.html)

Sport ist ein weltweites Milliardengeschäft; in der Sportartikelproduktion oder bei internationalen Wettbewerben findet enorme Wertschöpfung statt. Allein in Deutschland gaben Privathaushalte im Jahr 2015 knapp 21 Milliarden Euro für Sportartikel und Sportbekleidung aus. Genau deshalb kann Sport eben auch Veränderungen herbeiführen und die nachhaltige Entwicklung stärken. Viele Sportvereine im Globalen Norden pflegen zum Beispiel Partnerschaften mit Vereinen des Globalen Südens, treiben Austausch voran oder unterstützen soziale Projekte durch materielle Förderung und Bildungsarbeit.

### Regeln und Standards für soziale Nachhaltigkeit

Die SDGs stellen eine Zielvorgabe dar – auf nationaler und internationaler Ebene gibt es außerdem bereits konkrete Mindeststandards für Arbeitsbedingungen weltweit.

Die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO – International Labour Organization), einer Organisation der Vereinten Nationen, sollen weltweit einheitliche Standards setzen, um würdige Arbeitsbedingungen für alle Menschen zu schaffen.

Die vier Grundprinzipien der ILO sind:

- ➔ Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
- ➔ Beseitigung der Zwangsarbeit
- ➔ Abschaffung der Kinderarbeit
- ➔ Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf

Daraus hat die ILO acht Kernarbeitsnormen abgeleitet, die inzwischen von über 145 Staaten unterzeichnet wurden. Diese Kernarbeitsnormen haben den Status von Menschenrechten und gelten daher universell – auch für Staaten, die sie nicht ratifiziert haben. Dennoch verfügt die ILO über keine Sanktionierungsmöglichkeiten, wenn Staaten gegen die Kernarbeitsnormen verstoßen.



2011 wurden vom Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen einstimmig Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet. Sie stellen bisher den einzigen internationalen Konsens-Text zum Thema Menschenrechte in der Wirtschaft dar.

Neu ist hier, dass neben den Staaten auch Unternehmen in die Pflicht genommen werden, Menschenrechte zu achten und dafür zu sorgen, dass diese in den unterschiedlichen Geschäftsbereichen nicht verletzt werden. In 14 Artikeln wird diese Pflicht der Unternehmen näher beschrieben. Die fünf Kernelemente sind:

- ➔ eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte, mit der die eigene Verantwortung anerkannt wird
- ➔ Verfahren zur Ermittlung von Risiken für die Einhaltung der Menschenrechte in allen Geschäftsbereichen
- ➔ Maßnahmen zur Abwendung dieser Risiken und Überprüfung der Wirksamkeit dieser Maßnahmen
- ➔ öffentlich zugängliche Berichterstattung über die ergriffenen Maßnahmen, beispielsweise durch einen Nachhaltigkeitsbericht
- ➔ Ermöglichung eines Beschwerde-mechanismus für von Menschenrechtsverletzungen Betroffene.

Fazit: Die Vereinten Nationen haben sowohl für Staaten als auch für Unternehmen bereits umfassende Vorgaben erlassen, die jedoch nicht rechtlich bindend und auf den „guten Willen“ der Beteiligten angewiesen sind.



### Verpflichtungen verbindlich machen: Die Initiative Lieferkettengesetz

Um diesen Zustand zu ändern, gibt es in verschiedenen Ländern nationale Bestrebungen, die unternehmerische Sorgfaltspflicht gesetzlich zu verankern und damit einklagbar zu machen.

In Deutschland hat die Initiative Lieferkettengesetz sich dem Ziel verschrieben, die internationalen Standards (Menschenrechte, ILO-Kernarbeitsnormen, Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte) gesetzlich zu verankern, mit klaren Regeln und Sanktionsmöglichkeiten. Das Gesetz soll für Unternehmen mit Sitz in Deutschland sowie für alle Unternehmen gelten, die in Deutschland regelmäßig ihre Waren anbieten. Die Initiative wird auch von einer wachsenden Zahl deutscher Unternehmen befürwortet, die auf Rechtssicherheit sowie Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit bei einer nachhaltigeren Ausrichtung der Unternehmensstruktur hoffen: Die Menschenrechte entlang der Lieferkette zu achten, erhöht oftmals die Produktionskosten. Daher haben momentan diejenigen Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil, die keinen Wert auf Einhaltung der Menschenrechte legen, weil sie dadurch ihre Produkte günstiger anbieten können. Verpflichtende branchenübergreifende Regelungen könnten hier Abhilfe schaffen.

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) setzt sich für ein weitreichendes Lieferkettengesetz ein und hat im Februar 2021 gemeinsam mit dem Bundesarbeitsministerium und dem Bundeswirtschaftsministerium eine Gesetzesvorlage erarbeitet, die noch in der laufenden Legislaturperiode verabschiedet werden soll. Ziel des Gesetzes ist der Schutz der Menschenrechte in der Lieferkette deutscher Unternehmen. Diese müssen dafür Sorge tragen, dass in ihren Lieferketten die grundlegenden Menschenrechts-

standards wie das Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit eingehalten werden. Diese Sorgfaltspflichten der Unternehmen sollen sich auf die gesamte Lieferkette erstrecken – vom Rohstoff bis zum fertigen Verkaufsprodukt. Bei klaren Hinweisen auf Verstöße müssen Unternehmen tätig werden.

Weitere Informationen unter:  
[www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/lieferkettengesetz](http://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/lieferkettengesetz)  
[www.lieferkettengesetz.de](http://www.lieferkettengesetz.de)

### Regeln und Standards für ökologische Nachhaltigkeit

In Deutschland geltende ökologische Mindeststandards werden in den meisten Fällen von der Europäischen Union (EU) vorgegeben. Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten müssen in einem jährlichen Bericht darlegen, inwieweit Umweltaspekte in ihrer Lieferkette berücksichtigt wurden. Im Jahr 2021 ist mit einer Verschärfung dieser Berichterstattungspflicht zu rechnen; unter anderem sollen externe Kontrollen eingeführt und die Gruppe berichtspflichtiger Unternehmen erweitert werden.

Auch hier besteht jedoch das im vorigen Kapitel benannte Problem: Die Mindeststandards sind niedrig und die Unternehmen werden aufgefordert, mittels Selbstverpflichtungen eigenständig über diese Vorgaben hinauszugehen. Diese Strategie hat sich in der Vergangenheit jedoch als nicht ausreichend erwiesen, um wirkliche Veränderungen zu bewirken. Das geplante Lieferkettengesetz soll daher auch weitreichende Regelungen für den Umweltschutz entlang der Lieferketten enthalten.

Im Zuge der verstärkten Aufmerksamkeit, die die Klimakrise in den letzten Jahren erfährt, gibt es bereits deutliche Verbesserungen in den

CO<sub>2</sub>-Bilanzen von Unternehmen. Oftmals beruhen diese allerdings auf Ausgleichszahlungen an Organisationen, die sich im Klimaschutz engagieren. Das Label „klimaneutrales Unternehmen“ bedeutet also nicht, dass das Unternehmen keine klimaschädlichen Emissionen verursacht, sondern dass es Kompensationszahlungen dafür leistet.



## Fairer Handel und nachhaltige Siegel – eine Alternative?

### Produktion und Handel auf Augenhöhe: die Idee und die Prinzipien des fairen Handels

Neben den o.g. Regeln und Standards auf staatlicher Ebene und den Nachhaltigkeitszielen der internationalen Staatengemeinschaft gibt es auch im Handel Ansätze, Ungerechtigkeiten entlang der Produktionsketten abzubauen. Das bekannteste Konzept ist dabei das des fairen Handels. Er setzt auf gleichberechtigte Partnerschaften zwischen den Erzeugerinnen und Erzeugern im Globalen Süden und den Handelsunternehmen, die die Waren im Globalen Norden verkaufen.

Die grundlegende Idee des fairen Handels ist die Entkopplung des Wareneinkaufspreises vom Weltmarktpreis. Dadurch können langfristig stabile, faire Preise vereinbart werden, die den Erzeugenden Planungssicherheit und die Möglichkeit zur Investition in soziale Projekte vor Ort bieten. Produkte, die nach den Standards des fairen Handels erzeugt werden, werden mit einem Siegel gekennzeichnet (siehe S. 21), um so Transparenz und Vergleichbarkeit zu schaffen. Klassische Produkte des fairen Handels sind Lebensmittel wie Kaffee, Schokolade und Bananen – aber zunehmend wird auch eine Vielzahl an anderen Produkten wie Kleidung, Sportartikel, Baustoffe und IT-Produkte zertifiziert.

Darüber hinaus engagieren sich Organisationen des fairen Handels in der Bildungsarbeit zu Produktionsbedingungen und Verbesserungsmöglichkeiten. Außerdem setzen sie sich auf politischem Weg für eine langfristige, weltweite Verbesserung der Menschenrechtslage am Beginn aller Lieferketten ein.



Weiterführende Informationen finden sich beispielsweise auf den Seiten von Forum Fairer Handel oder des Bundesministeriums für Entwicklung und wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ):

[www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)

[www.bmz.de/de/themen/faierer\\_handel](http://www.bmz.de/de/themen/faierer_handel)

### Zertifizierung als Hürde und Chance (Siegeldebatte)

Siegelinitiativen für ökologische und soziale Standards bieten Orientierung bei der Entscheidung für nachhaltige Produkte. Wie oben dargestellt, können kleine Unternehmen im Globalen Süden durch die Entkopplung ihrer Waren von Weltmarktpreisen bessere Preise erzielen. Gleichzeitig sind sowohl der Zertifizierungsprozess für die Siegel als auch die damit verbundenen regelmäßigen Kontrollen oftmals mit hohen Kosten verbunden. Studien legen nahe, dass dadurch der Effekt des fairen Handels verloren geht und Arbeiterinnen und Arbeiter in zertifizierten Betrieben nicht automatisch existenzsichernde Löhne erhalten.

Gleichzeitig erzeugt die zunehmende Beliebtheit der Siegel ein weiteres Problem: Auch große Unternehmen ergreifen die Chance, durch eine zertifizierte Produktreihe neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Entsprechend tauchen immer mehr Siegel auf, die für mehr Nachhaltigkeit oder Umweltschutz werben. Dies erschwert die Orientierung für Verbraucherinnen und Verbraucher, da ohne eigene Recherche häufig nicht ersichtlich ist, welche Standards das jeweilige Siegel bietet.

Es gibt auch Unternehmen, die eigene Siegel anbieten. Diese weisen auf einzelne Produkte oder Kollektionen mit besseren Produktionsbedingungen hin. Hierbei fehlt jedoch zumeist die externe Kontrolle, die Aussagekraft des Siegels ist also fraglich. Es besteht die Gefahr des „Greenwashing“ – das Ausnutzen von Nachhaltigkeitsthemen für die Öffentlichkeitsarbeit, ohne dass tatsächliche Verbesserungen bestehen. Damit Siegel also wirksam und vertrauenswürdig sind, müssten sich auch die großen Firmen von unabhängigen Siegelinitiativen zertifizieren lassen.

Siegel sind also kein Allheilmittel. Dennoch sind sie momentan auch im Sportbereich eines der wichtigsten Instrumente für Konsumentinnen und Konsumenten, um sich für bessere Produktionsbedingungen einzusetzen. Das folgende Kapitel bietet deshalb einen ersten Überblick über die wichtigsten Siegel für soziale und ökologische Standards im Sportbereich.

### Siegelinitiativen für soziale und ökologische Standards im Vergleich

Im Folgenden werden die wichtigsten Siegel für soziale und ökologische Standards kurz vorgestellt. Einen umfassenderen Überblick bietet die Seite [www.siegelklarheit.de](http://www.siegelklarheit.de) des BMZ.

Zum jetzigen Zeitpunkt existiert kein Siegel, das sowohl ökologische als auch soziale Mindeststandards innerhalb der gesamten Lieferkette sicherstellt. Es bietet sich daher an, nach einer Kombination aus ökologischen Siegeln (wie GOTS, Naturtextil) und fairen Siegeln (wie Fair Wear Foundation, Fairtrade Cotton) Ausschau halten. Viele Vereine führen beispielsweise Fanartikel, die sowohl das Fairtrade-Cotton- als auch das GOTS-Siegel tragen.



#### FairTrade Textile Production

Strenge Überprüfung entlang der gesamten Lieferkette nach sozialen (Arbeitsbedingungen, Versammlungsfreiheit, Anstreben existenzsichernder Löhne) und ökologischen Aspekten (Verbot bestimmter Substanzen plus Umweltmanagementsystem).



#### Fair Wear Foundation

Verpflichtung, schrittweise auf die geforderten sozialen Standards in Anlehnung an die ILO-Kernarbeitsnormen hinzuwirken (Beispiele: Odlo, Dynafit, Ortovox, Mammut, Jack Wolfskin).



#### GOTS (Global Organic Textile Standard)

des IVN (Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft e. V.): Mindestens 70 Prozent biologische Naturfaser, maximal 10 Prozent konventionelle Synthetikfasern (für einen Großteil der Sportbekleidung Ausschlusskriterium). Reduzierung von Abfällen und Abwässern, PVC-freies Verpackungsmaterial, Erfüllen der Grundlage der ILO-Kernarbeitsnormen, geringer und streng kontrollierter Einsatz von Chemikalien.



#### FAIR BAND

ist ein Zusammenschluss von über 40 kleinen und mittleren Import- und Handelsunternehmen für fair gehandelte Produkte. Die Handelspartnerinnen und -partner kommen aus über 40 verschiedenen Ländern. Ziel und Fokus von FAIR BAND sind die Einhaltung sozialer Kriterien, vollständige Transparenz und Grundsätze des fairen Handels.



#### IVN-BEST

Das höchste realisierbare Niveau in Sachen Umweltschutz, Sozialstandards und Verbrauchersicherheit. 100 Prozent aus zertifiziert biologischen Naturfasern.



#### OEKO-TEX Standard 100

prüft auf Schadstoffrückstände in Textilien, Made in Green by OEKO-TEX ist zudem umweltfreundlich und sozialverträglich.



#### bluesign

Ökologische Kriterien, Ziel: Einsatz von gefährlicher Chemie von Anfang an verhindern und größtmögliche Ressourcenproduktivität garantieren (Beispiele: North Face, Gore-Tex, Mammut, Berghans, Vaude, Patagonia, Haglöfs, Deuter)



#### Der Grüne Knopf

ist das erste Siegel, das von staatlicher Seite aus vergeben wird und nicht von einem Verband. Damit einzelne Produkte ausgezeichnet werden, muss das gesamte Unternehmen bestimmte Standards erfüllen – ein Novum.

## Auch du kannst etwas erreichen! Handlungsempfehlungen für mehr Nachhaltigkeit im Sport

Im Überblick wird deutlich, dass sich im Sport einiges ändern muss und kann, damit er als Vorbild für ökologische und soziale Nachhaltigkeit wirken kann. Ziel muss sein, sowohl Sportevents als auch die Produktion von Sportartikeln im Breitensport und auf professioneller Ebene dahingehend zu verändern, dass Menschenrechte und Arbeitsrechte eingehalten und negative Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich gehalten werden.

### Wie können also Sportlerinnen und Sportler, Sportvereine, Sportbegeisterte und Fans, engagierte Jugendliche und Erwachsene im Globalen Norden zur Verbesserung des sozialen und ökologischen Fußabdrucks beitragen?

Die gute Nachricht ist: Um Menschen- und Arbeitsrechte entlang der Produktionskette wirkungsvoll und nachhaltig zu stärken, kann an vielen unterschiedlichen Stellen angesetzt werden. Sowohl Einzelpersonen als auch als gesamte Institutionen können viel erreichen!

### Was kann ich als Einzelperson tun?

#### Eigene Konsumgewohnheiten hinterfragen

Die erste Antwort gibt der Film #einBall genauso wie Eine-Welt-Läden oder entwicklungspolitische Initiativen: fair und bewusst einkaufen. In Kapitel 3 dieser Broschüre wurden bereits einige Siegel des fairen Handels vorgestellt, die eine Entscheidung für sozial und ökologisch nachhaltige Produkte einfacher macht. Gerade

für Funktionskleidung bietet sich auch der Kauf von Second-Hand-Artikeln an. Außerdem hilfreich ist eine ehrliche Selbstreflexion: Benötige ich wirklich neue Trainingskleidung oder kann ich an der ein oder anderen Stelle meinen Konsum reduzieren?

#### Sich selbst und andere informieren

Im Anhang dieser Broschüre findest Du zahlreiche Informationsquellen zum großen Thema Sport und Nachhaltigkeit. Als erster Schritt kann beispielsweise der soziale und ökologische Fußabdruck des Lieblingsvereins oder die Produktpalette des bevorzugten Sportgeschäfts unter die Lupe genommen werden.

#### Nur wer selbst brennt, kann andere anfeuern!

Ein bewusstes Eintreten für Nachhaltigkeit und fairen Handel wird vielleicht an einigen Stellen auf Skepsis stoßen. Wer nachvollziehbar die persönlichen Motivationen erklärt, kann aber auch Verhaltensänderungen bei Menschen im sozialen Umfeld anregen.

Schließlich kannst Du andere über Möglichkeiten nachhaltigeren Sports informieren – wer weiß, vielleicht finden sich auf diesem Wege auch schon Mitstreitende für den nächsten nachhaltigen Sportklamotten-Tausch-Abend?

#### Verbündete finden

Oftmals gibt es auf lokaler oder regionaler Ebene bereits Bündnisse, die sich für eine Stärkung des fairen Handels einsetzen. Wenn nicht, lassen sich gerade in Bildungseinrichtungen unkompliziert Hochschulgruppen oder Arbeitsgemeinschaften bilden, die sich für mehr Nachhaltigkeit einsetzen. Partner für Nachhaltigkeits-Initiativen findest Du vermehrt auch in progressiven Zusammenhängen und Bündnissen im Bereich der Fankultur.

#### Sich gesellschaftspolitisch engagieren

Abgesehen von der Veränderung eigener Gewohnheiten haben Einzelpersonen auch mehr Einfluss auf andere, als sie sich oft selbst zutrauen. Auch das zeigt der Film #einBall: Soziale Medien dienen schon längst als niedrigschwellige Kanäle für gesellschaftlichen Protest. Dieser Protest kann sich beispielsweise direkt gegen die großen Player der Sportartikelbranche richten und die Einhaltung von menschenrechtlichen Standards einfordern. Druck auf problematische Produzenten aufbauen und nachhaltigere Lösungen fordern – das gesellschaftliche Klima lädt dazu ein!

### Was kann unsere Institution / unser Verein tun?

#### Den Markt fair gehandelter Produkte attraktiver machen

Vereine können bei der Bestellung von Bällen, Sportgeräten und Sporttextilien auf die Herkunft und Produktionsweise der Artikel achten. Das kann für einen kleinen Verein sehr mühsam sein – inzwischen gibt es jedoch vielfältige Informations- und Beratungsmöglichkeiten, zum Beispiel die Kampagne #sporthandelt-fair. Sie hilft, zu unterscheiden, welche Artikel mit gutem Gewissen gekauft werden können. Durch vermehrte Nachfrage nach fair gehandelten Produkten wird die Umstellung auf faire Produktion auch für größere Firmen attraktiver und letztendlich die Anzahl fair erzeugter Artikel größer. Der Einfluss der Bestellung reicht also weit über die eigene Institution hinaus!

#### Auf den ökologischen und sozialen Fußabdruck der eigenen Veranstaltungen achten

Auch vergleichsweise kleine Veranstaltungen im Breitensport haben in der Masse einen

Einfluss auf Umwelt und globale Gerechtigkeit. Im Anhang dieser Broschüre finden sich Links zu Hilfestellungen, Checklisten und weiterführenden Informationen für Vereine und andere Einrichtungen, die bei ihren eigenen Veranstaltungen ein größeres Augenmerk auf Nachhaltigkeit legen möchten. Erste Veränderungen können beispielsweise der Umstieg zu Ökostromanbietern, die Bildung von Fahrgemeinschaften, der Bezug regionaler oder fair gehandelter Verpflegung sowie ein Konzept zur Müllvermeidung sein.

#### Aufmerksamkeit für das Thema schaffen

Ein positiver Nebeneffekt der Anschaffung fair hergestellter Produkte liegt darin, dass dadurch das Thema Produktionsbedingungen Aufmerksamkeit erhält. Die Umstellung kann zum Anlass genommen werden, in der eigenen Institution für die Produktionsbedingungen zu sensibilisieren und weitergehende Aktionen zum Thema fairer Handel im Sport umzusetzen. Beispiele dafür sind „faire Turniere“, Filmabende, Informationswände, Bildungs- und Themenwochen und ähnliches. Institutionen sind, stärker noch als Einzelpersonen, Multiplikatoren, die viele Menschen erreichen können.

#### Konkrete Bildungsarbeit leisten

Der zweite Teil dieser Broschüre bietet konkrete Konzepte zur Umsetzung eines Workshops rund um die Produktion von Sportartikeln. Vereine leisten oft wertvolle Jugendarbeit – die Workshops können dort ebenso wie in Bildungseinrichtungen durchgeführt werden, um Jugendliche und junge Erwachsene für globale Gerechtigkeit zu sensibilisieren.



## TEIL 2: DIDAKTIK – UMSETZUNG

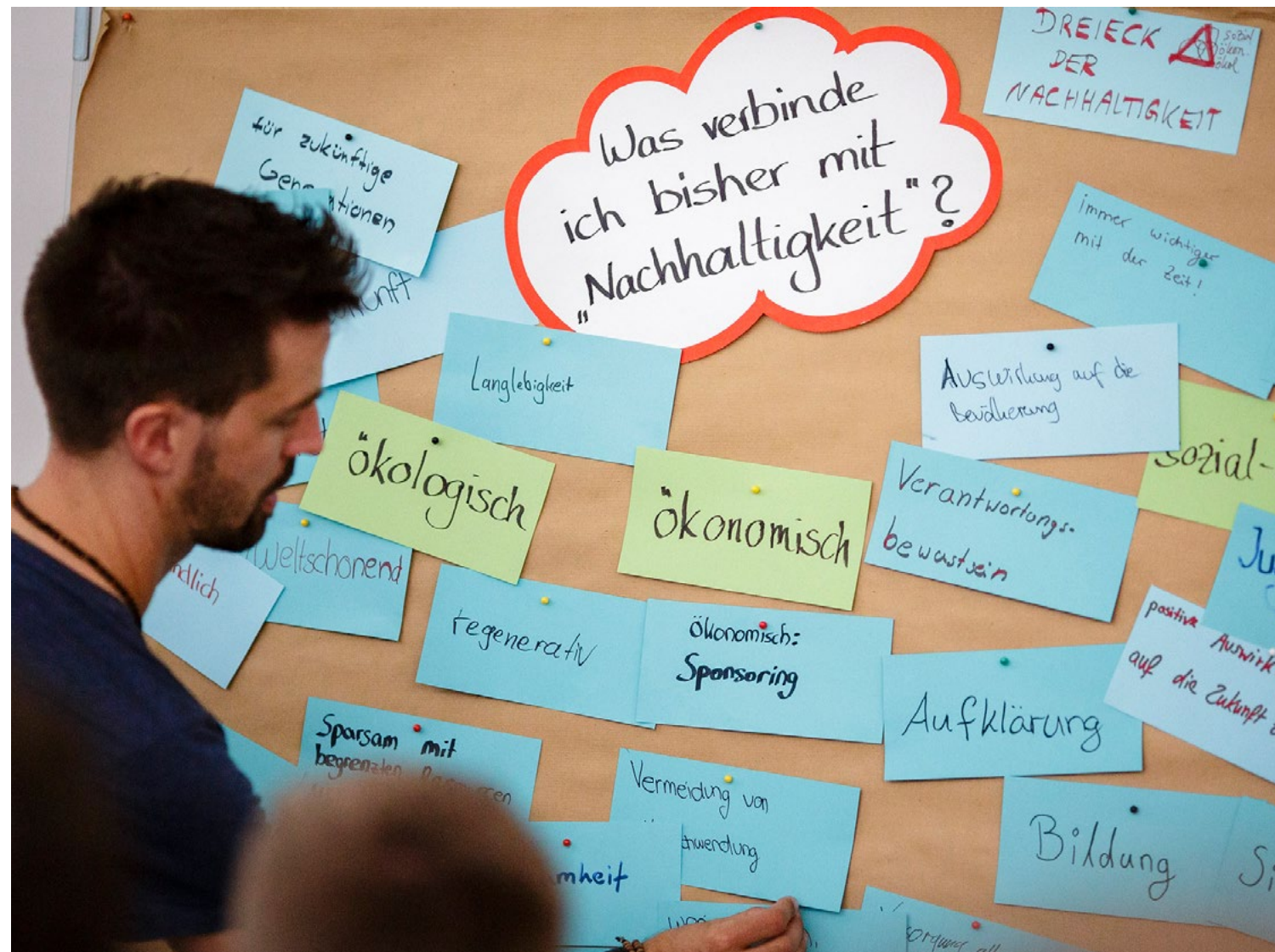
### Einleitung

Bildungsarbeit ist im Selbstverständnis vieler Sportvereine verankert. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene haben hier die Möglichkeit, sich zu engagieren, Verantwortung zu übernehmen, Selbstvertrauen aufzubauen. Und gleichzeitig bietet der Sport die Möglichkeit, Themen aufzugreifen, die an andere Lebensbereiche anknüpfen und über die reine sportliche Betätigung hinausgehen: Respektvoller Umgang, Fairness, Regeln für das Zusammenleben erarbeiten und einhalten.

Dies ist der Anknüpfungspunkt für die hier vorliegenden Bildungsmodule: Ausgehend vom Fußball, einem elementaren Sportgerät, wird im Film #einBall die Bedeutung globalisierter Produktionsketten sichtbar gemacht und die Frage nach der Verantwortung der oder des Einzelnen für das Wohlergehen von Menschen weltweit aufgeworfen. In den verschiedenen Workshop-Einheiten werden unterschiedliche Aspekte dieser Fragestellungen betrachtet und in konkrete Handlungsmöglichkeiten überführt.

Die hier vorgestellten Workshop-Einheiten dienen dazu, das Thema globaler Lieferketten und die Verantwortung der Sportbranche an Orte zu tragen, an denen junge Menschen Sport treiben.

Jugendliche und junge Erwachsene sollen dazu ermutigt und befähigt werden, selbst politisch zu handeln, zum Beispiel, indem sie die eigenen Konsumgewohnheiten hinterfragen, Social Media als politisches Instrument nutzen oder gesellschaftlich einflussreiche Gruppen gezielt ansprechen. So soll ein Verständnis für Lieferketten, globale Zusammenhänge und die Möglichkeiten des fairen Handelns als Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit vermittelt werden. Die Wirkung soll dabei über die Workshop-Einheit hinausreichen: Manche Einheiten geben Anstöße für längerfristige Projekte, die die Teilnehmenden im Anschluss selbst durchführen können.



Stattfinden können diese Workshops überall da, wo Sport getrieben wird – konzipiert sind sie für Jugendliche und junge Erwachsene in Sportvereinen ebenso wie in der Hochschule. Die Einsatzgebiete sind vielfältig: Sei es als Bildungsbegleitprogramm bei (Jugend-) Fußballturnieren, auf Ferienfreizeiten oder als Event in der lokalen Nachhaltigkeits-Arbeitsgemeinschaft. Die Workshops bieten zahlreiche Möglichkeiten und großes Potenzial für unterschiedliche Kooperationsformen mit diversen Bildungseinrichtungen sowie Sportvereinen.



### Workshop-Module

Hier findest Du unsere Bildungsmodule, die mit Jugendlichen oder jungen Erwachsenen durchgeführt werden können. Sie sind in drei thematische Abschnitte unterteilt, die alle Bezug zum Film #einBall nehmen: Der erste Teil beschäftigt sich mit dem fairen Handel, der zweite Abschnitt nimmt die Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) in den Blick, und im dritten Abschnitt wird die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen betrachtet.

Zur Verwendung dieser Bildungsmodule:

Im Basismodul wird der Film #einBall gemeinsam geschaut und ausgewertet. Dieses Modul umfasst 30 Minuten und ist mit jedem Aufbau-Modul von je 60 Minuten kombinierbar. So entstehen Seminare von 90 Minuten. Sollte mehr Zeit zur Verfügung stehen, können weitere Aufbau-Module hinzugefügt werden – alle sind miteinander kompatibel.

Für jedes Modul gibt es eine tabellarische Übersicht mit Zielsetzungen, Inhalten und Ablauf des Moduls sowie der Zielgruppe, für die dieses Modul geeignet ist. Damit können Seminarleitungen schnell erkennen, welches Modul für ihre Gruppe passend ist.

Dazu gibt es einen Ablaufplan für jedes Modul, der Methoden und Inhalte erklärt, Zeitangaben (in Minuten) liefert sowie Hilfestellungen für die Seminarleitung gibt. Zu einigen Modulen werden außerdem noch Kopiervorlagen oder weitere Materialien in der Anlage bereitgestellt.

## A) Basismodul #einBall

Titel des Moduls	#einBall – Basismodul
Fragestellungen	Wie sehen die Produktionsbedingungen in der Sportartikelindustrie aus? Wie wirkt sich die globale Produktion von Fußbällen auf lokale Arbeitsbedingungen aus? Wie stehen wir in Verbindung damit?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	keines
Primärziele	Die Teilnehmenden (TN) erkennen am Beispiel von Fußbällen, wie sich globale Produktionsmuster der Sportartikelindustrie auf lokale Arbeitsbedingungen auswirken.
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>erhalten ein Bild der globalen Ballproduktion und der Rolle Pakistans darin.</li> <li>verstehen ihre eigene Rolle als Konsumentinnen und Konsumenten und lernen den fairen Handel als Konsumalternative kennen.</li> <li>erkennen und bewerten Probleme in der Sportartikelindustrie.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>lernen unterschiedliche Möglichkeiten für entwicklungspolitisches Engagement kennen.</li> <li>geben neu gewonnene Informationen an ihr soziales Umfeld weiter.</li> </ul>
Ablauf	Nach einleitenden Worten der Seminarleitung wird gemeinsam der Film #einBall angeschaut und anschließend besprochen.
Verwendete Methoden	Film und Gespräch
Zielgruppen	Jugendliche und junge Erwachsene in Sportvereinen, Freizeitgruppen etc. Studierende, beispielsweise der Sport- oder Sozialwissenschaften
Gruppengröße	15 bis 30 Personen
Benötigtes Material	Film #einBall: <a href="https://youtu.be/iRO3xDWfKGY">youtu.be/iRO3xDWfKGY</a> Technik (Rechner, Beamer, Lautsprecher), fair gehandelter Ball (als Redegegenstand), Stifte, Papier
Varianten	Vor dem Start des Films kann bereits eine Leitfrage aus Anhang 1 zur Aufmerksamkeitssteuerung gestellt werden. Anstatt den Film am Stück anzuschauen, kann dieser auch pausiert gezeigt und Verständnisfragen direkt geklärt werden.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Die Einführung sollte kurz gehalten werden, damit im Anschluss nicht nur Verständnisfragen geklärt werden können, sondern ein kurzes Gespräch entlang der Kernaussagen des Films entsteht.
Tipps für Seminarleitung	Anlage I gibt einen kurzen Überblick für die Seminarleitung über die zentralen Charaktere des Films. Anlage II enthält Vorschläge für Diskussionsfragen. Je nach Einschätzung der Niveaustufe der Gruppe sollten zur Besprechung des Films die entsprechenden Fragen aus Anlage II gewählt oder weitere Fragen ergänzt werden.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
5	Begrüßung, Aktivierung	Die Seminarleitung führt in Thema und Ablauf des Workshops ein. Für jüngere TN: Anschließend kurz Begriffe „Fairness“ und/oder „Nachhaltigkeit“ besprechen: Was verstehen TN darunter? Für Studierende: Klärung des Begriffs globaler Lieferketten, Verweis darauf, dass Film Sportbälle als Beispiel für Problematiken in Lieferketten thematisiert.	fairer Ball als Redegegenstand	–
15	Film #einBall	Gemeinsames Anschauen des Filmes #einBall. Unklare Begriffe sollten von den TN notiert werden. Anschließend Zeit für Rück- und Verständnisfragen.	Film #einBall und Präsentationsmöglichkeit (Rechner, Beamer, Lautsprecher), Papier, Stifte	Auf gute Lautstärke achten.
10	Filmauswertung #einBall	Die Seminarleitung stellt Fragen zum Plot und den Kernaussagen des Films, wahlweise auch zu einzelnen Begriffen oder Charakteren. Besonders prägnante Kommentare der TN werden mitgeschrieben und an der Pinnwand aufgehängt bzw. auf dem Boden ausgelegt. Variante: Positionsbarometer (siehe Anlage II): TN positionieren sich entlang einer Linie, deren Enden für „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme überhaupt nicht zu“ stehen. Die Seminarleitung bringt durch gezielte Nachfragen eine Diskussion in Gang.	Leitfragen (siehe Anlage II), fairer Ball als Redegegenstand, Marker, Moderationskarten, Pinnwand	Die Fragen auf die Gruppe und ihr Niveau zuschneiden. Wenn das Grundverständnis geklärt, schnell zu Kernaussagen übergehen.



## B) Fairer Handel und nachhaltiges Wirtschaften

Der Film #einBall thematisiert die Unterschiede zwischen fairer und konventioneller Produktion von Fußbällen. Die zwei folgenden Workshop-Module greifen dieses Thema mit Wettkampf- und Rollenspielelementen auf. Das Modul für Jugendliche arbeitet mit dem beliebtesten Element des Online-Quiz.

Die Studierenden setzen sich in einer Fish-bowl-Diskussion für nachhaltiges Wirtschaften ein und erweitern dabei ihr eigenes Wissen. Beide Module sollen die Teilnehmenden aktivieren und sie ermutigen, zu engagierten Akteurinnen und Akteuren für fairen Handel und nachhaltiges Wirtschaften zu werden.

### Modul für die Zielgruppe Jugendliche / junge Erwachsene

Titel des Moduls	Quiz zu Ballproduktion und fairem Handel
Fragestellungen	Wie werden Sportartikel produziert? Was ist daran problematisch? Was können wir für Veränderung tun?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Basiswissen über die 17 Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals - SDGs)
Primärziele	Die Teilnehmenden (TN) <ul style="list-style-type: none"> <li>• werden über Produktionsbedingungen in der Sportartikelindustrie informiert.</li> <li>• werden für fairen Handel (SDG12) sensibilisiert.</li> <li>• werden zu proaktivem Handeln angehalten.</li> </ul>
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• bauen ihre Informationsbewertungskompetenzen aus.</li> <li>• erweitern ihre medientechnischen Kompetenzen und verstehen digitale Medienprodukte besser bzw. können sie adäquater einordnen.</li> <li>• lernen interdisziplinär.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• hinterfragen (aktiv) Lieferketten von Sportartikeln in ihrem sozialen Umfeld (wie Schule, Jugendclub, Fußballverein etc.).</li> <li>• nutzen vorhandenes Online-Quiz mit Absicht zu informieren und – gegebenenfalls darauf aufbauend - in ihrem sozialen Umfeld zu diskutieren.</li> <li>• erstellen ein eigenes Online-Quiz für ihr soziales Umfeld mit individuell formulierten Fragen und Antworten.</li> </ul>
Ablauf	Nach einer Einführung zum Thema nachhaltiger Konsum wird ein (digitales oder analoges) Quiz zu Arbeitsbedingungen in der Sportartikelindustrie durchgeführt. Nach jeder Fragerunde gibt es inhaltlichen Input zur Auflösung. Nach 10 Fragen wird das Gewinnerteam ermittelt und das Gesamtquiz wird inhaltlich eingeordnet. Das Gewinnerteam erhält kleine, inhaltlich passende Prämien (idealerweise einen fairen Ball oder vergleichbares). Im Anschluss wird das Basismodul durchgeführt.

Titel des Moduls	Quiz zu Ballproduktion und fairem Handel
Methodik	Multiple-Choice Quiz und Schätzfragen: Die klassische Form eines Quiz, bei der man Fragen aus einem oder mehreren Wissensgebieten entweder für sich oder mehr noch im Wettbewerb mit anderen beantwortet. Analog oder digital über ein Quiz-Tool umsetzbar.
Zielgruppe	Jugendliche und junge Erwachsene wie Schülerinnen und Schüler, Jugendliche in Jugendclubs, Fußballfans, Sportlerinnen und Sportler aus Vereinen (Inhaltliche Ausgestaltung an den Wissensstand der Gruppe anpassbar.)
Gruppengröße	Theoretisch in sämtlichen Gruppengrößen durchführbar. Bei inhaltlichem Austausch maximal 30 Personen.
Benötigtes Material	Whiteboard oder geeignete Projektionsfläche an der Wand (auf Lichteinfall und/oder Spiegelungen achten), Rechner mit Internet-Zugang, Beamer, Smartphones für die TN Zugang zum Quiz-Tool für Seminarleitung (Bei analoger Quiz-Spielweise: Vorbereitete Fragen und gegebenenfalls Erklärungen für die Seminarleitung, Zettel und Stifte für die TN)
Varianten	Verschiedene Variationen und Adaptierungen sind möglich. <i>Analog/Digital:</i> Standardmäßig wird hier von einer digitalen Spielweise ausgegangen. Das Quiz kann aber natürlich auch analog gespielt werden. <i>Verbindung von Quiz und Film:</i> Der vorliegende Ablaufplan sieht den Einsatz des Quiz vor dem Film zur thematischen Einführung vor. Alternativ kann es nach dem Film als Wissensabfrage genutzt werden (wird bereits vor dem Film auf das Quiz hingewiesen, kann dies Aufmerksamkeit und Konzentration signifikant erhöhen). Oder <b>während</b> des Films: Wechsel zwischen den beiden Medien Film / Quiz zur Auflockerung. <i>Anpassung an Zielgruppe:</i> Inputanteile der Seminarleitung, Schwierigkeitsgrade der Fragen, Anzahl der Fragen, Einbettung von multimedialen Elementen neben dem Film, Anordnung von Fragen / Antworten können variabel gestaltet werden. Alternativ können TN auch selbst ein Quiz zum Film erstellen, anstatt mit vorgegebenen Fragen zu spielen.
Tipps für Seminarleitung	Anlage III gibt einen Überblick über die Funktionsweise eines exemplarischen Quiz-Tools. Passende Fotos oder Grafiken können für einzelne Quizfragen hochgeladen werden. Es handelt sich hierbei nicht nur um eine optische Aufwertung des Spieles, sondern kann direkt für Erklärungen oder weiterführende Hinweise genutzt werden. In diesem Kontext steht und fällt Spielfreude auch mit der Stabilität der genutzten Internetverbindung. Es empfiehlt sich – vor allem bei größeren TN-Gruppen – einen Verbindungstest vor dem eigentlichen Modul durchzuführen. TN können in Ausnahmefällen die Internet-Verbindung zum Spiel verlieren, es sollte vorab geklärt werden, wie in dieser Situation gehandelt werden kann.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Es gibt wenige, aber dafür besonders in der elektronischen Umsetzung bedeutsame Unwägbarkeiten, die mitgedacht werden sollten: Besteht keine oder eine schlechte Internetverbindung, kann online kein Quiz gespielt werden. Die Seminarleitung sollte sich mit der Anwendung des Quiz-Tools vorher vertraut gemacht haben. Daraus resultiert ein gewisser Vorbereitungsaufwand.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
10	Thematischer Einstieg	Begrüßung der TN und Einführung in den Workshop. Anschließend offenes Brainstorming zu „Nachhaltigem Konsum“: TN schreiben Ideen und eigene Assoziationen auf Moderationskarten. Seminarleitung sammelt Karten ein, clustert sie gegebenenfalls und bringt sie gut sichtbar an bzw. legt sie auf dem Boden aus. TN äußern sich zu „ihren“ Karten oder generell zu allen Karten. Seminarleitung ordnet die genannten Informationen und leitet über zu kurzem Input.	Tafel / Whiteboard oder Flipchart, Kreide/Marker oder Stifte, Moderationsmaterial	Variante für Gruppen mit mehr Vorwissen / redifreudigere Gruppen: Seminarleitung erfragt Ideen oder Assoziationen zu nachhaltigem Konsum, die TN verbalisieren direkt Antworten. Seminarleitung ordnet die genannten Informationen und leitet zu Kurz-Input über.
10	Einführung in das Nachhaltigkeitsziel 12 – Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster	Kurz-Input dazu, was „Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ bedeuten.		Seminarleitung sollte die Thematik an dieser Stelle nur „anteasern“ und inhaltlich einen Vorgeschmack geben.
5	Einführung in das Quiz-Tool	Vorstellung des Quiz und Anwendungshinweise	Beamer, One-Pager, Whiteboard	Tipp: die wichtigsten Anwendungshinweise zum Quiz-Tool in einem One-Pager zusammenfassen und an die Wand projizieren.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
30	Quiz zur Produktion von Fußbällen	Quiz zu Arbeitsbedingungen in der Sportartikelindustrie wird durchgeführt. Nach jeder Fragerunde gibt es einen kurzen inhaltlichen Input zur Auflösung. Nach 10 Fragerunden wird das Team mit den meisten Punkten ermittelt.	Projektionsfläche an der Wand, Rechner, Beamer, Smartphones für TN, Internet-Verbindung Bei analoger Quiz-Spielweise: Vorbereitete Fragen und gegebenenfalls Erklärungen für die Seminarleitung, Papier und Stifte für TN	Quiz muss im Vorfeld eingerichtet worden sein, d.h. Fragen aber auch falsche Antworten sowie Spiel-Einstellungen müssen festgelegt worden sein. Beispielhafte Fragen und Antwortmöglichkeiten siehe Anlage IV.
5	Nachhaltigkeitsziel 12 - Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster	Auswertung Quiz und Preisverleihung: Wenn möglich, könnte an dieser Stelle dem gewinnenden Team ein fair gehandelter Ball (oder ein anderer Preis) überreicht werden.	Preise für gewinnendes Team	Abmoderation: „Nachhaltiger Konsum klingt sehr abstrakt, aber die Menschen in der Sportartikelindustrie sind es nicht. Wir haben gerade gesehen, dass es ohne Probleme möglich ist, sich für einen fairen Ball zu entscheiden. Warum dies immer noch zu wenig erfolgt, darüber müssen wir sprechen.“
5	Überleitung zum Film #einBall	Thematische Hinleitung zum Film	PC, Beamer, Whiteboard, Internetverbindung	Überleitung zum Film: „Nachdem wir jetzt schon einiges über die Produktion von Sportartikeln erfahren haben, wollen wir uns direkt einmal anschauen, was es heißt, „faire Bälle“ herzustellen.“



## Modul für die Zielgruppe Studierende

Titel des Moduls	12 Gründe dafür: Argumentationstraining für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12)
Fragestellungen	Wie können Einzelpersonen sich für nachhaltigeren Konsum in ihrem Umfeld einsetzen? Wie kann der Ablehnung von nachhaltig produzierten Sportartikeln begegnet werden?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Nachhaltigkeitsziele (SDGs) Durchführung Basismodul
Primärziel	Die Teilnehmenden (TN) <ul style="list-style-type: none"> <li>• werden für das SDG 12 sensibilisiert und vergrößern ihr fachbezogenes Wissen.</li> <li>• werden befähigt, mit Gegenargumenten konstruktiv umzugehen.</li> <li>• werden zu proaktivem Handeln angehalten.</li> </ul>
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• erarbeiten sich Fähigkeiten im Bereich „Argumentationstraining“</li> <li>• verbessern ihre Recherchefähigkeiten</li> <li>• entwickeln eigene Strategien und Gründe, wie und warum über die die Produktionsbedingungen in der Sportartikelindustrie informiert werden sollte.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	Die TN thematisieren Lieferketten von Sportartikeln sowie nachhaltigen Konsum im eigenen Umfeld (Familie, Freundschaften, Menschen aus eigenen Sportvereinen).
Ablauf	Die TN erarbeiten sich zuerst Argumentationsgrundlagen für nachhaltigeren Konsum. Danach schlüpfen sie in unterschiedliche Rollen und erproben die Argumentation für nachhaltigere Konsummuster in unterschiedlichen Settings. Anschließend werden gemeinsam Schwierigkeiten und Lösungsstrategien thematisiert.
Verwendete Methoden	Zweiergruppen, Rollenspiel im Format einer Fishbowl-Diskussion (Fishbowl: Eine vorher definierte Gruppe von TN diskutiert im Innenkreis ein spezifisches Thema, während die übrigen Teilnehmenden in einem Außenkreis die Diskussion beobachten).
Zielgruppe	Studierende, junge Erwachsene
Gruppengröße	Die Gruppengröße sollte 10 bis 15 Personen nicht überschreiten, damit eine prozessorientierte und konzentrierte Arbeit möglich ist. Bei größerer TN-Anzahl kann die Gruppe geteilt und am Ende des Workshops die Ergebnisse verglichen werden.
Benötigte Materialien	Moderationsmaterial, Flipchart/Pinnwand, Rollenkarten, Namensschilder
Varianten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TN kennen ihre Rollenkarten bereits vor dem Modul und können sich vertieft in Rollen und mögliche Argumentationsmuster einarbeiten.</li> <li>• TN erstellen selbst an spezifische Zielgruppen angepasste Rollenkarten im Vorfeld</li> </ul>
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Bei redefreudigen Gruppen sollte eventuell mehr Zeit für die inhaltliche Auseinandersetzung eingeplant werden.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Inhaltliche Vertiefung: Nachhaltiger Konsum	Aufbauend auf der Diskussion im Basismodul und den Informationen des Filmes sammeln die TN in Zweiergruppen Argumente zu den folgenden Fragestellungen auf Moderationskarten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind Gründe, um zukünftig nur noch nachhaltig produzierte Sportartikel zu kaufen? (auf grüne Karten)</li> <li>• Was könnte dagegen sprechen? (auf rote Karten)</li> <li>• Welche Alternativen gibt es? (auf blaue Karten)</li> </ul> Seminarleitung clustert die Karten und stellt sie kurz vor. Zeit für Rückfragen und (wenn Bedarf ist) kurze Diskussion zu einzelnen Argumenten („Seid ihr mit allem einverstanden, was hier steht?“).	Moderationskarten und Marker	Seminarleitung kann selbst auch Ideen oder Beispiele für Alternativen einbringen (beispielsweise Second Hand, eigene Herstellung von gebrandeten Trikots, weniger Konsum durch Verzicht auf jährlich neue Designs, ...). Generell soll hier der Grundstein für die spätere Argumentation gelegt werden. Daher sollte genug Raum für die Beantwortung offener Fragen gegeben sein.
3	Einführung in das Rollenspiel im Fishbowl-Modus	Seminarleitung erklärt Regeln und Ablauf: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle ziehen eine Rollenkarte. Es gibt drei Rollenbilder; Beobachtende Rolle; Studierenden-Rolle; Charakter-Rolle (siehe Anhang V).</li> <li>• Studierenden- und Charakterrollen bilden einen Innenkreis, beobachtende Rollen setzen sich außenherum</li> <li>• Szenario erklären (je nach Gruppe, mögliche Szenarien sind zum Beispiel Diskussion am Weihnachtsfest, Planung eines Sportevents, Großeinkauf einer Wohngemeinschaft, Infostand, ...)</li> <li>• Der Innenkreis führt Diskussion, der Außenkreis beobachtet und notiert die Beobachtungen auf Moderationskarten</li> <li>• Seminarleitung fungiert als Moderation; führt zwei „cuts“ durch, bei dem die Studierenden-Rollen durch TN aus dem Außenkreis ersetzt werden</li> </ul>	Visualisierte Regeln	Einführung durch Seminarleitung kann mit Hinweis auf Diskussionsszenarien erfolgen, bei denen es Herausforderungen bei der Vermittelbarkeit von Argumenten geben könnte („Viele von uns kennen wohl die Situation, wenn in der Debatte um XYZ plötzlich gute Argumente fehlten... Übung kann hier helfen und deshalb wollen wir das heute mal ausprobieren.“)

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Durchführung Rollenspiel	Die TN erhalten Rollenkarten und den zugehörigen Platz. Seminarleitung führt kurz in das Szenario ein und beginnt die Diskussion mit Fragen an die Charakterrollen. Nach jeweils circa 5 Minuten bestimmt die Seminarleitung zwei TN aus dem Außenkreis, die die Studierenden-Rollen ersetzen. So haben mehrere TN die Möglichkeit, sich in der Diskussion auszuprobieren sowie anderen beim Diskutieren zuzuschauen. Seminarleitung moderiert nach circa 15 Minuten ab.	Rollenkarten (Anhang V), Stühle im Fishbowl-Modus aufgestellt, Moderationsmaterial	Auf „tote Punkte“ in der Diskussion achten und gegebenenfalls durch Nachfragen die Diskussion wieder in Gang bringen. Charakter-Rollen sollten einfach, Studierenden-Rollen mindestens doppelt besetzt werden. Beobachtende Rollen können beliebig viele vergeben werden, je nach Gruppengröße.
20	Auswertung des Rollenspiels	Gemeinsames Abstreifen der Rollen. Danach Auswertung des Rollenspiels: 1. TN der beobachtenden Rollen stellen ihre Moderationskarten mit den Erkenntnissen vor. 2. TN der Studierenden-Rollen ergänzen, was ihnen selbst aufgefallen ist, womit sie sich wohl oder unwohl gefühlt haben. Seminarleitung schreibt auf Moderationskarten mit und ergänzt diese in der Sammlung. 3. TN der Charakter-Rollen ergänzen, was ihnen selbst aufgefallen ist, womit sie sich wohl oder unwohl gefühlt haben. Seminarleitung schreibt auf Moderationskarten mit und ergänzt diese in der Sammlung. 4. Aus den gesammelten Moderationskarten werden gemeinsam „goldene Regeln der Argumentation zu fairem Handel / nachhaltigem Konsum“ abgeleitet und diese auf Flipchart verschriftlicht.	Moderationsmaterial, Pinnwand, Flipchart	Optional: TN nach 4. kurz Zeit geben, sich die für sie wichtigste Regel auszusuchen und ins Handy einzuspeichern oder schriftlich festzuhalten.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
2	Weiterführende Informationen	Abschließend stellt die Seminarleitung Quellen für Informationen rund um fairen Handel und nachhaltigen Konsum vor, die für zukünftige Diskussionen genutzt werden können (etwa: <a href="http://www.lieferkettengesetz.de">www.lieferkettengesetz.de</a> , <a href="http://www.forum-fairer-handel.de">www.forum-fairer-handel.de</a> , <a href="http://www.17ziele.de">www.17ziele.de</a> ).		Bei längeren Workshops kann hier noch ein Input zu richtigem Recherchieren gehalten werden.
5	Abschluss	Feedback der TN, Verabschiedung		



### C) Die Agenda 2030 und die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die 17 Nachhaltigkeitsziele sind der Kernbestandteil der Agenda 2030, mit der die Vereinten Nationen bis 2030 erreichen wollen, dass alle Menschen ein Leben in Würde führen können und unser Planet geschützt wird. Die folgenden Workshop-Module machen die Teilnehmenden mit den 17 Zielen vertraut und geben ihnen die Möglichkeit, Verbindungen zu ihrem eigenen Leben zu ziehen: Jugendliche reflektieren dabei die Handlungsmöglichkeiten, die unterschiedliche Akteurinnen und Akteure haben, um die Nachhaltigkeitsziele zu fördern.

Studierende beschäftigen sich mit Großveranstaltungen im Sportbereich und mit Möglichkeiten, diese nachhaltiger zu gestalten.

Für beide Module ist es sinnvoll, die 17 Symbole der Nachhaltigkeitsziele zur Visualisierung groß auszudrucken.

Unter [www.17ziele.de/downloads.html](http://www.17ziele.de/downloads.html) können diese heruntergeladen werden. Eine spielerische Einführung zu den SDGs bieten auch das Crossboccia Spiel Global: [www.vollwertsport.de/wp-content/uploads/2019/06/GloBall\\_final.pdf](http://www.vollwertsport.de/wp-content/uploads/2019/06/GloBall_final.pdf)

#### Modul für die Zielgruppe Jugendliche / junge Erwachsene

Titel des Moduls	Die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) in der Sportartikelindustrie
Fragestellungen	Welche Relevanz messen wir einzelnen SDGs in der Sportartikelindustrie bei? Wie kann die Sportartikelindustrie zu ihrer Stärkung beitragen? Wer hat welchen Einfluss, um Veränderungen in der Sportartikelindustrie zu bewirken?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Durchführung des Basismoduls zur Filmauswertung
Primärziel	Teilnehmende (TN) reflektieren die Relevanz der SDGs im Kontext der Sportartikelindustrie sowie Möglichkeiten zu ihrer Stärkung.
Sekundärziele	TN lernen SDGs kennen. TN definieren für sich selbst die Relevanz der einzelnen SDGs. TN erkennen, welchen Einfluss die Sportartikelindustrie auf Erreichung der SDGs hat. TN erkennen eigene Handlungsoptionen zur Veränderung bestehender Ungerechtigkeiten. TN werden motiviert, Verantwortung für globale Verhältnisse zu übernehmen.
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	TN nutzen eigene Macht als Konsumentinnen und Konsumenten sowie zu eigenem politischen Engagement.
Ablauf	TN lernen SDGs kennen, nehmen Bewertung vor und reflektieren diese. Im Anschluss erarbeiten sie, was die Sportartikelindustrie zur Erfüllung der SDGs beitragen kann. Abschließend diskutieren sie die Handlungsoptionen einzelner Akteure mit Bezug zur Sportartikelindustrie.
Verwendete Methoden	Impulsvortrag, Gruppenkoordination, Kleingruppenarbeit, Positionsbarometer
Zielgruppe	Jugendliche und junge Erwachsene
Gruppengröße	15 bis 30 Personen

Titel des Moduls	Die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, kurz SDGs) in der Sportartikelindustrie
Benötigtes Material	Moderationsmaterial, Ausdruck der 17 SDGs (unter <a href="http://www.17ziele.de/downloads.html">www.17ziele.de/downloads.html</a> erhältlich), Film: <a href="https://youtu.be/VP41Guc7_s4">youtu.be/VP41Guc7_s4</a>
Varianten	Falls bei den TN wenig Vorwissen zu Nachhaltigkeit besteht, kann anstatt der Kleingruppenarbeit ein Gruppengespräch zur Bedeutung von Nachhaltigkeit und den SDGs stattfinden, bei dem Begrifflichkeiten geklärt und offene Fragen diskutiert werden.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Sehr dichtes Seminarprogramm. Es sollte genug Raum für Rückfragen gelassen werden.
Tipps für Seminarleitung	Jede der Übungen kann ausgedehnt werden durch mehr Bearbeitungszeit. Steht mehr Zeit zur Verfügung, kann dieses Modul auch vertieft und dafür in 80-90 Minuten durchgeführt werden.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Überleitung und Input zu den SDGs	Mit einem kurzen aber inhaltlich prägnanten SDG-Input führt die Seminarleitung in das Modul ein. Anschließend wird als Verstärkung ein Erklärfilm ( <i>Tu Du's für dich und die Welt!</i> ) zu den SDGs angeschaut.  Dabei sollten folgende Fragen beantwortet werden: Warum gibt es die SDGs? Von wem kommen sie? Seit wann gibt es sie? Wer trägt zu ihrer Erfüllung bei?	Beamer, Rechner mit Internetverbindung, Ausdruck der 17 SDGs, Klebeband  Link zum Film: <a href="https://youtu.be/VP41Guc7_s4">youtu.be/VP41Guc7_s4</a>	Empfohlene Einleitung: „Der faire Handel ist eines von 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung, von denen mehrere geeignet sind um mit dem Sportsektor zu mehr Nachhaltigkeit beizutragen...“
15	Bedeutung SDGs in Sportartikelindustrie	Die Seminarleitung bildet Kleingruppen von 3 - 4 Personen und teilt ihnen je 2 -3 SDGs zu. Kleingruppen sammeln für jedes ihrer SDGs mindestens eine Maßnahme, mit der die Sportartikelindustrie etwas zu dessen Stärkung beitragen kann. Die Karten werden von den TN unter die SDGs geklebt und anschließend im Plenum vorgestellt. Sofern nach Abschluss der Kleingruppenarbeit Lücken bestehen, erarbeiten alle TN zusammen Vorschläge.	Ausdruck der 17 SDGs, Moderationskarten, Marker, Klebeband	Auf genannte Arbeitsbedingungen im Film mit Bezug zu Näherinnen und Nähern verweisen.  Fällt TN kein direkter Bezug zu SDG ein, regt die Seminarleitung an, indirekte Verbindungen herzustellen (bspw. SDG 15 Leben an Land: Hinweis auf Umweltschäden durch Müll, Müllreduktion durch recycelte Materialien als Maßnahme).

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Eigene Einschätzung der Relevanz einzelner SDGs für den Sportsektor	TN sollen als Gruppe eine Priorisierung vornehmen zu welchen SDGs der Sportsektor positiv beitragen kann. Dazu fordert die Seminarleitung die Gruppe auf, die SDGs gemäß der Aufstellung einer Fußballmannschaft einzuordnen. Für die Gruppe weniger relevante SDGs landen auf der Auswechselbank, zentrale SDGs werden im Sturm oder Tor aufgestellt oder als Captain benannt. Anschließend erläutern und begründen die TN ihre Aufstellung.	Ausdruck eines Fußballfeldes (oder: Fußballfeld auf großer Papiervorlage aufzeichnen oder: Fußballfeld mit Kreide im Raum nachzeichnen) Ausdruck der 17 SDGs	Wichtig: Abschließend festhalten, dass trotz Hierarchisierung SDGs "ein Team!" sind.  Variante: Die Gruppe kann für diese Aufgabe geteilt werden. Im Anschluss werden die Priorisierungen beider Teilgruppen verglichen und diskutiert.
10	Einschätzung Handlungsmacht von Akteuren mit Bezug zu Sportartikelindustrie	Die Seminarleitung legt Anfangs- und Endpunkt eines Positionsbarometers fest. Die Pole stehen für: maximale Handlungsmacht / keine Handlungsmacht. TN positionieren sich zur Einschätzung der Handlungsmacht folgender Akteurinnen und Akteure: (Marken-)Unternehmen; politische Institutionen; Ich/Wir. Optional können noch folgende Akteurinnen und Akteure hinzugenommen werden: Fabrikarbeiterinnen und Fabrikarbeiter/ Näherinnen und Näher, Profisportlerinnen und -sportler, internationale Sportverbände, Handelsgeschäft, mein Verein. Die Seminarleitung regt durch Nachfragen eine Diskussion an, in der konkrete Handlungsmöglichkeiten benannt werden. Schwerpunkt hierbei sollen Handlungsmöglichkeiten für den oder die Einzelne sein.	Klebeband, um Linie darzustellen	In der Regel wird die Möglichkeit zur Einflussnahme von (Marken-) Unternehmen, Politik und Profisport und internationalen Sportverbänden wie der FIFA eher hoch, und von Fabrikarbeiterinnen und Fabrikarbeitern, Handelsgeschäft, Verein, ich/wir eher gering eingeschätzt. In der Reflexion sollte deshalb darauf hingewiesen werden, dass der Einfluss von "Ich/Wir" vor allem darin liegt, andere Akteurinnen und Akteure (durch entwicklungspolitisches Engagement oder Konsumententscheidungen) zum Handeln zu bewegen.
5	Abschluss und Feedback	Feedback der TN, Abschluss des Seminars	–	Feedback kann alternativ auch digital (bspw. über Mentimeter) eingeholt werden

## Modul für die Zielgruppe Studierende

Titel des Moduls	Nachhaltigkeit bei Großveranstaltungen
Fragestellungen	Welche ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielsetzungen sind mit Großveranstaltungen verbunden? Wie kann eine sportliche (Groß-) Veranstaltung nachhaltig geplant werden?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Durchführung des Basismoduls zur Filmauswertung Kenntnis grundlegender Nachhaltigkeitsbegriffe
Primärziel	Teilnehmende (TN) blicken über die Produktion von Sportartikeln hinaus und reflektieren Nachhaltigkeit auch in Bezug auf Großveranstaltungen im Sportbereich.
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• lernen die 17 Ziele für Nachhaltigkeit (SDGs) kennen.</li> <li>• erkennen Nachhaltigkeitsbezüge von (Groß-)Veranstaltungen.</li> <li>• entwickeln Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit bei (Groß-) Veranstaltungen.</li> <li>• können Argumente für eine nachhaltige Veranstaltungsplanung kurz und prägnant zusammenfassen.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	Zukünftige Veranstaltungen können nachhaltiger geplant werden.
Ablauf	Nach einer kurzen Vorstellung der SDGs reflektieren die TN in einer stillen Diskussion Ziele von Großereignissen und -veranstaltungen im Sport. Anschließend planen sie selbst eine möglichst nachhaltige Großveranstaltung und diskutieren Möglichkeiten und Grenzen der SDGs in der Veranstaltungsplanung. Zum Abschluss üben die TN, in einem Elevator Pitch Verantwortungsträgerinnen und -träger von nachhaltiger Veranstaltungsplanung zu überzeugen.
Verwendete Methoden	Kurz-Input, stille Diskussion, Kleingruppenarbeit, Gruppendiskussion, Elevator Pitch
Zielgruppe	Studierende, beispielsweise der Sport- oder Sozialwissenschaften
Gruppengröße	15 bis 30 Personen
Benötigtes Material	Moderationsmaterial, Ausdruck der SDGs (unter <a href="http://www.17ziele.de/downloads.html">www.17ziele.de/downloads.html</a> erhältlich), Arbeitsblätter (Anlage VI), A3-Plakate, Pinnwand/Tafel, visualisierte Arbeitsaufträge, Stifte
Varianten	Steht in der eigenen Institution in nächster Zeit eine Großveranstaltung an, können die TN die fiktive Veranstaltungsplanung direkt darauf beziehen. Ist das nicht der Fall, können eigene Veranstaltungsideen entwickelt werden.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Bei der Veranstaltungsplanung sollte das Setting (Um welche Veranstaltung handelt es sich?) möglichst schnell geklärt werden, damit viel Zeit für kreative Planungsideen bleibt.
Tipps für anleitende Person	Informationen zu den SDGs sowie zum Einfluss von Großveranstaltungen im Bereich Sport auf Umwelt und Menschenrechte finden sich im ersten Teil dieser Broschüre (Kapitel 1 und 2).  Jede der Übungen kann ausgedehnt werden durch mehr Bearbeitungszeit. Steht mehr Zeit zur Verfügung, kann dieses Modul auch vertieft und dafür in 80 bis 90 Minuten durchgeführt werden.



Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
5	Überleitung zu den SDGs	Die Seminarleitung legt die 17 Symbole der SDGs gut sichtbar vor der gesamten Gruppe aus und stellt sie kurz vor. Dabei werden folgende Fragen beantwortet: Seit wann gibt es die SDGs? Von wem kommen sie? Warum gibt es sie? Wer trägt zu ihrer Erfüllung bei? Welche drei gleichberechtigten Dimensionen beinhalten sie? (Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft)  Variante bei mehr Zeit: Die Teilnehmenden recherchieren in Kleingruppen zu den o.g. Fragen und stellen ihre Ergebnisse kurz und knapp im Plenum vor.	Ausdruck der 17 SDGs	Vorstellung möglichst knapp halten.  Empfohlene Einleitung: „Im Film haben wir mit dem fairen Handel ein Instrument für mehr Nachhaltigkeit kennengelernt. Da wir uns aber heute mit der Nachhaltigkeit von Sportevents beschäftigen werden, ist dafür ein weiteres Instrument wichtig...“
10	Sammeln von ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen von (Groß-) Veranstaltungen im Sport	Im Raum liegen drei Plakate im Format A3 mit den Überschriften „Umweltziele“, „Gesellschaftliche Ziele“, und „Wirtschaftliche Ziele“ aus. Die TN bewegen sich unter der Fragestellung „An welchen Stellen haben sportliche Großveranstaltungen Berührungspunkte mit diesen Zielen?“ durch den Raum und halten in einer stillen Diskussion schriftlich ihre Gedanken zu den jeweiligen Themenschwerpunkten auf den Plakaten fest. Dabei können die Gedanken der anderen TN kommentiert und weiterentwickelt werden. Nach circa 5 Minuten (oder wenn keine neuen Beiträge mehr dazukommen) fasst die Seminarleitung kurz das Ergebnis jedes Plakats zusammen. Danach kann ergänzt oder Rückfragen gestellt werden.	A3-Plakate, Marker visualisierte Fragestellung	Überleitung kann darauf hinweisen, dass Veranstaltungsplanerinnen und -planer eben oft andere Ziele verfolgen als die SDGs.  Am Ende der stillen Diskussion sollten die Plakate im Raum aufgehängt werden, so dass sie die restliche Zeit des Workshops über sichtbar bleiben.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Bezug zum Sport herstellen	Die TN planen nachhaltige Maßnahmen für eine fiktive Sportveranstaltung. Art, Ort, Anzahl TN werden vorab von der Gesamtgruppe oder der Seminarleitung festgelegt und an der Tafel/einer Pinnwand festgehalten (bestenfalls eine Veranstaltung, die an der jeweiligen Institution regelmäßig oder in nächster Zeit stattfindet). Die Seminarleitung teilt die Gruppe in sechs Kleingruppen mit 3 bis 5 Personen ein. Jede Kleingruppe erhält ein Arbeitsblatt zu einem der folgenden Handlungsfelder: Mobilität, Veranstaltungsort und Unterbringung, Technik und Energie, Produkte und Dienstleistungen, Catering, Sanitär und Abfallmanagement.  Ziel ist es, für das eigene Handlungsfeld Maßnahmen mit Bezügen zu möglichst vielen SDGs herzustellen und zu priorisieren.  Variante: Bei mehr Zeit oder leistungsstarken Gruppen kann auch jede Gruppe mehrere Handlungsfelder abdecken, sodass insgesamt mehrere Sportveranstaltungen bearbeitet werden können. Es sollte jedoch darauf geachtet werden, dass genug Zeit bleibt, in die Tiefe zu gehen und nicht nur eine oder zwei Maßnahmen pro Handlungsfeld festzuhalten.	Pinnwand/Tafel, Arbeitsblätter (Anlage VI), Stifte, Internetzugang, Moderationsmaterial	Seminarleitung verweist die TN vorab darauf, dass sie die Internetrecherche für Anregungen verwenden dürfen und Quellen in entsprechendem Feld des Arbeitsblattes angegeben werden können.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	Rückkopplung nachhaltiges (Groß-)Event mit SDGs	Jede Kleingruppe stellt kurz die wichtigsten und/oder kreativsten Maßnahmen ihres Katalogs vor. Nachdem alle präsentiert haben, werden folgende Leitfragen diskutiert: Welche SDGs kommen besonders oft vor, welche kaum? Woran liegt das? Welche Synergien lassen sich zwischen den unterschiedlichen Handlungsfeldern aufbauen? Warum sind für einige Maßnahmen Kooperationspartnerinnen und -partner unerlässlich? Wie realistisch ist die Umsetzung? Woran liegt es, dass Nachhaltigkeit bei (Groß-) Veranstaltungen bisher eine geringe Rolle spielt?		
10	Zusammenfassung und Verdichtung der Erkenntnisse	Optional: In Gruppen von 3 bis 5 Personen entwickeln die TN kurze <i>Elevator Pitches</i> , um Entscheidungsträgerinnen und -träger in ihrer Institution von einer nachhaltigeren Veranstaltungsplanung zu überzeugen. Leitfragen sind: Warum sollte die Person euch zuhören? Warum steht die Institution in der Verantwortung, Sportveranstaltungen nachhaltiger zu planen? Welche konkreten Vorschläge habt ihr? Was könnten Gegenargumente dieser Person sein und wie entkräftet ihr diese? TN entwickeln in 5 Minuten einen Pitch von maximal 30 Sekunden, den sie dann den anderen Gruppenmitgliedern vortragen.	Papier und Stifte für Notizen Visualisierte Leitfragen	Auf neue Durchmischung der Gruppen achten: Nicht dieselbe Einteilung wie zuvor. Hintergrund: Die Idee eines <i>Elevator Pitches</i> basiert auf dem Szenario, eine wichtige Person im Aufzug zu treffen und sie in der Zeit, bis die Türen sich wieder öffnen, von der eigenen Idee zu überzeugen. Der Elevator Pitch rundet das Modul ab und bietet eine Hilfestellung für eigenes Engagement nach dem Seminar. Da das Modul sehr dicht ist, kann er bei Zeitmangel jedoch auch weggelassen werden – das Modul funktioniert inhaltlich auch ohne ihn.
5	Abschluss und Feedback	Feedback der TN und Seminarabschluss		Feedback kann alternativ auch digital (bspw. über Mentimeter) eingeholt werden

## D) Menschenrechte und menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen

Nur faire Produkte zu kaufen ist als Handlungsoption oft unbefriedigend und wälzt die Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit allein auf die Verbraucherinnen und Verbraucher ab. Um wirkungsvoll etwas an den sozialen und ökologischen Bedingungen entlang der Produktionskette von Sportartikeln zu ändern, müssen sich Firmen ihrer Verantwortung für Menschen an allen Stellen dieser Kette bewusstwerden und ausbeuterische Praxen beenden. Dabei gibt eine Vielzahl von Bestrebungen auf internationaler und nationaler Ebene Vorgaben für die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen zu entwickeln. Während diese Standards bislang nicht rechtlich bindend sind, sollen sie noch im Jahr 2021 in Deutschland durch ein Lieferkettengesetz gesetzlich verankert und somit einklagbar und sanktionsfähig werden.

Die folgenden Workshop-Angebote legen daher den Schwerpunkt auf das Spannungsfeld zwischen individueller und unternehmerischer Verantwortung für die Verbesserung der Menschenrechtslage in der Sportartikelproduktion. Zudem eröffnen sie Handlungsoptionen, die über das eigene (Konsum-)Verhalten hinausgehen und größere Kontexte betrachten.

Für Jugendliche liegt dabei der Fokus auf der Bedeutung von Social Media als politischem Instrument; für die Zielgruppe Studierende auf den Möglichkeiten, Einfluss auf die eigene Bildungsinstitution zu nehmen.

### Modul für die Zielgruppe Jugendliche / junge Erwachsene

Titel des Moduls	Unternehmen in der Verantwortung
Fragestellungen	Warum sollten Unternehmen menschenrechtsverletzende Praktiken entlang der Produktionskette verändern? Wie können wir diese Veränderung vorantreiben?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Durchführung des Basismoduls zur Filmauswertung, Grundlegendes Verständnis von globalisierten Produktionsketten
Primärziel	Die Teilnehmenden (TN) reflektieren die unternehmerische Verantwortung für Menschenrechte sowie unterschiedliche Möglichkeiten, diese einzufordern.
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• beziehen Position zur individuellen Verantwortung gegenüber Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette.</li> <li>• verstehen, warum Unternehmen eine menschenrechtliche Verantwortung haben und warum sie dieser oft nicht nachkommen.</li> <li>• reflektieren unterschiedliche Handlungsoptionen, um Unternehmen zur Einhaltung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten zu bewegen.</li> <li>• üben, Social Media als niedrigschwelliges Instrument für entwicklungspolitisches Engagement zu nutzen.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	Die TN wenden die erlernten Handlungsoptionen im Alltag an.



Titel des Moduls	Unternehmen in der Verantwortung
Ablauf	Die TN setzen sich zunächst (unter den Eindrücken des Films) mit dem Unterschied zwischen der individuellen und unternehmerischen Verantwortung für die Verbesserung der Produktionsbedingungen auseinander. Anschließend reflektieren sie unterschiedliche Strategien, Unternehmen zur verstärkten Verantwortungsübernahme zu bewegen und probieren sich bei der Nutzung von Social Media für politische Anliegen aus.
Verwendete Methoden	Soziometrische Aufstellung, Positionierung, Diskussion, Gruppenarbeit, Social Media Aktion
Zielgruppe	Jugendliche und junge Erwachsene
Gruppengröße	15 bis 30 Personen
Benötigtes Material	Moderationsmaterial, vorbereitete Plakate, Visualisierungen der Aufgabenstellungen, Papier, Redegegenstand
Varianten	Bei mehr Zeit kann – auf die Social Media-Übung aufbauend – die menschenrechtliche Verantwortung prominenter Persönlichkeiten, wie zum Beispiel Surf-Weltmeister Kelly Slater, im Sport thematisiert werden. Die Frage nach gerechter Bezahlung beispielsweise lässt sich im Vergleich des Gehalts von Profisportlerinnen und -sportlern mit dem Gehalt der Menschen, die ihre Sportartikel und -kleidung herstellen, gut diskutieren.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	
Tipps für Seminarleitung	Hintergrundinformationen zum geplanten Lieferkettengesetz finden sich in Kapitel 2 dieser Broschüre.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
10	Individuelle Verantwortung vs. Unternehmerische Verantwortung: Bezug zum Film	<p>Soziometrische Übung: Zu den nachstehenden Thesen positionieren sich die TN entlang einer Linie, deren Enden für „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme überhaupt nicht zu“ stehen. Die Seminarleitung bringt durch gezielte Nachfragen eine Diskussion in Gang und stellt den Bezug zum Film her.</p> <p>Thesen: „Jeder Mensch ist für seine Arbeitsbedingungen selbst verantwortlich.“</p> <p>„Der bzw. die Einzelne kann wirtschaftliche Entscheidungen nicht beeinflussen.“</p> <p>„Aus großer Macht folgt große Verantwortung (Peter Parker).“</p>	Klebeband, um die Linie zu visualisieren	<p>Varianten:</p> <p>A) Bei sehr unruhiger Gruppe: statt Aufstellung entlang einer Linie einen Kreis bilden; TN treten bei Zustimmung einen Schritt nach vorne, bei Ablehnung einen Schritt nach hinten („Sternschritt“): So hat die Seminarleitung in der Mitte alle im Blick, es bilden sich keine Pulks von TN und die Aufstellung geht schneller.</p> <p>B) Im Vereinskontext: Übung kann mit Bewegung kombiniert werden. Beispielsweise müssen die TN erst eine Runde um den Platz laufen, bevor sie sich positionieren und sich dabei Argumente zurechtlegen.</p>
20	Menschenrechtliche Verantwortung von Unternehmen	Die Seminarleitung bildet Kleingruppen von 3 - 4 Personen und teilt ihnen je 2 -3 SDGs zu. Kleingruppen sammeln für jedes ihrer SDGs mindestens eine Maßnahme, mit der die Sportartikelindustrie etwas zu dessen Stärkung beitragen kann. Die Karten werden von den TN unter die SDGs geklebt und anschließend im Plenum vorgestellt. Sofern nach Abschluss der Kleingruppenarbeit Lücken bestehen, erarbeiten alle TN zusammen Vorschläge.	Fragestellungen visualisiert, Moderationskarten, Marker, Pinnnadeln/Klebeband, evtl. weiterführende Informationen von <a href="http://www.lieferkettengesetz.de/mitmachen">www.lieferkettengesetz.de/mitmachen</a>	<p>Auf <a href="http://www.lieferkettengesetz.de/mitmachen">www.lieferkettengesetz.de/mitmachen</a> finden sich regelmäßig aktualisierte und frei verfügbare Argumentationsleitfäden sowie weitere Hintergrundinformationen, die hier genutzt werden können.</p> <p>Falls der Verweis nicht von den TN selbst kommt, sollte die Seminarleitung in der Diskussion auf die Komplexität der Produktionskette hinweisen: Viele Zwischenhändler, Herkunft nicht immer klar nachvollziehbar.</p>

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
15	TN reflektieren unterschiedliche Handlungsoptionen, um Unternehmen zu einem Umdenken zu bewegen	<p>Auf dem Boden liegen Plakate aus, auf denen unterschiedliche Methoden genannt sind, wie jede und jeder Einfluss auf Unternehmen nehmen kann. Dazu steht jeweils ein kurzes Beispiel oder eine Erklärung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DEMONSTRATIONEN (Beispiel: „Fridays For Future hat es durch wöchentliche Demonstrationen geschafft, den Klimawandel stärker in die öffentliche Aufmerksamkeit zu rücken.“)</li> <li>• SOCIAL MEDIA AKTIONEN („Öffentlicher Druck auf Unternehmen kann z. B. über Posts ausgeübt werden, die viel geteilt werden und dadurch viele Leute erreichen.“)</li> <li>• GESETZE ÄNDERN („Deutschlandweit haben Vereine und Organisationen die Initiative Lieferkettengesetz ins Leben gerufen. Sie wollen, dass ein Gesetz erlassen wird, das Unternehmen dazu verpflichtet, die Einhaltung von Menschenrechten bei der Herstellung ihrer Produkte weltweit zu überwachen.“)</li> <li>• FAIRTRADE KAUFEN („Ruben und Amal kaufen nur noch fair produzierte Bälle, um den Anreiz für Unternehmen zu erhöhen, fair zu produzieren.“)</li> </ul> <p>Die TN gehen durch den Raum und stellen sich zu jenem Plakat, das sie am sinnvollsten finden. Anschließend kurze Diskussion, was warum überzeugend oder nicht überzeugend ist und was die TN selbst tun würden.</p> <p>Variante für fitte Gruppen: Anstelle der vorbereiteten Plakate oder zusätzlich werden in einem ersten Schritt von den TN selbst Handlungsoptionen gesammelt und auf Plakaten festgehalten.</p>	Plakate mit Optionen und Beispielen, weitere Plakate und Marker, Redegegenstand	<p>Mögliche Einleitung: „Ihr habt jetzt schon unterschiedliche Gründe dafür gesehen, warum Unternehmen versuchen zu umgehen, die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Ich habe euch verschiedene Möglichkeiten mitgebracht, wie sie trotzdem dazu gebracht werden können, das zu tun...“</p> <p>Variante: Hier kann kleine Bewegungsübung eingebaut werden (Plakate weiter auseinander und dazwischen Bewegungsparcours aufbauen. Achtung: Zeitaufwändiger Aufbau, sollte vor dem Workshop aufgebaut werden.)</p> <p>Wichtig: Es geht darum, den TN zu zeigen, dass fair kaufen nicht die einzige Möglichkeit ist und dass es unterschiedliche Wege gibt, auch ohne Geld aktiv zu werden.</p>

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
10	TN probieren aus, über Social Media politische Missstände zu kritisieren und haben dabei Spaß.	<p>Simulierte Social Media-Aktion in Einzel- oder 2er-Arbeit: TN können sich aussuchen, ob sie sich auf Unternehmen im Sportbereich; Sportvereine; Profisportlerinnen und -sportler oder Influencerinnen und Influencer konzentrieren wollen.</p> <p>Aufgabenstellung: „Erstellt mit Stift und Papier einen fiktiven Social Media Beitrag eurer Wahl:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Plattform würdet ihr nutzen und warum?</li> <li>• Wen würdet ihr verlinken/an wen wollt ihr euch richten?</li> <li>• Was ist euer/Statement/eure Frage?</li> <li>• Wie soll der Post dann aussehen?“</li> </ul> <p>(Beispiel: „Warum benutzt ihr eigentlich Bälle, die ausbeuterisch hergestellt wurden, @FCU? Asking for a friend“)</p> <p>Anschließend werden die Ergebnisse aufgehängt, bei genug Zeit kurz vorgestellt.</p>	Visualisierung der Aufgabenstellung, A4-Blätter, bunte Stifte oder Marker	<p>Einleitung: „Viele von euch haben sich zu Social Media gestellt, deshalb probieren wir das direkt mal aus...“ oder „Mit Social Media als Instrument zur Veränderung konnten gerade nur die wenigsten von euch was anfangen. Deshalb lasst uns das mal gemeinsam ausprobieren...“</p> <p>Sinn der Übung ist, zu zeigen, wie einfach Unternehmen, Vereine und prominente Persönlichkeiten über Social Media erreicht werden können. Social Media ist ein fester Bestandteil im Leben von Jugendlichen und kann niedrigschwellig für das eigene Engagement genutzt werden.</p>
5	Abschluss und Feedback	Feedback der TN, Abschluss des Seminars		Feedback kann alternativ auch über ein digitales Umfrage-Tool wie Mentimeter eingeholt werden.



## Modul für die Zielgruppe Studierende

Titel des Moduls	Ein mögliches Lieferkettengesetz und der Sport
Fragestellungen	Was ist die „Initiative Lieferkettengesetz“? Wie kann die Initiative Lieferkettengesetz zu mehr Fairness in der Lieferkette beitragen? Wie würde ein Lieferkettengesetz Amateur- und Profisport beeinflussen? Was kann an der eigenen Hochschule verändert werden?
Vorausgesetztes Hintergrundwissen	Durchführung des Basismoduls zur Filmauswertung
Primärziel	Die Teilnehmenden (TN) lernen über ein praktisches Beispiel für politische Einflussnahme der Zivilgesellschaft, wie sie selbst politisch aktiv werden können.
Sekundärziele	Die TN <ul style="list-style-type: none"> <li>• lernen die Initiative Lieferkettengesetz kennen und können ihre Inhalte bewerten.</li> <li>• reflektieren die Auswirkungen eines Lieferkettengesetzes auf Amateur- und Profisport in Deutschland.</li> <li>• reflektieren, an welchen Stellen in ihrer Institution angesetzt werden müsste, um mehr Fairness zu erreichen.</li> <li>• erleben, dass politisches Handeln im Alltag einfach möglich ist und überwinden die Hemmschwelle, um politisch aktiv zu werden.</li> </ul>
Mögliche Handlungsimpulse oder -direktiven	Erarbeitung einer Petition oder Selbstverpflichtung für mehr Fairness in den Sportangeboten der Hochschule / des Sportvereins.
Ablauf	TN lernen zunächst die Initiative Lieferkettengesetz kennen und beschäftigen sich kritisch mit deren Forderungen. Im Anschluss reflektieren die TN, welche Handlungsoptionen es gibt und können eine Selbstverpflichtung für mehr Fairness in den Sportangeboten ihrer Institution erarbeiten, welche alternativ auch die Form einer Online-Petition annehmen kann.
Verwendete Methoden	Recherche, Gruppenarbeit, Diskussionsrunde
Zielgruppe	Studierende, beispielsweise der Sport- oder Sozialwissenschaften
Gruppengröße	15 bis 25 Personen
Benötigtes Material	Infomaterial Lieferkettengesetz (Anlage VII), Moderationsmaterial, Impulsfragen für Selbstverpflichtung (Anlage VIII), evtl. Internetzugang
Varianten	Falls die Institution bereits über eine Selbstverpflichtung für sozial und ökologisch faire Sportangebote / Veranstaltungen verfügt, kann diese überarbeitet oder auf ihre tatsächliche Anwendbarkeit hin diskutiert werden.
Herausforderungen (Fallstricke / Risiken)	Die Verabschiedung eines Lieferkettengesetzes ist ein sehr aktueller und dynamischer Aushandlungsprozess: Vor Durchführung des Moduls muss auf die Aktualität der Informationsmaterialien geachtet werden und neue Entwicklungen aufgenommen werden. Aktuelle Informationen unter <a href="http://www.lieferkettengesetz.de">www.lieferkettengesetz.de</a>
Tipps für Seminarleitung	Sehr viel „Kopfarbeit“ – auf das Energielevel der Gruppe achten und Pausen einbauen.

Dauer	Inhalt	Ablauf	Material	Hinweise
3	Überleitung zum Lieferkettengesetz	Frontal: In Bezugnahme auf den Film weist die Seminarleitung auf die Verantwortung internationaler Firmen hin, verweist auf wachsende unternehmerische und politische Unterstützung für eine gesetzliche Regelung und nennt die Initiative Lieferkettengesetz als Beispiel für ein breites gesellschaftliches Bündnis für Veränderung	eventuell Visualisierung	kurz halten, um schnell ins aktive Arbeiten zu kommen
22	Inhalte Lieferkettengesetz verstehen	Gruppenarbeit: Anhand von digitalen Informationsquellen erarbeiten die TN sich in Kleingruppen umfassendes Wissen zu unterschiedlichen Fragestellungen, z. B. den Akteurinnen und Akteuren, Forderungen und Erfolgen der Initiative Lieferkettengesetz. Anschließend stellen die Gruppen ihre jeweiligen Ergebnisse kurz im Plenum vor.	Informationsquellen (siehe Arbeitsblatt Anhang VII); Visualisierungsmöglichkeiten für Ergebnisse (beispielsweise Plakate und Marker)	auf <a href="http://www.lieferkettengesetz.de">www.lieferkettengesetz.de</a> nach aktuellem Stand schauen
10	Bezug zum Sport herstellen	Diskussion im Plenum zur Fragestellung: An welchen Stellen im Hobby- und Profisport hätte ein Lieferkettengesetz Auswirkungen? Wie bewerten die TN diese Auswirkungen? Seminarleitung moderiert und hält Ergebnisse auf Moderationskarte fest.	Moderationsmaterial	Erwähnt werden sollten Sportartikel, Funktionskleidung, Fan-Artikel, Sportereignisse
20	Anstoßen einer Selbstverpflichtung für Sport an der Universität / Hochschule	Die TN teilen sich (je nach Interesse) in mindestens 3 Kleingruppen zu den unterschiedlichen im Vorfeld erarbeiteten Punkten, die durch ein Lieferkettengesetz verändert würden, auf. Geleitet von Impulsfragen halten die TN fest, wo das die Sportangebote der Universität / Hochschule betrifft und erstellen „Regeln“ für die sozial und ökologisch nachhaltigere Gestaltung der Sportangebote an der Universität / Hochschule. Anschließend werden die Ergebnisse zusammengetragen und gemeinsam überlegt, welches Gremium für die jeweiligen Veränderungen zuständig ist und (bei genug Zeit) recherchiert, wann dieses das nächste Mal tagt, um den Vorschlag dort einzureichen.	Visualisierte Impulsfragen: An welchen Stellen im Unisport können wir auf mehr Nachhaltigkeit achten? Was wären sinnvolle Regeln, um diese Nachhaltigkeit (ökologisch und sozial) zu institutionalisieren? Welches Gremium an unserer Uni / Hochschule ist für diese Regelungen zuständig?	Variante: Alternativ kann die Selbstverpflichtung Inhalt einer Online-Petition werden, deren Text vorformuliert wird und von den TN später online gestellt werden kann. Eine solche Selbstverpflichtung / Petition kann bei anderen Zielgruppen (beispielsweise für den Sportverein) entstehen.
5	Abschluss und Feedback	Feedback der TN, Abschluss des Seminars		Feedback kann alternativ auch digital (bspw. über Mentimeter) eingeholt werden

## Anlagen Bildungsmaterial: Kopiervorlagen und Arbeitsblätter

### Anlage I: Überblick über die Charaktere des Films

**Ruben:** Lebt in Berlin und spielt Fußball, unter anderem zusammen mit Amal. Er hat zunächst Zweifel daran, mit seinem Tun etwas verändern zu können und sieht den fairen Handel kritisch. Doch die Fakten und die Arbeit an dem Film überzeugen ihn davon, dass es sich lohnt, sich zu engagieren.

**Amal:** Lebt ebenfalls in Berlin und spielt Fußball, unter anderem mit Ruben. Amal ist politisch aktiv und will durch ihr Engagement Missstände in der Welt verbessern. Sie hat Riaz aus Sialkot, Pakistan, über ihren YouTube-Channel kennengelernt und glaubt an die Wirkmächtigkeit von Videos für den Wandel.

**Riaz:** Lebt in Sialkot, Pakistan, der Hauptstadt der Fußbälle. Er hat sein Studium abgeschlossen, möchte Filme machen und beschäftigt sich mit dem fairen Handel. Amal hat ihm geholfen, ein Werbe-Video für einen deutschen Produzenten zu erstellen, der auf faire Produktion umgestellt hat. Nun will er ein Fundraising-Video drehen, um seinem Onkel bei der Umstellung seiner Fabrik auf faire Produktion zu helfen.

**Riaz Onkel:** Leitet in zweiter Generation seit mehr als 20 Jahren eine Fabrik in Sialkot, in der Bälle und weitere Sportartikel produziert werden. Er ist von Riaz Idee der Umstellung auf Fair Trade angetan, hat jedoch Zweifel, ob die Umstellung angesichts mangelnder Finanzierung gelingen kann und ist besorgt um das Image seiner Fabrik.

### Gäste (Organisationen)

<i>Berndt Hinzmann</i>	INKOTA-NETZWERK e.V.
<i>Nasir Doga</i>	IMAC Pakistan (Nationale Aufsichtsbehörde zu Kinderarbeit)
<i>Malik Jhamil</i>	Vision Technologies (Fairtrade-zertifizierte Ballfabrik)
<i>Michael Jopp</i>	Fachpromotor für Kommunale Entwicklungspolitik
<i>Karlos El-Khatib</i>	Berliner-Fußball-Verband
<i>Nicole Ludwig</i>	Sprecherin für Wirtschaft, Forschung, Sport im Berliner Abgeordnetenhaus
<i>Thomas Härtel</i>	Präsident des Landessportbundes Berlin
<i>Fadja Sulemani</i>	Näherin Vision Technologies (Fairtrade-zertifizierte Ballfabrik)

### Anlage II: Fragen für die Filmauswertung

#### Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene

##### Fragen zur Handlung des Films:

- Was haben Ruben, Amal und Riaz gemeinsam vor?
- Was sind die Gründe dafür, dass ihr Projekt zwischenzeitlich in Gefahr gerät?
- Was ist an ihrem Vorgehen gut, was problematisch?
- Warum hat Riaz Onkel bisher nicht auf fairen Handel umgestellt?
- Wie gelingt den Charakteren des Films die Wende?

##### Fragen zu den Produktionsbedingungen in Pakistan und zu fairem Handel:

- Wo kommen 80 Prozent der weltweit produzierten Fußbälle her?
- Wie sehen die Arbeitsbedingungen dort in konventionellen Fabriken aus?
- Was garantiert das Siegel des fairen Handels?
- Warum ist Kinderarbeit (k)ein Problem in der Ballproduktion?
- Welche Bedeutung hat Bildung im Kontext der Ballproduktion?

##### Fragen zu Handlungsmöglichkeiten:

- Welche Verantwortung tragen wir für Menschen hier und im Globalen Süden?
- Welchen (potentiellen) Einfluss haben wir als Einzelne und als Gruppe auf die Welt?
- Warum kann der faire Handel nur ein Teil der Lösung sein?

#### Zielgruppe Studierende

##### Diskussionsfragen:

- Ist der faire Handel ein sinnvolles Instrument für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen weltweit? Wo liegen seine Grenzen und Probleme?
- Welche weiteren Instrumente existieren bereits, um Menschenrechte und Umwelt entlang globalisierter Lieferketten zu schützen?
- Heiligt der Zweck in der Berichterstattung über globale Missstände die Mittel? (Beispiel: Problematisierung von Kinderarbeit durch Amal, obwohl das nicht den Tatsachen entsprach)
- Welche Potentiale und welche Gefahren bietet die vernetzte globalisierte Welt für den Schutz der Menschenrechte?

##### Thesen Positionsbarometer:

- (10 = volle Zustimmung, 0 = keine Zustimmung)
- Durch globalisiertes Leben und globalisierte Lieferketten kann man von einer „Weltgesellschaft“ sprechen.
- Ich trage Verantwortung für die Auswirkungen meiner Konsumentscheidungen auf Menschen in anderen Teilen der Welt.
- Der Globale Süden muss seine Probleme selber lösen.
- Fairer Handel ist ein passendes Instrument, um globale Ungerechtigkeiten zu beseitigen.



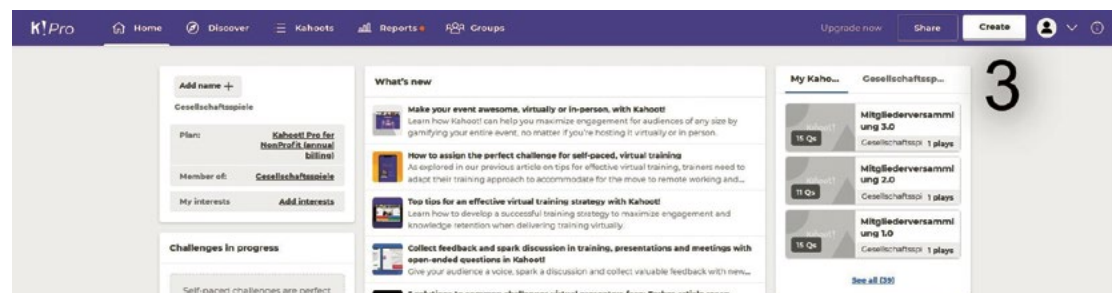
### Anlage III: Erklärung eines Quiz-Tools am Beispiel Kahoot

Das zum Zeitpunkt der Drucklegung auch in der schulischen Arbeit weit verbreitete Online-Quiz Kahoot wird hier exemplarisch vorgestellt.

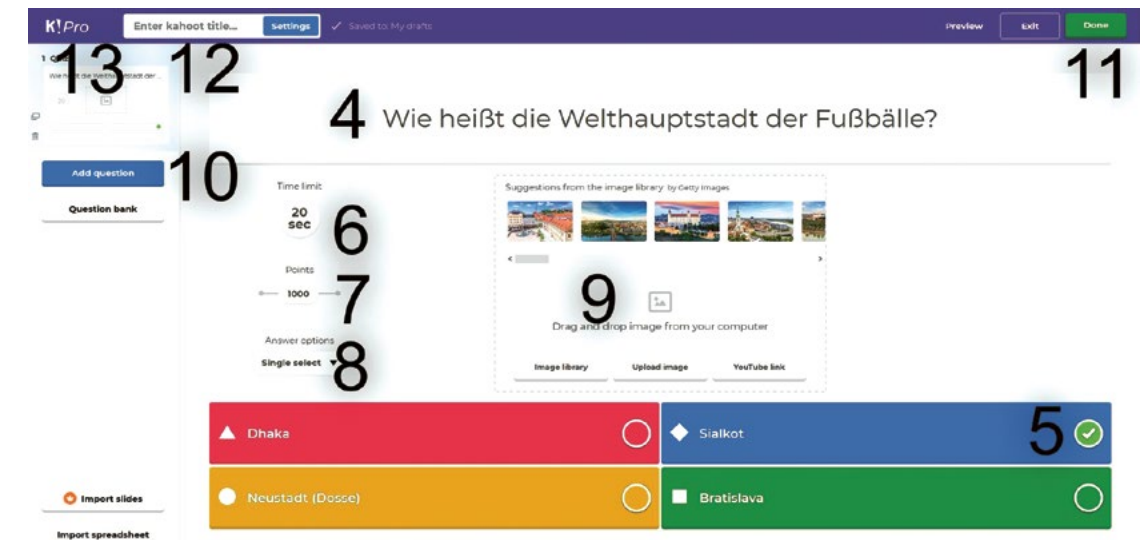
Kahoot ist größtenteils selbsterklärend und intuitiv bedienbar. Einige Hinweise sollen an dieser Stelle dennoch gegeben werden – sie sind hier der Übersichtlichkeit halber durchnummeriert; die schwarzen Zahlen auf den Screenshots entsprechen den Nummern der Erklärungspunkte. Los geht es auf der Seite [www.kahoot.it](http://www.kahoot.it).



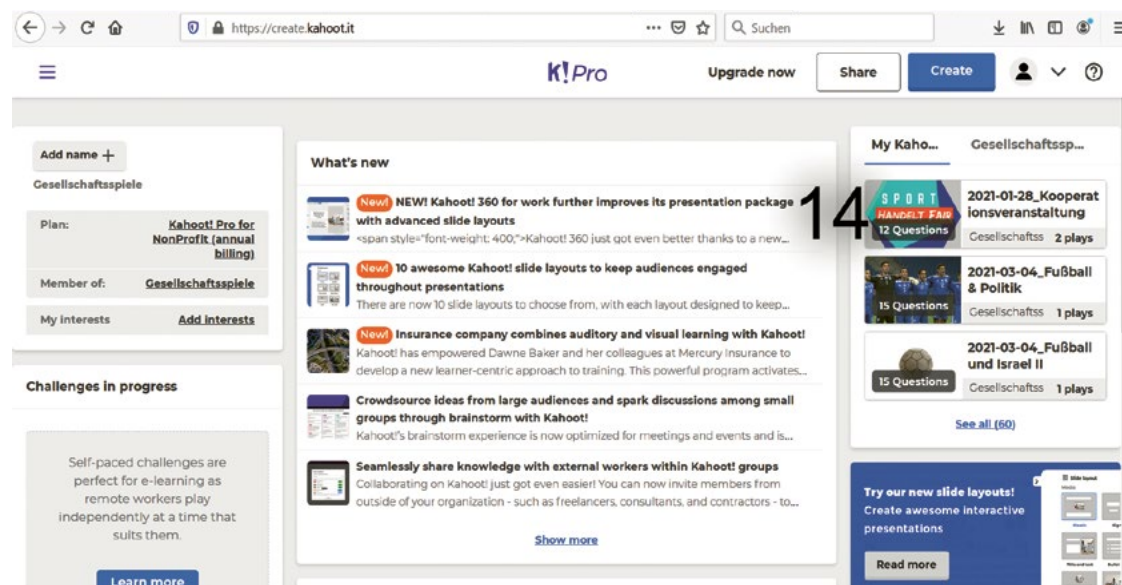
1. Für die Quizerstellung im Kahoot-Modus muss ein Benutzerkonto angelegt werden.
2. Zur Quizerstellung und Editierung müssen die Benutzerdaten eingegeben werden.



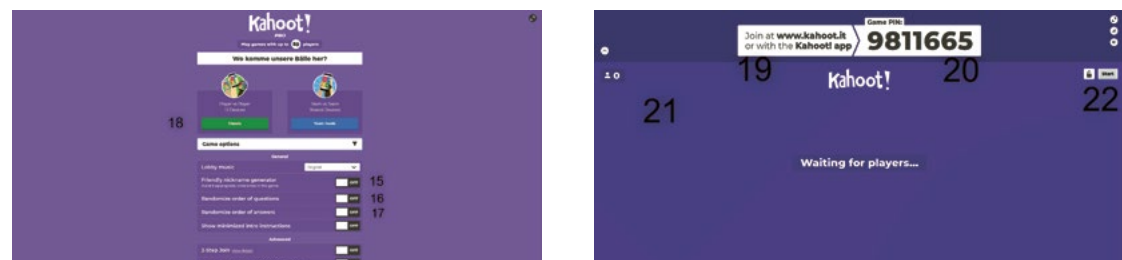
3. Soll ein Quiz manuell neu erstellt werden? Hier geht es los.
4. Das Eingabefeld für die jeweiligen Fragen befindet sich zentral in der oberen Mitte. Es besteht eine Höchstzahl von 120 Zeichen. Die Fragen sollten daher kurz und knackig formuliert sein.
5. Die richtige Antwort muss mit einem Häkchen bestätigt werden. Je nach Zielgruppe sollten die restlichen Antworten nicht zu leicht/schwer sein.
6. Voreingestellt sind 20 Sekunden, um die Frage zu beantworten. Der Wert kann hier manuell verändert werden – von 5 bis 240 Sekunden. Vorsicht: Ist zu wenig oder zu viel Zeit für das Lesen und Beantworten der Frage kalkuliert, mindert dies das Spielvergnügen.



7. 1.000 Punkte sind für jede richtige Antwort voreingestellt. Ist eine Frage besonders wichtig oder soll die Spannung gegen Quizrundenende erhöht werden, kann hier manuell auf 2.000 Punkte erhöht werden.
8. Gibt es nur eine richtige Antwort auf die Frage, darf „Single select“ nicht verändert werden. Sollen mehrere Antworten richtig sein, kann hier „Multi-select“ eingestellt werden. In diesem Fall sollte darauf geachtet werden, auch mehrere richtige Antworten mit einem Häkchen zu bedenken.
9. Sollen mediale Inhalte vor der Frage abgespielt werden, kann ein Foto oder Youtube-Link hochgeladen werden.
10. Hier kann der Quizrunde eine weitere Frage hinzugefügt werden. Klassischerweise empfehlen sich Quizrunden mit 10 bis 20 Fragen.
11. Wichtig: Hier muss die Quizrunde abgespeichert werden!
12. In der Zusammenfassung wird dem Quiz ein Name gegeben („Faire Bälle\_8a“), unter der das Quiz wiedergefunden werden kann. Sofern bei „Sichtbarkeit“ ein Häkchen gesetzt wird, können es theoretisch auch die restlichen Kahoot-Nutzerinnen und -Nutzer weltweit spielen. Das Quiz kann hier auch mit einer kurzen Beschreibung versehen werden. Dies würde anderen Nutzerinnen und Nutzern helfen, das Quiz schneller zu finden und einzuordnen.
13. In dieser Version wird mit einer kostenpflichtigen Kahoot-Pro-Version gearbeitet. Das Handling für kostenfreie Versionen unterscheidet sich nicht von dieser. Differenzen bestehen in der maximalen TN-Zahl bei den Versionen. Bei der kostenfreien Version liegt diese bei 20. Sollen mehr TN mitspielen (und nicht in Teams zusammen quizzern), wird eine Pro- oder (kostengünstige) Schul-Version benötigt.



14. Den gewählten Quiztitel anklicken und im nächsten Schritt auf „play“ sowie „present“ drücken, um mit der Quiz-Session für die TN zu beginnen.
15. Die TN können sich selbst Nicknames geben. Aufgrund einer Begrenzung der Zeichenzahl auf 15 sollten die Namen entsprechend kurz sein.
16. Hier sollte die Auswahl „OFF“ nicht verändert werden, da das Kahoot-System die Reihenfolge der Fragen sonst verändert.
17. Es empfiehlt sich eine zufällige Reihenfolge der Antworten auszuwählen („randomize order of answers“), da sonst ein System bei der Positionierung der Fragen erkennbar ist (die richtige Antwort steht meist an dritter Stelle).



18. Mit einem Klick wird der Anmeldemodus für die TN gestartet.
19. Die Kahoot-App wird nicht benötigt, es reicht den TN mitzuteilen, dass sie mit ihren Smartphones die Seite [www.kahoot.it](http://www.kahoot.it) öffnen sollen (*wichtig: auf „it“ in der URL achten*)
20. TN sollen nach Öffnung der gewünschten Seite den Game-Pin eintragen. Dieser ist für jedes Spiel individuell, kann also nicht mit Vorlauf kommuniziert werden. Der Game-Pin bleibt im Spielverlauf gleich (Wichtiger Hinweis für Personen, die sich neu einloggen müssen.).
21. Angemeldete TN erscheinen hier mit ihren Nicknames.
22. Letzter Klick bevor das Quiz im Spielmodus startet.

## Anlage IV: Fragen und Antworten für das Quiz

### Allgemeine Fragen

Wo wird der überwiegende Teil unserer Sportartikel hergestellt? (auf der ganzen Welt → globale Lieferkette)

1. Welcher Rohstoff liegt synthetischen Stoffen wie Kunststoffen oder Plastik zugrunde? (Erdöl)
2. Welche Umweltprobleme bringt Funktionskleidung mit sich? (Baumwolle: hoher Wasserverbrauch; synthetische Fasern: enthalten Mikroplastik, das beim Waschen ins Abwasser gerät und nicht herausfilterbar ist; Färbeprozesse der Stoffe: gefährliche Chemikalien gelangen über das Abwasser in Flüsse und Seen)
3. Wieviel Geld geben Menschen in Deutschland jährlich für Sportartikel und Sportkleidung aus? (circa 21 Milliarden Euro)
4. Wieviel Geld verdient eine Näherin oder ein Näher an einem handgenähten Ball? (circa 30 Cent)
5. Wie viele Sportartikel (Bälle, Kleidung, Geräte, ...) kauft unsere Institution / unser Verein im Jahr ein?
6. Was garantiert das Fair Trade-Siegel? (z. B. langfristige Handelsbeziehungen und stabile Preise für Produzierende, Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit, Förderung von Gewerkschaften und demokratischer Organisation, Prämie für Gemeinschaftsprojekte, höhere Löhne)
7. Wie viele zertifizierte Hersteller von fairen Sporttextilien gibt es in Deutschland (Stand: Februar 2021)? (Einen; der Hersteller heißt Club Kollektion)
8. Wie kann ich für mehr Gerechtigkeit in der globalen Lieferkette aktiv werden? (z. B. verantwortungsvoller Konsum, andere informieren, auf Entscheidungspersonen in meiner Institution einwirken, bei Herstellern Produktionsbedingungen nachfragen, ...)
9. Welche Internationale Organisation hat Kernarbeitsnormen festgelegt, die Arbeitsbedingungen weltweit verbessern sollen? (Internationale Arbeitsorganisation, ILO)

### Schwerpunkt Fußball

10. Aus welchem Material bestehen heute die meisten Fußbälle?  
*Rinderleder, Gummi, Kunstleder, Baumwolle*
11. Wie lange braucht eine Näherin oder ein Näher (in Handnähung) ungefähr für einen Fußball?  
**90 Minuten, 60 Minuten, 180 Minuten, 30 Minuten**
12. Wie viele Stiche muss man machen, um einen Fußball zusammen zu nähen?  
*180, 450, 680, 820*

13. Wie viel Geld verdient eine Näherin oder ein Näher im Schnitt pro Ball?  
**30 Cent, 1 Euro, 3 Euro, 5 Euro**
14. Wie viele Bundesligisten spielen eigentlich mit einem fair gehandelten Ball?  
**2, 6, 0, 1**
15. Welcher Verein der ersten beiden Bundesligen hat die meisten fairen und nachhaltigen Artikel in seinem Fanshop?  
*Werder Bremen, FC St. Pauli, **Union Berlin**, Borussia Dortmund*
16. Wie viele fair gehandelte Sportbälle wurden 2018 in Deutschland abgesetzt?  
*12.154, **20.476**, 35.172, 97.225*
17. Wo werden die meisten Sportbälle hergestellt?  
*Bangladesch, USA, **Pakistan**, Deutschland*
18. Von circa 700 Ball-Herstellern in Sialkot sind nur 40 Hersteller Fairtrade-zertifiziert. Richtig oder Falsch?  
*Falsch (es sind nur 5)*

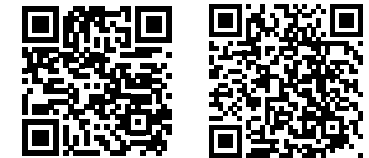
### Anlage V: Arbeitsblatt Inhalte Lieferkettengesetz verstehen

Zu den unterschiedlichen Fragestellungen werden Vorschläge für die Quellsuche (als Link und QR-Code) gegeben. Weitergehende Recherche ist im Rahmen der vorgegebenen Zeit selbstverständlich möglich und erwünscht.

#### Gruppe 1: Was ist das Lieferkettengesetz überhaupt und warum setzt sich die Initiative dafür ein?

Vorgeschlagene Informationsquellen:

[www.lieferkettengesetz.de](http://www.lieferkettengesetz.de)  
[www.bmz.de/de/themen/lieferketten](http://www.bmz.de/de/themen/lieferketten)



Ihr könnt natürlich auch andere seriöse Quellen nutzen.

#### Gruppe 2: Was sind die konkreten Forderungen der Initiative? Was soll ihrer Meinung nach im Gesetzestext stehen?

Vorgeschlagene Informationsquelle:

[www.lieferkettengesetz.de/wp-content/uploads/2019/09/Anforderungen-an-ein-wirksames-Lieferkettengesetz\\_Februar-2020.pdf](http://www.lieferkettengesetz.de/wp-content/uploads/2019/09/Anforderungen-an-ein-wirksames-Lieferkettengesetz_Februar-2020.pdf)



Ihr könnt natürlich auch andere seriöse Quellen nutzen.

#### Gruppe 3: Wer sind Akteurinnen und Akteure im aktuellen politischen Prozess?

Leitfragen:

- Was für Organisationen stecken hinter der Initiative?
- Welche Bundesministerien sind in die Aushandlungen mit einbezogen?
- Welche Unternehmen wären von einem solchen Gesetz betroffen?
- Welche Gegenstimmen gibt es zu den Forderungen der Initiative?

Vorgeschlagene Informationsquellen:

[www.lieferkettengesetz.de/wp-content/uploads/2020/02/Hintergrundpapier-Initiative-Lieferkettengesetz\\_Februar-2020.pdf](http://www.lieferkettengesetz.de/wp-content/uploads/2020/02/Hintergrundpapier-Initiative-Lieferkettengesetz_Februar-2020.pdf)



[www.handelsblatt.com/politik/deutschland/krisentreffen-am-donnerstag-streit-unter-den-bundesministerien-lieferkettengesetz-wird-jetzt-zur-chefsache/26166264.html](http://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/krisentreffen-am-donnerstag-streit-unter-den-bundesministerien-lieferkettengesetz-wird-jetzt-zur-chefsache/26166264.html)



Ihr könnt natürlich auch andere seriöse Quellen nutzen.



## Anlage VI: Rollenkarten für die Fishbowl-Diskussion

<p><b>Tarek Teuer</b></p> <p>„In meinem Volleyballverein können wir uns normale Bälle kaum leisten.“</p> <p>Du hältst nichts von Traumtänzereien und willst konkrete Finanzierungsmöglichkeiten sehen.</p>	<p><b>Ahmet Aber</b></p> <p>„Aber woher soll ich denn wissen, wo meine Laufschuhe herkommen?“</p> <p>Du freust dich über grundlegende Informationen über Produktionsstandorte und Lieferketten.</p>
<p><b>Robyn Resigniert</b></p> <p>„Bringt doch sowieso nichts, wenn ich mir einmal im Jahr ein fair produziertes Trikot kaufe.“</p> <p>Du willst dich engagieren, weißt aber nicht so richtig, wie und wo.</p>	<p><b>Claudia Clever</b></p> <p>„Aber wird bei den Siegeln nicht auch immer viel getrickst?“</p> <p>Du willst sichergehen, nicht übers Ohr gehauen zu werden ("greenwashing").</p>
<p><b>Eva Egal</b></p> <p>„Hauptsache, das Shirt sieht gut aus.“</p> <p>Du hast kein Interesse an politischen Fragestellungen.</p>	<p><b>Studentin / Student</b></p> <p>Du willst dich dafür einsetzen, dass in deinem Umfeld mehr auf nachhaltige Sportartikel geachtet wird und scheust daher keine Diskussion zum Thema.</p>
<p><b>Studentin / Student</b></p> <p>Du willst dich dafür einsetzen, dass in deinem Umfeld mehr auf nachhaltige Sportartikel geachtet wird und scheust daher keine Diskussion zum Thema.</p>	<p><b>Studentin / Student</b></p> <p>Du willst dich dafür einsetzen, dass in deinem Umfeld mehr auf nachhaltige Sportartikel geachtet wird und scheust daher keine Diskussion zum Thema.</p>
<p><b>Beobachterin / Beobachter</b></p> <p>Du nimmst nicht an der Diskussion teil, sondern achtest auf Argumentationsmuster: Was funktioniert gut? Was gar nicht? Welche Argumente überzeugen besonders? Wo gibt es noch Recherchebedarf?</p> <p>Halte deine Beobachtungen auf Moderationskarten fest (eine Beobachtung pro Karte)</p>	<p><b>Beobachterin / Beobachter</b></p> <p>Du nimmst nicht an der Diskussion teil, sondern achtest auf Argumentationsmuster: Was funktioniert gut? Was gar nicht? Welche Argumente überzeugen besonders? Wo gibt es noch Recherchebedarf?</p> <p>Halte deine Beobachtungen auf Moderationskarten fest (eine Beobachtung pro Karte)</p>
<p><b>Beobachterin / Beobachter</b></p> <p>Du nimmst nicht an der Diskussion teil, sondern achtest auf Argumentationsmuster: Was funktioniert gut? Was gar nicht? Welche Argumente überzeugen besonders? Wo gibt es noch Recherchebedarf?</p> <p>Halte deine Beobachtungen auf Moderationskarten fest (eine Beobachtung pro Karte)</p>	<p><b>Beobachterin / Beobachter</b></p> <p>Du nimmst nicht an der Diskussion teil, sondern achtest auf Argumentationsmuster: Was funktioniert gut? Was gar nicht? Welche Argumente überzeugen besonders? Wo gibt es noch Recherchebedarf?</p> <p>Halte deine Beobachtungen auf Moderationskarten fest (eine Beobachtung pro Karte)</p>

## Anlage VII: Arbeitsblatt nachhaltige Veranstaltungsplanung

Arbeitsblatt zu Handlungsfeld \_\_\_\_\_ zur Organisation von nachhaltigen (Groß-)Events  
(zur Auswahl stehen: Mobilität / Veranstaltungsort + Unterbringung / Technik + Energie / Produkte + Dienstleistungen / Catering / Sanitär + Abfallmanagement)

Thema Problem	Ziel	Maßnahme	Kooperationspartnerinnen und -partner	Quelle Referenz	Bezüge SDG-Nr.

## TEIL 3 WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

### A) Bildungsmaterialien und -angebote

60

Herausgeber: Titel	Zielgruppe	Beschreibung	Link
<i>Deutsche Sportjugend</i> Bildung für eine nachhaltige Entwicklung im Sport – eine Arbeitshilfe für Multiplikatorinnen und Multiplikatoren	Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Kinder- und Jugendsport, Entscheidungstragende in Sportvereinen	Arbeitshilfe zur Integration von Aspekten der Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) in Sportvereinen. Fokus auf inhaltliches Wissen zu BNE-Themen sowie methodisch-didaktische Hilfestellungen für die Jugendarbeit im Sport. Wenige konkrete Bildungseinheiten, dafür viele Verweise auf Bildungsmaterialien unterschiedlicher Mitgliedsorganisationen der Deutschen Sportjugend (DSJ)	<a href="http://www.dsj.de/fileadmin/user_upload/Mediacenter/Publicationen/Downloads/BNE_Broschuere_2014.pdf">www.dsj.de/fileadmin/user_upload/Mediacenter/Publicationen/Downloads/BNE_Broschuere_2014.pdf</a>
<i>EPIZ Göttingen</i> Fit For Fair – Sport trifft fairen Handel	Erwachsene in Sportvereinen	Wanderausstellung zu Sportartikeln und Möglichkeiten für Vereine, auf fairere Produktionsbedingungen hinzuwirken. Gegen Gebühr entleihbar.	<a href="http://www.epiz-goettingen.de/ausstellung-fit-for-fair-sport-trifft-fairen-handel.html">www.epiz-goettingen.de/ausstellung-fit-for-fair-sport-trifft-fairen-handel.html</a>
<i>Femnet e.V.</i> Bildungsmodule für eine sozial-gerechte Modeindustrie	Studierende und junge Erwachsene	Sehr umfangreiches und aktuelles Bildungsmaterial zur globalen Textilindustrie, mit wiederkehrenden Bezügen zu Sportkleidung und Sportartikeln und ausführlichen Hintergrundinformationen. Schwerpunkt auf Arbeitsbedingungen und Frauenrechten.	<a href="http://www.femnet.de/component/jdownloads/send/47-toolkit-bildungsmodule-f-r-eine-sozial-gerechte-modeindustrie/184-bildungsmodule-fuer-eine-sozial-gerechte-modeindustrie.html">www.femnet.de/component/jdownloads/send/47-toolkit-bildungsmodule-f-r-eine-sozial-gerechte-modeindustrie/184-bildungsmodule-fuer-eine-sozial-gerechte-modeindustrie.html</a>
<i>Jugend handelt fair</i> Unterrichtsbaustein Fairplay in der Fußballherstellung	Jugendliche ab Klasse 7	Arbeitsblattbasierter Workshop über 45 Minuten. Sehr niedrigschwellig: kein besonderes Vorwissen nötig. Sollte mit aktiverem Teil verknüpft werden, um Motivation der Teilnehmenden zu erhöhen.	<a href="http://www.jugendhandelt-fair.de/fileadmin/user_upload/pdf/Baustein_Fu_fbball.pdf">www.jugendhandelt-fair.de/fileadmin/user_upload/pdf/Baustein_Fu_fbball.pdf</a>
<i>Sportjugend des Landessportbunds NRW</i> Bildungskonzeption – Ein Wegweiser für die sportliche und außersportliche Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen	Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Kinder- und Jugendsport	Akademisch gehaltene Broschüre; beleuchtet das Potential des Vereinssports als Bildungsakteur in verschiedenen Settings. Keine konkreten Bildungsmaterialien, aber Verweise auf mögliche Partnerschaften und hilfreiche Netzwerke.	<a href="http://www.lsb.nrw/fileadmin/global/media/Downloadcenter/Sport_und_Bildung/Bildungskonzeption-der_Sportjugend.pdf">www.lsb.nrw/fileadmin/global/media/Downloadcenter/Sport_und_Bildung/Bildungskonzeption-der_Sportjugend.pdf</a>

61

Herausgeber: Titel	Zielgruppe	Beschreibung	Link
<i>Vamos Münster e.V.</i> TrikotTausch Sportkoffer	Jugendliche ab Klasse 8	Bildungskoffer mit Schwerpunkt auf Sporttextilien mit drei Bildungsmodulen sowie einer kleinen Wanderausstellung zur Ausleihe gegen Gebühr.	<a href="http://www.vamos-muenster.de/angebote/ausstellungen-und-bildungsmaterialien/trikottausch/bildungskoffer">www.vamos-muenster.de/angebote/ausstellungen-und-bildungsmaterialien/trikottausch/bildungskoffer</a>
<i>WEED – Weltwirtschaft, Ökologie &amp; Entwicklung e.V.</i> (B)All Around The World: Unterrichtsmaterial zu fairen Bällen	Kinder und Jugendliche, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Bereich Sport	Set aus drei unterschiedlichen Materialien: Hintergrundbroschüre zur Produktion von Sportbällen; Unterrichtsmaterial zu Produktion, Weltwirtschaft und Arbeitsrecht; Poster, auf dem sich der Weg eines Balls auf der Weltkarte nachvollziehen lässt.	<a href="http://www.weed-online.org/themen/globaleslernen/10798734.html">www.weed-online.org/themen/globaleslernen/10798734.html</a>

### B) Tipps für Vereine und Institutionen

Herausgeber: Titel	Beschreibung	Link
<i>Deutscher Olympischer SportBund</i> Green Champions 2.0	Internetportal zur Planung und Durchführung nachhaltiger Sportveranstaltungen. Enthält Leitfäden, Checklisten und Praxisbeispiele.	<a href="http://www.green-champions.de">www.green-champions.de</a>
<i>Faire Metropole Ruhr</i> Leitfaden fair veranstalten	Sehr umfassende Broschüre mit Tipps für nachhaltige Veranstaltungsplanung. Enthält auch eine praktische Checkliste für die konkrete Planung.	<a href="http://www.faire-metropole-ruhr.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Leitfaden_Fair_veranstalten_2020.pdf">www.faire-metropole-ruhr.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Leitfaden_Fair_veranstalten_2020.pdf</a>
<i>Re-Athlete</i> CSR für Vereine!	Liste mit 19 sehr praxisnahen Tipps, wie Sportvereine im Bereich Amateursportlerinnen und -sportler in ihrer alltäglichen Arbeit nachhaltiger agieren können.	<a href="http://www.re-athlete.de/blogs/re-athlete-blog/csr-fur-vereine-mit-einfachen-tipps-zur-nachhaltigkeit">www.re-athlete.de/blogs/re-athlete-blog/csr-fur-vereine-mit-einfachen-tipps-zur-nachhaltigkeit</a>
<i>Sport Handelt Fair</i> Aktiv werden für Vereine	Sammlung unterschiedlicher Links, z. B. zu Anbieterinnen und Anbietern fair gehandelter Bälle oder Ansprechpersonen für Handel in jedem Bundesland.	<a href="http://www.sporthandeltfair.com/aktiv-werden/vereine-faire-baelle">www.sporthandeltfair.com/aktiv-werden/vereine-faire-baelle</a>
<i>Sport Handelt Fair</i> Der nachhaltige Sportverein der Zukunft	Leitfaden für Sportvereine mit praxisnahen Beispielen und Tipps für ein nachhaltigeres Vereinsprofil.	<a href="http://www.sporthandeltfair.com">www.sporthandeltfair.com</a> (Im Erscheinen)

### C) Weiterführende Informationen rund um Sport und Nachhaltigkeit

Herausgeber: Titel	Beschreibung	Link
<i>Cum Ratione</i> <i>Die Vereine im Ranking – So fair sind ihre Shops!</i>	Sehr ausführliche Untersuchung der Fanshops der Fußball-Bundesligavereine auf die Nachhaltigkeit ihrer Produkte.	<a href="http://www.cum-ratione.org/wp-content/uploads/cumratione_Praesentation_DIGITAL.pdf">www.cum-ratione.org/ wp-content/uploads/cumratione_Praesentation_DIGITAL.pdf</a>
<i>Deutscher Gewerkschaftsbund</i> <i>Die Kernarbeitsnormen der ILO</i>	Kurze Zusammenfassung und Grafiken zu den wichtigsten Informationen rund um die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO (International Labour Organization)	<a href="http://www.dgb.de/themen/++co++2b47145a-2960-11df-48e5-001ec9b03e44">www.dgb.de/themen/ ++co++2b47145a-2960-11df-48e5-001ec9b03e44</a>
<i>Engagement Global</i> <i>Ziele für nachhaltige Entwicklung</i>	Sehr umfassende Informationen rund um die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen inklusive Hintergrundwissen und Alltagstipps für mehr Nachhaltigkeit.	<a href="http://www.17ziele.de">www.17ziele.de</a>
<i>Initiative Lieferkettengesetz</i> <i>Aktuelles</i>	Aktuelle Meldungen rund um Unternehmensverantwortung und gesetzliche Regelungen zur Einhaltung von Umweltschutz und Menschenrechten.	<a href="http://www.lieferkettengesetz.de/aktuelles">www.lieferkettengesetz.de/ aktuelles</a>

### D) Quellenangaben

Belz, A. (2019). *Fit For Fair!* Entwicklungspolitisches Informationszentrum Göttingen, Abgerufen am 15.02.2021, von [www.epiz-goettingen.de/files/downloads/FiM-Dateien/Brosch%C3%BCre%20FFF.pdf](http://www.epiz-goettingen.de/files/downloads/FiM-Dateien/Brosch%C3%BCre%20FFF.pdf)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2021). *Fünf Kernelemente der Sorgfaltspflicht*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.csr-in-deutschland.de/DE/Wirtschaft-Menschenrechte/Unternehmerische-Sorgfaltspflicht/Fuenf-Kernelemente-Sorgfaltspflicht/fuenf-kernelemente-sorgfaltspflicht.html](http://www.csr-in-deutschland.de/DE/Wirtschaft-Menschenrechte/Unternehmerische-Sorgfaltspflicht/Fuenf-Kernelemente-Sorgfaltspflicht/fuenf-kernelemente-sorgfaltspflicht.html)

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Nukleare Sicherheit (2020). *NACHHALTIGER SPORT 2030 – Verantwortung für Natur, Umwelt und Gesellschaft*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Download\\_PDF/Tourismus\\_Sport/positionspapier\\_nachhaltiger\\_sport\\_2030\\_bf.pdf](http://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Tourismus_Sport/positionspapier_nachhaltiger_sport_2030_bf.pdf)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2018). *Sportwirtschaft. Fakten & Zahlen, Ausgabe 2018*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportwirtschaft-fakten-und-zahlen.pdf](http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportwirtschaft-fakten-und-zahlen.pdf)

Christliche Initiative Romero (2021). *Todschicke Kleidung – zu welchem Preis?* Abgerufen am 15.02.2021, von [www.ci-romero.de/kritischer-konsum/produkte/kleidung/fast-fashion](http://www.ci-romero.de/kritischer-konsum/produkte/kleidung/fast-fashion)

Deutscher Olympischer Sportbund (2021). *Ski-WM 2011 managt Nachhaltigkeit professionell*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.green-champions.de/index.php?id=4&L=84&tx\\_events\\_bestpractice%5BbestPractice%5D=10&tx\\_events\\_bestpractice%5Baction%5D=show&tx\\_events\\_bestpractice%5Bcontroller%5D=BestPractice&cHash=c23981df01959fef22f02e815ba3faae](http://www.green-champions.de/index.php?id=4&L=84&tx_events_bestpractice%5BbestPractice%5D=10&tx_events_bestpractice%5Baction%5D=show&tx_events_bestpractice%5Bcontroller%5D=BestPractice&cHash=c23981df01959fef22f02e815ba3faae)

Digel, H. (2018). *Sport Nachgedacht (Wirtschaftsfaktor Sport)*. Website, Abgerufen am 15.02.2021, von [www.sport-quergedacht.de/wiss\\_beitrag/wirtschaftsfaktor-sport](http://www.sport-quergedacht.de/wiss_beitrag/wirtschaftsfaktor-sport)

EnergieAgentur.NRW GmbH (2019). *Praxisleitfaden „klimaneutrale“ Lauf- und Sportevents: Klimaschutz bewegt!* Abgerufen am 15.02.2021, von [www.broschuerenservice.land.nrw/files/download/pdf/laufevents-final-web-pdf\\_von\\_praxisleitfaden-klimaneutrale-lauf-und-sportevents\\_vom\\_energieagentur\\_3211.pdf](http://www.broschuerenservice.land.nrw/files/download/pdf/laufevents-final-web-pdf_von_praxisleitfaden-klimaneutrale-lauf-und-sportevents_vom_energieagentur_3211.pdf)

Geschäftsstelle Deutsches Global Compact Netzwerk (2014). *Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte: Umsetzung des Rahmens der Vereinten Nationen „Schutz, Achtung und Abhilfe“*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.auswaertiges-amt.de/blob/266624/b51c16faf1b3424d7efa060e8aaa8130/un-leitprinzipien-de-data.pdf](http://www.auswaertiges-amt.de/blob/266624/b51c16faf1b3424d7efa060e8aaa8130/un-leitprinzipien-de-data.pdf)

Hansen, A. (2014). *Fairtrade: Wenn Kaffee bitter schmeckt*. Zeit Online. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.zeit.de/wirtschaft/2014-08/fairetrade-kaffee/seite-2](http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-08/fairetrade-kaffee/seite-2)

Internationale Arbeitsorganisation (2021). *Normenkontrolle*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/normenkontrolle/lang--de/index.htm](http://www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/normenkontrolle/lang--de/index.htm)

Khan, S.B. (2020). *Fair Play auch abseits des Spielfelds? In Bundesministerium für Arbeit und Soziales Deutschland (Ed.), Begleitband des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (S.192-203)*. Berlin: medialis

Kords, M. (2020). *Anteil am CO<sub>2</sub>-Ausstoß weltweit nach Verkehrsträger*. Abgerufen am 15.02.2021, von [de.statista.com/statistik/daten/studie/317683/umfrage/verkehrstraeger-anteil-co2-emissionen-fossile-brennstoffe](http://de.statista.com/statistik/daten/studie/317683/umfrage/verkehrstraeger-anteil-co2-emissionen-fossile-brennstoffe)

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg (2013). *Sport und Nachhaltigkeit. Mit dem richtigen Konzept in eine erfolgreiche Zukunft*. Abgerufen am 15.02.2021, von [um.baden-wuerttemberg.de/fileadmin//redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2\\_Presse\\_und\\_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Leitfaden\\_Sport\\_und\\_Nachhaltigkeit.pdf](http://um.baden-wuerttemberg.de/fileadmin//redaktion/m-um/intern/Dateien/Dokumente/2_Presse_und_Service/Publikationen/Umwelt/Nachhaltigkeit/Leitfaden_Sport_und_Nachhaltigkeit.pdf)

Müller, D. (2020). *Licht ins Dunkel: Ein Blick auf die Ausbeutung in der Modebranche. Kampagne für saubere Kleidung*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.ci-romero.de/wp-content/uploads/2020/10/2020.10-Bericht\\_Licht-ins-Dunkel.pdf](http://www.ci-romero.de/wp-content/uploads/2020/10/2020.10-Bericht_Licht-ins-Dunkel.pdf), zuletzt abgerufen am 15.02.2021

Quardokus, B., Klages A. & Müller, A. (2011). *DOSB I Klimaschutz im Sport. Deutscher Olympischer Sportbund*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.green-champions.de/fileadmin/user\\_upload/Downloads/DOSB-KIS-Broschuere\\_PDF.pdf](http://www.green-champions.de/fileadmin/user_upload/Downloads/DOSB-KIS-Broschuere_PDF.pdf)

Reese, J. (2019). *Klimasünder Fußballfan*. Deutschlandfunk. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.deutschlandfunk.de/serie-endspiel-ums-klima-1-klimasuender-fussballfan.1346.de.html?dram:article\\_id=437166](http://www.deutschlandfunk.de/serie-endspiel-ums-klima-1-klimasuender-fussballfan.1346.de.html?dram:article_id=437166)



Rio: *Olympia-Dorf wird Geisterstadt*. (2020). Sport1. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.sport1.de/olympia/2020/04/olympia-2016-olympisches-dorf-in-rio-de-janeiro-heute-geisterstadt](http://www.sport1.de/olympia/2020/04/olympia-2016-olympisches-dorf-in-rio-de-janeiro-heute-geisterstadt)

Schmidt, U. (2018). *Fußball in der Wüste. Katar investiert Milliarden in die WM*. Deutschlandfunk Kultur. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.deutschlandfunkkultur.de/katar-investiert-milliarden-in-die-wm-fussball-in-der-wueste-976.de.html?dram:article\\_id=426654](http://www.deutschlandfunkkultur.de/katar-investiert-milliarden-in-die-wm-fussball-in-der-wueste-976.de.html?dram:article_id=426654)

Senften, R. (2010). *Abfallsünden im Sport*. Fit for Life Magazin. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.fitforlife.ch/artikel/abfallsuenden-im-sport](http://www.fitforlife.ch/artikel/abfallsuenden-im-sport)

*Schneekanonen schädigen die Natur über Jahrzehnte*. (2016). Welt. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.welt.de/regionales/bayern/article155635391/Schneekanonen-schaedigen-die-Natur-ueber-Jahrzehnte.html](http://www.welt.de/regionales/bayern/article155635391/Schneekanonen-schaedigen-die-Natur-ueber-Jahrzehnte.html)

Sopp, K. & Baumüller, J. (2020). *Die EU macht Unternehmen zu Gehilfen*. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/verschaeufte-berichtspflichten-die-eu-macht-unternehmen-zu-gehilfen-17053580-p3.html](http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/verschaeufte-berichtspflichten-die-eu-macht-unternehmen-zu-gehilfen-17053580-p3.html)

Sport Handelt Fair (2021). *Vereine*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.sporthandeltfair.com/aktiv-werden/vereine-faire-baelle](http://www.sporthandeltfair.com/aktiv-werden/vereine-faire-baelle)

Strohschein, J. (2019). *Kunstrasen-Fußball: EU will Granulat verbieten*. Deutsche Welle. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.dw.com/de/kunstrasen-fu%C3%9Fball-eu-will-granulat-verbieten/a-49717522](http://www.dw.com/de/kunstrasen-fu%C3%9Fball-eu-will-granulat-verbieten/a-49717522)

United Nations Office on Sport for Development and Peace (2016). *Sport and the Sustainable Development Goals: An overview outlining the contribution of sport to the SDGs*. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.un.org/sport/sites/www.un.org.sport/files/ckfiles/files/Sport\\_for\\_SDGs\\_finalversion9.pdf](http://www.un.org/sport/sites/www.un.org.sport/files/ckfiles/files/Sport_for_SDGs_finalversion9.pdf)

Vornweg, J. (2006). *Woher die Fußballbälle kommen*. Bundeszentrale für Politische Bildung. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.bpb.de/gesellschaft/sport/fussball-wm-2006/73640/woher-die-fussbaelle-kommen](http://www.bpb.de/gesellschaft/sport/fussball-wm-2006/73640/woher-die-fussbaelle-kommen)

Worden, M. (2015). *Immer weiter, immer höher: Sportveranstaltungen und die Menschenrechte*. Human Rights Watch. Abgerufen am 15.02.2021, von [www.hrw.org/de/world-report/2015/country-chapters/268184](http://www.hrw.org/de/world-report/2015/country-chapters/268184)

Zimmermann, J. (2006). *„Teamgeist“ macht nur Adidas reich*. INKOTA Brief 135: Fußball global - Faszination und Kommerz. Abgerufen am 15.02.2021, von [webshop.inkota.de/produkt/download-suedlink-inkota-brief/inkota-brief-fussball-global-faszination-und-kommerz](http://webshop.inkota.de/produkt/download-suedlink-inkota-brief/inkota-brief-fussball-global-faszination-und-kommerz), zuletzt abgerufen am 15.02.2021

## IMPRESSUM

### Herausgeberin

ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH  
Service für Entwicklungsinitiativen  
Friedrich-Ebert-Allee 40  
53113 Bonn

Telefon +49 228 20 717-0  
Telefax +49 228 20 717-150

[info@engagement-global.de](mailto:info@engagement-global.de)  
[www.engagement-global.de](http://www.engagement-global.de)

### Kontakt

Außenstelle Düsseldorf  
Benrather Straße 8  
40213 Düsseldorf

[aussenstelle.duesseldorf@engagement-global.de](mailto:aussenstelle.duesseldorf@engagement-global.de)

1. Auflage, Juni 2021

### Copyrights

Deckblatt #sporhandeltfair / Jennifer Marke (2020)  
S. 6-11 Rock'n'Roll Pictures (2020)  
S. 12 René Frampe (2018)  
S. 13 Janine Schmitz (2018)  
S. 14-15 links: #sporhandeltfair / Jennifer Marke (2020) rechts: Florian Gaertner (2018)  
S. 16 Janine Schmitz (2018)  
S. 17 #sporhandeltfair / Jennifer Marke (2020)  
S. 19 #sporhandeltfair / Jennifer Marke (2020)  
S. 24-25 oben: Janine Schmitz (2018), unten: Florian Gaertner (2018)

## NOTIZEN

**ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH**  
**Service für Entwicklungsinitiativen**

Friedrich-Ebert-Allee 40 · 53113 Bonn  
Postfach 12 05 25 · 53047 Bonn

Telefon +49 228 20 717-0  
Telefax +49 228 20 717-150

[info@engagement-global.de](mailto:info@engagement-global.de)  
[www.engagement-global.de](http://www.engagement-global.de)

