

Gemeinsame Pressemitteilung von Global Nature Fund (GNF) und FEMNET

Bitte beachten Sie die Sperrfrist: 06.04.2022, Tag des Sports

Adler fliegen auf Nachhaltigkeit: Mannheimer Eishockeyklub engagiert sich für öko-faires Merchandising

Der Einkauf ist ein wesentlicher Aspekt in der Nachhaltigkeitsstrategie von Unternehmen. Wie ihn Firmen zeitgemäß ausrichten können, zeigt aktuell ein Verein der Deutschen Eishockey Liga: Zum Tag des Sports setzt der DEL-Club Adler Mannheim mit seiner Entscheidung für nachhaltige Beschaffung unterstützt vom Projekt FAIR WEAR WORKS ein Zeichen für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen und die Verringerung von Umweltauswirkungen der Textilproduktion entlang der Lieferkette.



Den Blick nach vorne werfen Lean Bergmann und die Adler nicht nur auf dem Eis, sondern auch bei der nachhaltigen und fairen Produktion von Fan-Artikeln. Foto: © Adler Mannheim / Sörli Binder

Bonn, 06.04.2022: Immer mehr Unternehmen setzen in vielen Produktionsbereichen auf Standards und Normen zum Schutz von Umwelt und Menschenrechten. Dabei wird auch das Beschaffungsmanagement zunehmend Bestandteil nachhaltigen unternehmerischen Handelns. Der Einkauf von Arbeits- und Schutzkleidung, Merchandise-Artikeln und Flachwäsche (z.B. Handtücher und Bettwäsche), für die in Deutschland jährlich rund eine Milliarde Euro ausgegeben wird, bleibt davon nicht unberührt.

Schnell auf den Kufen – entschlossen für Mensch und Umwelt

Die Umweltschutzorganisation Global Nature Fund (GNF) und die Frauenrechtsorganisation FEMNET haben ihre Expertise in öko-fairen Beschaffungsverfahren und im Ressourcenschutz gebündelt, um im Rahmen des Projekts FAIR WEAR WORKS gemeinsam Unternehmen bei der Umstellung ihres Textileinkaufs zu beraten. Mit dem Eishockeyclub Adler Mannheim kooperieren sie dafür ab sofort auch mit einem klangvollen Namen des deutschen Spitzensports – denn den Adlern liegt nicht nur ihr Erfolg auf dem Eis am Herzen, sondern auch der Schutz unserer natürlichen Lebensgrundlagen und der Menschen, die mit ihnen arbeiten.

Optionen für überzeugendes CSR-Management

Ob Pullover, Fahnen oder T-Shirts aus Stoff: Der siebenfache Meister der Deutschen Eishockey Liga setzt für die Produktion seiner Merchandising-Artikel auf die in FAIR WEAR WORKS vereinte Kompetenz, um mithilfe einer gezielten Einkaufsstrategie Arbeitsbedingungen und Umweltauswirkungen entlang der Lieferkette positiv zu beeinflussen. *„Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern ein globales Thema. Wir versuchen diese Aufgabe bestmöglich umzusetzen. Es gibt allerdings noch viele Hürden, die es zu überwinden gilt, beispielsweise fehlende Transparenz“*, erläutert Dominik Dobiasch, Merchandisingleiter des Clubs.

An der Überwindung solcher Herausforderungen arbeiten der GNF und FEMNET gemeinsam mit dem Eishockeyclub, z.B., indem sie Licht in den Dschungel der vielen verschiedenen Textillabels und Zertifizierungen bringen und bei der Beschaffung von Produkten für das Merchandising ökologische und soziale Standards berücksichtigen. Und sie sind optimistisch, weitere Player des deutschen Spitzensports motivieren zu können, dem Beispiel der Adler Mannheim zu folgen: Die Vorteile für Mensch und Umwelt, aber auch für das Image eines Vereins und seiner Fans im Sinne einer überzeugenden CSR-Kommunikation liegen auf der Hand – und sind auch von vermeintlichen Gegengründen nicht zu entkräften.

Faktor höherer Preis? – Nicht unbedingt, zeigt Studie

*„Die Befürchtung, nachhaltige Textilien seien teurer, erweist sich oft als Hindernis bei der Umsetzung ambitionierter Nachhaltigkeitsziele“, sagt Marijke Mulder von FEMNET. „Diese Sorge möchten wir Firmen gerne nehmen: Denn öko-fair produzierte Textilien können teurer sein, müssen es aber nicht – das belegt eine Untersuchung von Expert*innen zum Thema [\[Hier geht es zum Download der Studie\]](#). Wir bieten Unternehmen eine ganzheitliche, umfassende Beratung an, die diverse relevante Beschaffungsaspekte berücksichtigt: Wie wirken sich die Faktoren Menge, Qualität, Design oder Dauer der Geschäftsbeziehung aus, welche Stärken hat der eine Fachhändler gegenüber dem anderen? Unsere Marktrecherchen und Lebenszyklusanalysen bieten Unternehmen die Chance, nicht nur bezüglich Nachhaltigkeitsmanagement und CSR, sondern auch betriebswirtschaftlich gut dazustehen.“*



Die Projektpartner freuen sich zum Tag des Sports am heutigen 6. April über den Einsatz der Adler Mannheim für öko-fair produziertes Merchandising – und laden alle interessierten Unternehmen aus dem Sport und darüber hinaus ein, die kompetente Unterstützung von GNF und FEMNET in Anspruch zu nehmen.

FAIR WEAR WORKS wird gefördert von der Deutschen Postcode Lotterie und ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), mit freundlicher Unterstützung von Fairtrade Deutschland.

[Erfahren Sie mehr über das Projekt FAIR WEAR WORKS](#)

Kontakt

Global Nature Fund (GNF)

Stefan Hörmann

Stellv. Geschäftsführer

Kaiser-Friedrich-Str. 11

53113 Bonn

+49 228 184 86 94 11

hoermann@globalnature.org

FEMNET

Sabine Kaldonek

Kommunikation

Kaiser-Friedrich-Str. 11

53113 Bonn

+49 228 18 03 81 16

sabine.kaldonek@femnet.de

[Nutzen Sie unsere GNF-Freianzeigen](#)