



## Kampagne für Saubere Kleidung

Clean Clothes Campaign Germany 



Anlässlich des Black Friday haben die [Kampagne für Saubere Kleidung Deutschland](#) und die [Kampagne Sport handelt Fair](#) Fußball- und Sportvereine aufgefordert, den alljährlichen Konsumwahnsinn nicht zu unterstützen.

„Wir sind seit zwei Jahren dabei, Sportvereine für mehr Nachhaltigkeit zu motivieren und dazu gehören auf jeden Fall auch nachhaltige und faire Produktions- und Konsumweisen von Sportartikeln“ erklärt Michael Jopp, der Koordinator der bundesweiten Kampagne Sport handelt Fair. „Wir wollen der Konsummentalität des Black Friday etwas entgegensetzen und wünschen uns, dass auch Sportvereine den Tag zum Anlass nehmen, um bei ihren Fans für mehr Nachhaltigkeit zu werben.“

Beide Kampagnen wandten sich daher an zahlreiche Fußballvereine, u.a. an alle Vereine der 1., 2. und 3. Fußballliga, mit dem Vorschlag, aktive Aktionen gegen die Idee des Black Friday zu unterstützen und ihre Shops geschlossen zu lassen. Von einigen Vereinen gab es gar keine Reaktion, andere sagten zu, sich im nächsten Jahr an einer Aktion beteiligen zu wollen. Letzten Endes fanden sich doch noch zwei Traditionsvereine, die sich der Idee aktiv anschließen. So wird der Regionalligist [Tennis Borussia Berlin](#) den Fanshop am Freitag geschlossen lassen und somit ein Zeichen gegen Massenkonsum setzen. Der [SC Babelsberg](#) plant beim Heimspiel am Samstag eine Info- und Siebdruckaktion im Stadion.

"Seien wir ehrlich: Als Regionalligisten werden uns keine Millionenbeträge entgehen, wenn wir unseren Fanshop an einem Wochenende schließen“ sagt Steffen Friede vom Tennis Borussia Vorstand. „Uns ist es trotzdem wichtig, ein Zeichen für Nachhaltigkeit und bewussten Konsum zu setzen. Egal, ob im Fanshop oder bei unserer Ausrüstung – wo es uns möglich ist, setzen wir auf faire und nachhaltige Produkte und möchten andere Vereine ermutigen, den gleichen Weg einzuschlagen!"

Babelsberg 03 beschreibt sich selbst mit dem Claim „Fußball mit Tradition und Haltung“. „Es ist unsere Haltung und auch Überzeugung, dass die einseitige Ausbeutung von Menschen in Niedriglohnländern zum Vorteil unserer Konsumgesellschaft falsch ist“ erklärt Vorstandsmitglied Thoralf Höntze. „Wir glauben ebenso, dass Turbo-Konsumerfindungen wie der Black Friday das ohnehin schon auf billig und mehr ausgerichtete Kaufverhalten unserer Konsumgesellschaft fördern. Verlierer sind am Ende wir alle, wenn noch mehr Paketversand die Umwelt belastet und Menschen für unseren Konsumhunger ausgebeutet werden. Daher werden wir zu unserem Heimspiel am Samstag ein Zeichen gegen den Konsumwahnsinn setzen und werden unsere

Fans dazu auffordern, ihre schon gebrauchten Textilien per Siebdruck im Stadion veredeln zu lassen.“

Nicht alle sind so proaktiv, aber viele andere Klubs starten zumindest keine speziellen Rabattaktionen zum Black Friday und nehmen dem Tag damit den Charakter eines Kaufrausches. „Natürlich finden wir es schade, dass kein Profiverein ein konsequentes Zeichen setzt und seinen Fanshop an diesem Wochenende komplett schließt“, kommentiert Vorstandsmitglied Lara Schröder aus Sicht der Kampagne für Saubere Kleidung. „Dennoch haben wir gemerkt, dass viele Klubs unseren Appell intern wirklich ernsthaft diskutiert haben und wir dadurch sicher einige Dinge anstoßen konnten.“

Tatsächlich ist der Black Friday ein amerikanisches Phänomen, das in den 1950ern in den USA aufkam und sich seitdem zum globalen Tag des Kaufrausches entwickelt hat. Der Handelsverband Deutschland rechnet mit einem Umsatz von rund 4,9 Milliarden € in den Aktionstagen rund um den Black Friday, das ist rund doppelt so viel wie an durchschnittlichen Verkaufstagen. „Es geht hierbei nicht darum, den Konsum zu „verbieten“, aber wir glauben, dass ein blinder Konsum, wie er am Black Friday gefeiert wird, im großen Gegensatz zu nachhaltigem und verantwortlichen Einkaufsverhalten steht“ so Jopp. Mit dem Motto „Fair statt mehr“ appellieren alle Beteiligten, Kaufentscheidungen auch als politische Entscheidungen zu verstehen und sich beim Einkaufen gut zu überlegen, ob ein Produkt wirklich benötigt wird.

Berlin, 23.11.2021

**Kontakt:**

[Michael.jopp@staepa-berlin.de](mailto:Michael.jopp@staepa-berlin.de) Tel.: +49-30-61 20 91 65 Mobil: +49-1522 37 388 28

[lara.schroeder@cum-ratione.org](mailto:lara.schroeder@cum-ratione.org) Tel: 05251/ 6825892

[Leonie.broecheler@weed-online.org](mailto:Leonie.broecheler@weed-online.org) Tel.: 030 – 27596644