

FaireKITA

Verantwortung von Anfang an!



Fußball & Menschenrechte
in der Kita

Vorwort



RHEIN.MAIN.FAIR
Die nachhaltige Metropolregion

Rhein.Main.Fair e.V. ist von der Überzeugung getragen, dass alle Veränderungen in den Kommunen zu erst sichtbar und spürbar werden und dass auch dort die Veränderung begleitet und eingeleitet werden muss.

Rhein.Main.Fair unterstützt und vernetzt das Engagement in der Region, gibt Hilfestellungen, ist Lotse, wenn es um Kooperationspartner*innen, Fördermittel oder auch Best-Practice-Beispiele geht. Gleichzeitig initiiert Rhein.Main.Fair auch eigene Projekte im Bereich faire Dienstkleidung, FAIRanstaltungen, SporthandeltFair, bio.regional.fair – der Äppel-Mangoshaft und ist Projektträger der FairenKita für Hessen und Rheinland-Pfalz. Mit Erfolg. 2020 wurde die Europäische Metropolregion FrankfurtRheinMain als erste über drei Bundesländer als faire Region ausgezeichnet. Diese Auszeichnung fußt auf dem großen Engagement der Kommunen und Kreise der Metropolregion:

- **66 Kommunen tragen den Titel Fairtrade-Town.**
- **8 Landkreise sind als Fairtrade-Kreise ausgezeichnet.**
- **3,8 Millionen der 5,8 Millionen Menschen der Metropolregion leben in ausgezeichneten Fairtrade-Towns und -Kreisen.**
- **Rhein.Main.Fair hat neben dem Fairen Handel die gesamten SDGs im Blick.**



Fußball hat in unserer Gesellschaft eine besondere Stellung: Er verbindet viele Menschen über alle Personen- und Berufsgruppen hinweg. Die Begeisterung für diesen Sport startet für manche bereits im Kindesalter und verbindet Generationen. Welch ein Fest, wenn der eigene Verein oder die Nationalmannschaft gewinnt! Genau so wird bei einer Niederlage gemeinsam getrauert.

Leider hat der Fußball aber auch eine dunkle Seite: Vieles, was benötigt wird, um diesen Sport auszuüben, wird in anderen Teilen der Welt produziert – oft unter Missachtung von grundlegenden Arbeitsrechten und mit verheerenden Folgen für die Umwelt. Die Austragung der Fußballspiele wiederum trägt zu einem erhöhten Ausstoß an CO₂, großen Müllmengen und einem gestiegenen Energieverbrauch bei. Das betrifft große Sportturniere genauso wie im kleinen Maßstab Sportveranstaltungen von regionalen Vereinen und Bildungseinrichtungen. Die gute Nachricht: Immer mehr Menschen wissen, dass sie durch ihr Konsumverhalten Nachhaltigkeit stärken und zum Schutz von Arbeits-, Menschen- und Kinderrechten beitragen können. Und es gibt Aktionen und Kampagnen wie „Sport handelt Fair“, ein Zusammenschluss aus Nichtregierungsorganisationen, Sportvereinen, Verbänden und Kommunen, die sich aktiv für die Themen Sport, Fairer Handel und Nachhaltigkeit einsetzen. Denn der Faire Handel ermöglicht die Umsetzung elementarer Rechte für die Menschen in den Produktionsländern des sogenannten Globalen Südens.

Bereits Kinder lernen über das Fussballspiel den respektvollen Umgang miteinander und das Gefühl, als Gemeinschaft ein Ziel zu verfolgen. Gleichzeitig kann Fußball ein Anlass sein, sich in der Kita mit dem nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen auseinanderzusetzen. Es kann auch gefragt werden: Welche Werte sind uns im gemeinsamen Spielen und Zusammenleben wichtig? Wie möchten wir miteinander umgehen? Und wie sieht denn rücksichtsvoller Umgang mit Menschen in anderen Teilen der Welt aus? Um in dieses spannende Themenfeld in der Kita einzusteigen, stellen wir in dieser Broschüre nicht nur die Problematik der Menschenrechtsverletzungen im Produktionssektor, son-

dern vor allem verschiedene Handlungsansätze, Kampagnen und Materialien vor, die zeigen, wie mehr Fairness im Fußball und in der Kita konkret aussehen kann. Dabei haben wir das wichtigste Ziel der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) im Blick, wie sie dem Projekt FaireKITA zugrunde liegt: die Lernenden zu befähigen, sich aktiv und selbstbestimmt an der gerechten Gestaltung von Gegenwart und Zukunft zu beteiligen.

Damit auch Sprache fair ist, verwenden wir in der Broschüre das Gendersternchen (*). Es steht für alle Menschen, die sich nicht in der Norm der Zweigeschlechtlichkeit (weiblich/männlich) repräsentieren sehen. Unter Mädchen* und Frauen* bzw Jungen* und Männern* verstehen wir analog alle Personen, die sich selbst als weiblich bzw. männlich definieren.

Und was macht die
Faire KiTa in Hessen und
Rheinland Pfalz noch?
Finden Sie es heraus:



Inhalt

1 Eine kurze Geschichte des Fußballs – zwischen Verruf und Begeisterung	3
2 Rote Karte für die Sportartikelindustrie	4–5
3 Fußball als Weg zur Selbststärkung: Vielfalt und Mädchenrechte im Fokus	8–9
4 Fairer Handel & Fair Play in der Kita	10–11
5 Pädagogische Ansätze, Bastel- & Spielideen	12–13
6 Das Projekt FaireKITA	14
7 Kurz & Knapp – inkl. Materialtipps	15

1 Hintergrund

Eine kurze Geschichte des Fußballs – zwischen Verruf und Begeisterung

Text: Vera Dwors, Eine Welt Netz NRW/Fachpromotorin Südafrika (vorher für das oikos-Institut der EKw)



Nelson Mandela sagte einmal: „Sport hat die Kraft, die Welt zu verändern. Er hat die Kraft zu inspirieren. Er hat die Kraft, Menschen auf eine Weise zu vereinen, wie es kaum etwas anderes vermögen. Er spricht zur Jugend in einer Sprache, die sie versteht. Sport kann Hoffnung schaffen, wo früher nur Verzweiflung war.“ Fußball ist für viele Menschen inspirierend, kann Werte vermitteln und zur gesellschaftlichen Entwicklung beitragen – zur Völkerverständigung über geografische, kulturelle und sprachliche Grenzen hinweg ebenso wie zur Stärkung von Frauen* und Mädchen*.

Es gibt unterschiedliche Theorien, welche Nation sich als Mutterland des beliebten Ballsports bezeichnen kann – Formen der Freizeitgestaltung am Ball gab es wohl schon im 3. Jahrhundert in China und später in Nord- und Südamerika und in der Türkei. Auch in Frankreich und Italien gibt es Belege für sogenannte Treibballspiele seit dem 15. Jahrhundert. Der Ursprung des modernen Fußballs, wie er für uns an den Wochenenden in den großen Stadien und auf den kleinen Bolzplätzen eine Rolle spielt, liegt in England. Im Jahr 1863 wurde in London der erste Fußballverband gegründet und dort entstand das umfangreiche Regelwerk, das zum Teil heute noch seine Gültigkeit hat.

Die erste Weltmeisterschaft fand 1930 in Uruguay statt – der erste WM-Titel blieb auch dort im Land. Das ist der Grund, warum die FIFA WM 2030 neben Spielorten in Portugal, Spanien und Marokko auch Argentinien, Paraguay und Uruguay in den Spielplan einbezieht. Mit Blick auf die Geschichte des Turniers ist dies sicher interessant – jedoch: die zusätzlichen Strecken für Mannschaftsflieger und für ständig mitreisende Fans von Kontinent zu Kontinent sind nicht CO₂-neutral zu haben.

Bereits bei den vorangegangenen Großereignissen wuchs die Kritik an den Austragungsorten der Turniere: In Südafrika wurde das Ungleichgewicht zwischen den Kosten für das Austragungsland und den Millionengewinnen des Weltverbandes bemängelt. In Brasilien wurden Menschen für den Stadionbau zwangsumgesiedelt. In Russland gab es Zweifel an der Pressefreiheit. Und die Proteste der Fanclubs und Initiativen gegen die Menschenrechtsverletzungen beim Bau

der Stadien in Katar waren so laut wie nie zuvor. Allein bei der WM-Vergabe gibt es bereits häufig Fälle von Korruption. Mehrere Mitglieder des sogenannten FIFA-Exekutivkomitees wurden lebenslänglich gesperrt, nachdem sie ihre Stimme für Katar gegen Geld verkauft hatten.

In Deutschland regelt seit Januar 1900 der Deutsche Fußball Bund (DFB) alles auf und rund um den Platz. Von den aktuell 7 Millionen Mitgliedern zählt der Verband mehr als 2 Millionen Spieler*innen in seinen Reihen. Seit 1935 trägt der DFB den Wettbewerb um den Pokal aus und die Bundesliga, wie wir sie heute kennen, fand erstmals 1963/64 statt. Auch gegenüber vielen Entscheidungen aus diesem Verband wächst die Kritik – beispielsweise konkurriert die Ansetzung der Ligaspiele an den Wochenenden zu unterschiedlichen Uhrzeiten mit dem Amateurfußball, einem wichtigen Fundament des Breitensports. Es scheint den Verantwortlichen, sowohl in Deutschland als auch weltweit, zunehmend um finanzielle Gewinne als um die Basis des Fußballs, die Breitensportvereine, Fans und Mitglieder zu gehen. Geld schießt ja bekanntlich Tore – auch wenn es aus fragwürdigen Sponsorenverträgen kommt, mit Unternehmen, deren Handeln weit entfernt von den eigentlichen Werten des Fußballs liegt. Schließlich braucht es Mittel, um Transfers und Ablösesummen im zweistelligen Millionenbereich abwickeln zu können.

Dennoch verlieren viele Menschen – zum Glück – nicht den Spaß am Fußball: an der Spannung und der Stimmung in den vollen Stadien, an Spielen unter Flutlicht und manchmal auch im Regen und an einem Sport, der helfen kann, Grenzen zu überwinden.

Schließen möchte ich mit einem weiteren brisanten Detail aus Deutschland: Erst seit 1970 erlaubt der DFB offiziell, dass Frauen* Fußball spielen, vorher galt das „Frauenfußballverbot“. Für uns heute unvorstellbar! Für viele Frauen* weltweit bis heute Realität. Auf den Seiten 8 und 9 gibt es daher ein wunderbares Beispiel, welche große Rolle Fußball für Frauen* und Mädchen* spielen kann.



2 Produktion



Rote Karte für die Sportartikel-industrie

Text: Dr. Malte Wulffinghoff, Eine Welt-Fachpromotor in NRW für Sport und Globale Gerechtigkeit, Eine Welt Netz NRW e.V.

Für die großen und weltweit bekannten Sportartikelhersteller wie adidas, Puma und Nike ist Sport ein lukratives Milliardengeschäft. Durch den Verkauf von Trikots, Bällen, Schuhen und mehr erzielen sie jedes Jahr Milliarden gewinne – Gewinne, die unter anderem auf Kosten von Natur und Umwelt sowie durch Ausbeutung von Menschen generiert werden.

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen für die Näher*innen von Sporttextilien und Bällen in überwiegend asiatischen Ländern bedeuten allzu oft:

- > **Niedrige Löhne**, die nicht zum Überleben reichen (Beispiel: vom Verkaufspreis eines Trikots erhalten die Näher*innen nur 1%; siehe Infokasten)
- > **Unzureichende hygienische Zustände**
- > **Schlechte Trinkwasserversorgung**
- > **6 – 7 Arbeitstage pro Woche**
- > **Bis zu 16 Arbeitsstunden am Tag**, ohne ausreichende Pausen
- > **Mangelhafter Gesundheits- und Arbeitsschutz** (trotz Einsatz von Chemikalien, toxischen Dämpfen, extremem Lärm etc.)
- > **Keine (ausreichende) Kranken- oder Rentenversicherung**



- > **Keine festen Arbeitsverträge**
- > **Sexuelle Übergriffe**
- > **Kein Recht auf Demonstrationen** oder Gewerkschaften
- > **Inoffizielle Kinderarbeit**

Die Hersteller verstößen damit gegen grundlegende Arbeitsrechte der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Durch diverse Subunternehmen (alleine adidas hat rund 520 Zulieferbetriebe in rund 50 Ländern) wird zudem versucht, die genauen Produktionswege zu verschleiern und die Verantwortung abzugeben.

In Sialkot in Pakistan, der „Hauptstadt der Ballmacher“, werden jährlich etwa 40–60 Millionen Fußballer, zum großen Teil noch immer in Handarbeit, gefertigt. Das sind etwa 75 % der weltweit verkauften Fußballer, die unter diesen menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen hergestellt werden. In der Regel erhalten die Arbeitenden pro Ball weniger als 90 Cent. Auch Kinderarbeit war lange Zeit ein großes Thema und ist zwar mittlerweile in Pakistans Ballindustrie offiziell verboten. Die zu geringen Löhne für die Erwachsenen aber sind geblieben. Kinder sind dadurch weiterhin gezwungen, ihre Familien zu unterstützen, sie wurden lediglich in andere Arbeitsfelder gedrängt.

Auch Natur- und Umweltschutz spielen für die großen Sportartikelhersteller eine untergeordnete Rolle. Dem „Fast Fashion“-

Trend folgend werden jedes Jahr große Mengen an neuer und trendiger Sportbekleidung produziert, die nur für kurze Zeit getragen, schnell aussortiert und weggeworfen wird. Ökologische Schäden entstehen insbesondere durch den Verbrauch von Erdöl und Bäumen zur Gewinnung von Kunstfasern und Viskose das Ablösen von Mikroplastik hohe CO2-Emissionen durch den Transport hohen Wasser- und (fossilen) Energieverbrauch bei der Produktion den Einsatz von Düngemitteln, Pestiziden, giftigen Farbstoffen und anderen Chemikalien. Damit trägt die Sportartikelindustrie erheblich zur Gewässerverschmutzung und zum Klimawandel bei.

Nach außen betreiben die großen Sportmarken professionelle Werbekampagnen zum „Greenwashing“ und engagieren sich in kleinen Projekten, um ihr Image zu polieren. Doch im Inneren kommt es täglich zu Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen sowie zu Umwelt- und Naturzerstörungen. Höchste Zeit also, um Nike, adidas und Puma die rote Karte zu zeigen!

Zum Glück gibt es viele gute alternative Marken, die bei der Herstellung von Sportartikeln auf ökologische und soziale Kriterien achten. Einige davon finden Sie in Kapitel 4.



WM-Trikot: Preis 90,- €

**Handel =
64,5 %**

**Hersteller =
29 %**

Produktion = 5,5 %

Arbeiter*innen = 1%

Von den **90,- €** für ein WM-Trikot gehen fast zwei Drittel an die **Händler (58,05 €)**, also an die Sportartikel-Kette, das Sportgeschäft oder den Onlineshop.

Beim **Hersteller** adidas landen zudem **26,10 €** des Trikotpreises, davon bleibt die Hälfte als Gewinn. Ein Teil fließt als Lizenzgebühren an den **DFB**, einen anderen investiert adidas ins **Sponsoring**, so als offizieller WM-Sponsor in Katar.

Etwa **5,85 €** verbleiben für die **Produktion** des Trikots. Dies beinhaltet auch die Materialkosten. Lediglich **90 Cent (1 %)** bekommen die **Arbeiter*innen**, die im Akkord die Trikots nähen.

Quelle: CIR Romero Initiative

¹ Nach wie vor werden etwa 70 % der weltweit hergestellten Fußballer von Hand genäht, vor allem in Pakistan und Indien. Die hohe Qualität handgenähter Bälle spielt dabei eine große Rolle. Es gibt inzwischen auch maschinell vernähte (20%), thermogeklebte (5%) und mit einer Hybridtechnik hergestellte (5%) Fußballer. Der Hauptexporteur geklebter Bälle ist China. Lange Zeit waren die Maschinen für das Fertigungsverfahren thermogeklebter Bälle für die meisten Ballhersteller in Sialkot nicht erschwinglich, inzwischen wird es auch in Pakistan angewandt, aber nur zu einem kleineren Teil. (Quelle: WEED – Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung e.V. (2019): (B)All Around the World. Can we fair it? Spielregeln für die Sportartikelindustrie)

2 Produktion

Ein Ball geht um die Welt ...

Auf den Spuren der globalen Fußballindustrie



Nordamerika

USA
Nike



Deutschland
adidas & puma



Europa



Verkauf und Konsum

Fußball wird in nahezu allen Teilen der Welt gespielt. Zum Verkauf und Konsum werden die Fußbälle daher auf alle Kontinente transportiert. Die Deutschen geben jährlich insgesamt 2,2 Milliarden € für Sport- und Outdoorartikel aus.



Südamerika



Auftraggeber

Zu den drei größten Global Playern unter den Fußball- und Sportartikelherstellern gehören Nike (USA), adidas und Puma (Deutschland). Mit insgesamt fast 75 Milliarden Euro Umsatz (2022), mehr als die Hälfte davon alleine durch Nike, beherrschen diese drei Marken unter monopolähnlichen Zuständen einen großen Teil des Marktes für Sportartikel.



Asien



China



Pakistan
Indien



Afrika

Produktion

Etwa 70% der weltweit hergestellten Fußbälle werden von Hand genäht, vor allem in Pakistan und Indien.

Es gibt inzwischen auch maschinell vernähte (20%), thermogeklebte (5%) und mit einer Hybridtechnik hergestellte (5%) Fußbälle. Der Hauptexporteur geklebter Bälle ist China

Asien



Australien

.....→ Produktionsaufträge

.....→ Transport in Länder des Verkaufs und Konsums

Diese Karte ist eine Abwandlung der Karte „(B)all around the world - can we fair it?“ von WEED e.V.

3 Empowerment durch Fussball



Fußball als Weg zur Selbststärkung:

Vielfalt & Mädchenrechte im Fokus

„Fußball ist ein Jungssport!“ – „Mädchen haben Angst vor dem Ball.“ – „Du schießt wie ein Mädchen!“ Klischees wie diese sind im Fußball und auch in anderen Sportarten noch immer verbreitet. Welchen Beitrag können wir als Gesellschaft für einen klischeefreien und inklusiven Fußball leisten? Wie ermöglichen wir allen Mädchen* den Zugang zum Fußball? Und welche Wirkung hat das Fußballspielen auf junge Mädchen*?

Noch nie zuvor gab es so viel mediale Aufmerksamkeit für den Frauenfußball wie aktuell. „Weltweit spielen immer mehr Mädchen Fußball, und das unter besseren Bedingungen. Spielerinnen wie die Kolumbianerin Linda Caicedo, die Engländerin Lauren James und andere, die nach 2000 geboren wurden, haben davon profitiert. Das sieht man an ihrer außergewöhnlich guten Ballbehandlung“, sagt Célia Šašić, Vizepräsidentin des DFB für Diversität und Vielfalt, im Interview mit der ZEIT. Doch es ist noch viel Luft nach oben. Auch wenn die Bedingungen für kickende Mädchen* und Frauen* besser geworden sind, kann von Chancengleichheit noch nicht die Rede sein, in vielerlei Hinsicht, etwa bei den Trai-

ningsbedingungen, bei der medizinischen Behandlung, bei Anstoßzeiten und bei der Bezahlung gibt es noch immer gravierende Unterschiede. So verdienen Nationalspielerinnen deutlich weniger als ihre männlichen Kollegen. Auch in den oberen Ligen üben Spielerinnen meist neben dem Fußball einen Vollzeitberuf aus, um über die Runden zu kommen, während Männer nicht selten achtstellige Jahresgehälter im Fußball verdienen.

Auch im Bereich der Nachwuchsförderung stehen nicht allen Mädchen* die Türen zum Fußball offen. Das liege, so Šašić im Interview, einerseits daran, dass Mädchen* generell weniger Mannschaften zur Verfügung stünden, andererseits auch an konservativen Einstellungen von Eltern. Nicht zuletzt spielen hierbei geschlechtsspezifische Rollenbilder und Stereotype eine Rolle. Šašić bemerkt außerdem, dass es den Mädchenmannschaften in Deutschland gegenüber den Jungs häufiger an Diversität mangelt. Ursachen hierfür können in gesellschaftsstruktureller Diskriminierung, Vorurteilen, Rassismus und Ausgrenzung liegen. Die ehemalige Profi-Fußballerin Tuğba Tekkal hat selbst erlebt, wie es ist, als

junges Mädchen entgegen vieler Widerstände und Vorurteile aus der Gesellschaft dem Traum, Fußball zu spielen, nachzugehen. Während ihrer Schulzeit musste Tekkal, als Tochter kurdisch-jesidischer Einwanderer, wie viele andere Mädchen* mit Migrationsgeschichte in Deutschland Diskriminierungserfahrungen machen. „Es gab viele Lehrerinnen und Lehrer, die nicht an mich geglaubt haben und mir gesagt haben, dass ich es nie schaffen werde. Mir wurde einfach nicht viel zugetraut. Und wenn man zwölf, dreizehn Jahre alt ist, dann macht das was mit einem.“ Solche Erfahrungen beeinflussen das Selbstbewusstsein junger Mädchen*, wie auch bei Tuğba Tekkal, teils bis ins Erwachsenenalter.

„Ich habe gelernt, dass man immer seinen Träumen nachgehen und sie erfüllen kann.“

Spielerin im Projekt SCORING GIRLS*

„Ich denke an gar nichts, ausser an das Spielen, ich vergesse alle meine Ängste und Zweifel.“

Spielerin im Projekt SCORING GIRLS*



und wir machen ihnen das möglich.“ Die Arbeit des Vereins findet nicht nur auf dem Platz statt, sondern unterstützt die Mädchen* mit weiteren sozialpädagogischen Angeboten wie Hausaufgabenhilfe oder Einzelfallbetreuung.

Auf dem Fußballplatz können die Mädchen* ihre Ängste und Zweifel vergessen und einfach nur Fußballspielen und sie selbst sein. Der Fußball kann ihnen zeigen, dass geografische oder soziale Herkunft, Religion, Hautfarbe und Geschlecht nicht entscheidend dafür sind, erfolgreich zu sein, auch über den Sport hinaus.

„Im Projekt haben wir viele Mädchen, die durch den Fußball an Selbstbewusstsein gewonnen haben und durch den Fußball das Gefühl haben, sie können Berge erklimmen. [...] Was mir besonders gefällt, ist die Entwicklung der Mädchen zu sehen, wie sie sich durch den Fußball verändert haben, dieses Selbstbewusstsein, aber auch die Ziele und Träume, die sie mittlerweile haben, sind ganz andere. Sie träumen nicht mehr nur davon, Arzthelferinnen zu sein, sondern Ärztinnen. Das zeigt, was der Fußball bewirken kann.“

UN Women!

„Sport hilft [Mädchen* und Frauen*], ihren Körper zu verstehen und Selbstvertrauen und die Fähigkeit, sich zu äußern, aufzubauen, insbesondere in der Pubertät, wenn der Druck, sich den traditionell ‚weiblichen‘ Stereotypen anzupassen, viele Mädchen dazu bringt, den Sport ganz aufzugeben.“



Mädchenrechte!

Mädchen* haben ganz viele Rechte! Das heißt, dass sich andere Menschen an diese Regeln halten müssen:

- > **Mädchen* dürfen so sein, wie sie sind:** Niemand darf einem Mädchen* etwas verbieten, nur weil es ein Mädchen* ist.
- > **Jedes Mädchen* ist anders & das ist gut so:** Ihre Fähigkeiten, Bedürfnisse und Interessen müssen anerkannt werden.
- > **Mädchen* dürfen selbst bestimmen, wie sie leben wollen:** Sie können entscheiden, was ihnen im Leben wichtig ist. Niemand darf sie verbiegen oder über sie entscheiden.

Weiterführende Informationen und Unterstützungs möglichkeiten des Projekts finden Sie auf der Homepage:



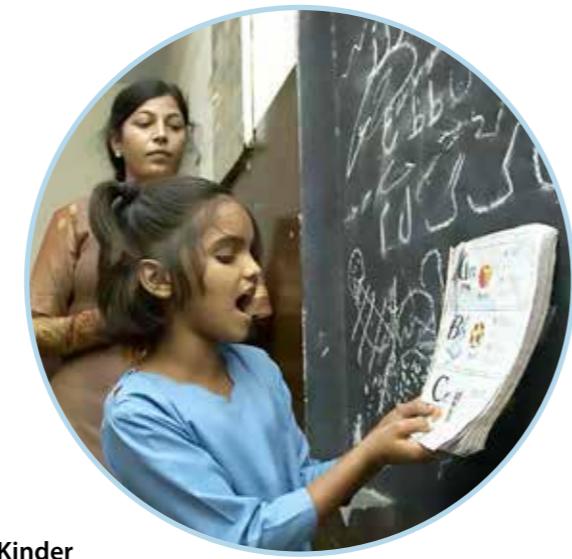
www.hawar.help

4 Fairer Handel & Fair Play in der Kita

Brennpunkt Kinderarbeit

Weltweit arbeiten nach Schätzungen von UNICEF 160 Millionen Kinder regelmäßig mehrere Stunden am Tag und haben nicht die Möglichkeit, eine Schule zu besuchen.

79 Millionen (terre des hommes, UNICEF) von ihnen schuften unter gefährlichen und ausbeuterischen Bedingungen in der Textilindustrie, in Steinbrüchen, auf Plantagen, bei der Herstellung von Spielzeug sowie Geschenkartikeln und in vielen weiteren Bereichen. Die Ursachen der Kinderarbeit liegen im wirtschaftlichen Ungleichgewicht dieser Welt und in einem Teufelskreis von mangelhaften Sozialsystemen, fehlender Bildung, Armut und Ausbeutung. Als Konsument*innen von Produkten aus ausbeuterischer Kinderarbeit unterstützen wir diese Entwicklung.



Jetzt liegt der Ball bei uns!

Fair Play in die Kindertagesstätten holen



Spielerisch und mit allen Sinnen können Kinder bereits im Kindergarten lernen, dass die Waren, von denen sie umgeben sind, eine Herkunft haben. Ein Blick zu den Familien in andere Teile der Welt, die zum Beispiel Fußball oder Trikots für uns herstellen, kann helfen, die Welt zu verstehen. Sport wiederum unterstützt die Kinder dabei, Teamfähigkeit zu entwickeln und ihr Gerechtigkeitsempfinden zu schärfen. Damit es im Sport fair und gerecht zugeht und alle mit den gleichen Voraussetzungen an den Start gehen, halten wir uns an Spielregeln. Leider werden diese Spielregeln bei der Herstellung von Sportprodukten oftmals nicht eingehalten. Anders als im Sport fehlen dabei vielerorts die Schiedsrichter*innen, um die Einhaltung solcher Regeln zu überwachen. So bleibt manches „Foul“ ungesehen. Dabei müsste das gar nicht so sein, denn mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Alternativen, die es ermöglichen, auch Sportheiten oder -veranstaltungen in der Kita fair und ökologisch zu planen und entsprechend einzukaufen.

nehmen El Puente und EZA bieten eine Vielzahl fairer Sport- und Spielsachen rund um das Thema Fußball an: Softbälle, Mini-Spielbälle in Form einer Weltkugel, Trillerpfeifen aus Pala-Indigo-Holz, Fingerpuppen von Fußballspieler*innen und Häkelbälle mit Fußballmuster. Ideen zum Einsatz dieser Produkte finden Sie in Kapitel 5.

Das Informationsportal **Kompass-nachhaltigkeit.de** bietet Orientierungshilfen zu Gütezeichen und präsentiert erfolgreiche Praxisbeispiele nachhaltiger Beschaffung aus Kommunen, auch im Bereich Sportgeräte und Spielwaren.



Tipps für Eltern zu fairen Sporttextilien!

Zugegeben: Es ist nicht ganz einfach, in Sachen Nachhaltigkeit den Überblick zu behalten. Aber die gute Nachricht ist: Egal ob Sportbekleidung, Turnbeutel, Sporttaschen oder Handtücher, es gibt fast immer faire Alternativen. Bei der Auswahl der Produkte bieten Siegel und Zertifizierungen eine gute Orientierung. Fragen Sie in Ihrem Fachhandel nach zertifizierten Produkten. **Einige Hersteller, die fair gehandelte und ökologisch hergestellte Sportbekleidung für Kinder sowie Sportmaterialien wie Handtücher oder Sporttaschen anbieten, sind Vaude, Trigema, Patagonia, Jako, Runamics, Jack Wolfskin, Schöffel und Mammut.**



www.sporthandeltfair.com

Fairer Handel als Lösungsansatz

Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Er steht für bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte der Produzent*innen im Globalen Süden.

Diese haben durch faire Handelsbeziehungen die Sicherheit, ihre Produkte zu einem festen Mindestpreis verkaufen zu können. Sie profitieren außerdem von verbessertem Gesundheitsschutz und steigender Selbstbestimmung. Zusätzlich erhalten sie eine Fairtrade-Prämie, über deren Verwendung sie in ihrer Genossenschaft abstimmen können. Diese wird für Gemeinschaftsprojekte wie für den Bau von Schulen eingesetzt. Regelmäßige Kontrollen sichern die Einhaltung der Standards. Ausbeuterische Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Diskriminierung sind verboten. Fair gehandelte Produkte gibt es in Weltläden, Supermärkten, im Einzelhandel und auch in der Gastronomie. Aktuelle Absatz- und Umsatzzahlen zeigen, dass immer mehr Konsument*innen in Deutschland bewusst zertifizierte Produkte kaufen. Zu den drei beliebtesten Produkten gehören Kaffee, Südfrüchte und Textilien. Und dennoch sind momentan beispielsweise nur 5,6 von 100 Tassen Kaffee in Deutschland fair gehandelt (Forum Fairer Handel).

Die Verbraucherinformationsseiten **Siegelklarheit.de** und **Labelchecker.de** bieten transparente Informationen über



5 Pädagogische Ansätze



Bastel- & Spielideen

Anhand verschiedener pädagogischer Ansätze wie etwa Bewegungsspiele oder Basteleinheiten können sich Kinder und Kita-Teams spielerisch den Themen Fußball und Fairer Handel nähern. Für alle hier aufgeführten Ansätze und Ideen finden Sie eine ausführliche Beschreibung und Anleitung auf unserer Homepage zum Download, sowie in unserer kostenlos ausleihbaren Bildungseinheit „Der faire Fußball“.

1, 2 oder 3: Quiz zu Fußball und Fairness

(für Kinder & Kita-Teams)

Die Kinder bewegen sich zu Musik im Raum. Es werden eine Frage und drei dazu passende Antwortmöglichkeiten vorgelesen. Bei diesem Bewegungsspiel können Klein und Groß ihr Wissen zum Fairen Handel im Fußball erweitern.

Der Lumpenball: Fussball basteln aus Stoffresten

Es muss nicht immer Leder sein! Als Alternative zu einem konventionellen Ball kann dieser leicht aus alten Stoffresten und Kordel hergestellt werden.



Tischfussball aus Schuhkarton

Fußball muss nicht immer draußen auf dem Platz gespielt werden! Ein alter Schuhkarton, ein paar Wäscheklammern und Holzstäbe helfen bei Regentagen aus und trainieren gleichzeitig die Geschicklichkeit der Spielenden.

Kooperative Ballspiele

Anders als bei vielen Sportspielen stehen bei Kooperationsspielen nicht Konkurrenzkampf und Wettbewerb im Vordergrund, sondern das Miteinander. Es wird eine Aufgabe gestellt, die die Kinder gemeinsam lösen sollen. Hierfür sind Absprachen, gemeinsame Überlegungen und das Vertrauen in der Gruppe notwendig und zielführend.



Die Weiße Karte

Als Anspielung auf die gelbe und die rote Karte in der Sportwelt lädt die Weiße Karte dazu ein, besonders faires Verhalten anzuerkennen, denn sie wird nicht wie ihre roten und gelben Schwestern bei Regelbrüchen geziickt. In einem Gruppenspiel erfahren die Kinder zunächst anhand bestimmter Spielereignisse selbst, wie es sich anfühlt, wenn Ungerechtigkeiten auftreten, und reflektieren diese. Gemeinsam erarbeiten die Kinder im Anschluss einen gerechten und fairen Verhaltenskodex und gestalten ihre eigenen Weißen Karten für Fairness.

Das Schiri-Spiel



(für Kinder & Kita-Teams)

Das Schiedsrichterspiel lässt sich sowohl mit Kindern als auch mit Kita-Teams spielen und lädt dazu ein, sich selbst zu bewegen und dabei kind- oder erwachsenengerecht etwas über (Un)Fairness bei der Produktion von Bällen zu lernen und gemeinsam Forderungen für mehr Fairness zu formulieren.

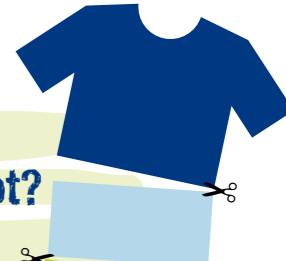
Euer faires Fussballturnier beim Kita-Sommerfest

Bei einem Sommerfest im Freien lässt sich einfach ein faires Fußballturnier für Kinder, aber auch für Eltern und Kita-Teams organisieren. Fair gehandelte Fußballbälle sind mittlerweile in verschiedenen Größen, geeignet für Erwachsene und Kinder, zu erhalten. Auch bei der Verpflegung können Sie auf fair gehandelte und nachhaltige Produkte achten.



Fingerpuppengeschichte „Fussball in Vielfaltsland“

Mit gestrickten Fußballspieler*innen-Fingerpuppen reisen die Kinder nach „Vielfaltsland“, eine Fantasiewelt, in der Menschen unterschiedlicher Hautfarben, Ethnien und Geschlechter gemeinsam eine Fußballmannschaft bilden, die Mannschaft von „Vielfaltsland“. In der Fingerpuppengeschichte geht es um Gemeinschaft, Zusammenhalt und Fußball als verbindendes Element. Herkunft, Nationalität und Geschlecht spielen keine Rolle.



Trikot Schnipp Schnapp: Wie viel kostet mein Trikot?

(für Kita-Teams)



Bis ein Trikot getragen wird, hat es bereits eine weite Reise zurückgelegt und ist durch viele Hände gereicht worden. Doch wer verdient am Ende eigentlich wie viel an diesem Produkt und ist die Gewinnaufteilung für alle Beteiligten gerecht?

Anhand eines alten T-Shirts erarbeiten Sie gemeinsam, wer an einem Trikot, das im Laden 90,- € kostet, am meisten und am wenigsten verdient (siehe auch Seite 5).



6 Das Projekt FaireKITA

Wie werden wir FaireKITA?

1 Beschlussfassung

Sie fassen innerhalb eines Gremiums (z.B. Kindergartenrat, Vorstand des Vereins – je nach Organisationsstruktur) den Beschluss, dass Ihre Einrichtung als FaireKITA ausgezeichnet werden möchte.

2 Das Faire Team

Sie bilden ein Faires Team, das für die Umsetzung und kontinuierliche Einhaltung der Kriterien sorgt.

Es besteht aus mindestens zwei Personen:
1 x Vertretung der Kita-Mitarbeitenden und
1 x Vertretung der Eltern.

3 Verwendung von fairen Produkten

Im Kita-Alltag werden ständig mindestens zwei fair gehandelte Produkte verwendet, um das Thema für Kinder, Mitarbeitende und Eltern erlebbar zu machen:

Mindestens ein Produkt für Kinder:

(z.B. Saft, Kakao, exotische Trockenfrüchte, Baumwolle oder Spielzeug)

Mindestens ein Produkt für Erwachsene:

(z.B. Kaffee, Tee oder Zucker)

4 Bildungsarbeit

Das Thema Fairer Handel ist fester Bestandteil in der Arbeit mit den Kindern und wird im Alltag thematisiert. Außerdem arbeiten Sie mit den Vorschulkindern zu diesem Thema.

5 Öffentlichkeitsarbeit

Sie berichten über mindestens zwei Ihrer Aktivitäten rund um FaireKITA, z.B. auf Elternabenden, in Elternbriefen, Pressemeldungen oder auf Ihrer Internetseite.



Die Bewerbung

Verwenden Sie bitte das Bewerbungsformular, das Sie auf unserer Internetseite finden, und fügen die nötigen Nachweise hinzu. Der Titel FaireKITA wird für drei Jahre vergeben und kann anschließend durch eine Titelerneuerung verlängert werden.



FaireKITA
Rhein.Main.Fair

Tipp!

Für die Projektarbeit in der Kita bietet die Projektstelle FaireKITA einige Bildungsmodule und Materialien an, die bei den folgenden Ausleihstationen angefragt werden können.

Die Materialen werden an den Ausleihstationen gegen Pfand abgeholt und dorthin zurückgebracht. Von der Projektstelle in Frankfurt aus können die Module auch verschickt werden. In der Regel beträgt die Ausleihdauer höchstens vier Wochen:

Projektstelle FaireKITA

fairekita@rheinmainfair.org

WeGa- WeltGarten Witzenhausen

info@weltgarten-witzenhausen.de

Naturschutzhause der VHS Main-Taunus-Kreis

info@naturschutzhause-mtk.de

Caritasverband für die Diözese Limburg e.V.

info@dicv-limburg.de

Volkshochschule im WBZ Ingelheim

e.salzburger@wbz-ingelheim.de

Lokale Agenda 21 Trier e.V.

info@la21-trier.de

Materialtipps

Unsere **Wanderausstellung „Fußball & Menschenrechte in der Kita“** veranschaulicht für Kinder und Erwachsene die Schattenseiten der Sportartikelindustrie und zeigt gleichzeitig mit praktischen Tipps Handlungsoptionen auf.

In unserer kostenlosen **Bildungseinheit „Der Faire Fußball“** entdecken Kinder wie ein Fußball hergestellt wird und lernen Saha und ihre Familie aus Pakistan kennen.

Die **bundesweite Kampagne „Sport handelt fair“** bietet eine ausführlich Produktliste für fair gehandelte und ökologisch hergestellte Sportkleidung und -materialien sowie eine Sammlung an Bildungs- und Informationsmaterialien.

Im Projekt „**Fair play: Fair life**“ lädt das oikos-Institut ein, während großer Fußballereignisse ein Zeichen für Menschenrechte und Nachhaltigkeit zu setzen. Dafür bietet das Institut Informationsmaterialien sowie Aktions- und Spielideen.

Der **Verein WEED e.V.** (Weltwirtschaft, Ökologie und Entwicklung) stellt einige vertiefende Informationen zum Thema Menschenrechtsverletzungen und Umweltprobleme in der Sportartikelindustrie zur Verfügung.

Bei der „**CIR Romero Initiative**“ finden Sie regelmäßig aktualisiertes Informations- und Hintergrundmaterial zum Thema Menschenrechte in der Sportindustrie.

Die Faire Metropole Ruhr hat gemeinsam mit WEED e.V. einen „**Trainingsplan für nachhaltige Sporthevents**“ für Sportvereine und Bildungseinrichtungen erstellt.

Die „**Kampagne für Saubere Kleidung**“ setzt sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie ein und gibt einen Überblick über aktuelle Informationsmaterialien und Kampagnen.

Die **Nichtregierungsorganisation FEMNET e.V.** verfügt über eine Materialdatenbank mit Hintergrundinformationen und Lernmaterialien für Erwachsene rund um das Thema Bekleidungsproduktion.

Einige Materialien der genannten Organisationen und Initiativen finden Sie auch in der Materialsammlung auf der Homepage:



www.faire-kita.de



Kurz & Knapp

> **Informieren Sie sich**
vor dem Kauf über das Produkt.



> **Achten Sie auf Siegel und Gütezeichen**
und vertrauenswürdige Produktkennzeichnung.

> **Meiden Sie Billigprodukte:**
Nachhaltigkeit zahlt sich in der Regel aus.

> **Teilen und Tauschen** ist nicht nur günstiger, es schont auch die Umwelt.

> **Lassen Sie andere teilhaben**
und erzählen Sie von Ihrem neuen Wissen.

> **Lernen Sie von anderen**, die bereits faire Produkte in ihrem Kita-Alltag integriert haben.

> **Bewegungszeit einrichten**, denn sie macht nicht nur Spaß, sondern fördert auch die Entwicklung.

> **Legen Sie den Fokus auf kooperative Spiele**
und fördern damit soziale Kompetenzen.

> **Sensibilisieren Sie Kinder und Erwachsene für Klischees und strukturelle Diskriminierung**, damit allen Mädchen* und Jungen* der Zugang zu den Sportarten ermöglicht wird, die sie mögen – egal ob Fußball oder Tanzen.





Herausgeber

Projektstelle FaireKITA NRW
Faire Metropole Ruhr e.V.
c/o Eine Welt Zentrum Herne
Overwegstraße 31 · 44625 Herne

Nachdruck für Hessen und Rheinland-Pfalz

Rhein.Main.Fair e.V.
Projektstelle FaireKITA Hessen
und Rheinland-Pfalz
Kurhausstraße 2 · 65719 Hofheim

Redaktion

Theresa Holzer-Kämper · Tamara Kaschek · Claudia Pempelforth

Autor*innen

Vera Dwors · Theresa Holzer-Kämper · Tamara Kaschek
Claudia Pempelforth · Dr. Malte Wulffinghoff

Gestaltung

Meike Citrich · www.meikecitrich.de

Korrektorat

Katrin Schlechtriemen · text tools

Fotonachweise

EZA Fairer Handel GmbH · Fairtrade Deutschland e.V. / Anand Parmar
Fairtrade Deutschland e.V. / Ilkay Karakurt · GEPA – The Fair Trade Company / Christian Nusch
Andrea Sommer (Scoring Girls) · Lukand Simon (Scoring Girls)
WEED – Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung e.V. · Jennifer Marke
El Puente GmbH · Michaela Gabler, Servus TV · Pexels
(u.a. Kampus Production) · Pixabay (u.a. Joshua Choate) · Guillaume de Germain auf Unsplash

11/2024

Klimaneutral gedruckt auf 100 % Recyclingpapier mit Zertifikat Blauer Engel

Nachdruck mit finanzieller
Unterstützung durch:

Stiftung Flughafen Frankfurt/Main
für die Region



Gefördert durch die

**STIFTUNG UMWELT
UND ENTWICKLUNG
NORDRHEIN-WESTFALEN**



Gefördert durch:

**Brot
für die Welt**

mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdiestes