



6. PLATZ

77,75 PUNKTE

ONLINE-SHOP

Anzahl	60
Übersichtlichkeit	100

KOMMUNIKATION

Erreichbarkeit	100
Nachhaltigkeit	100
Nachrichten	80

LIEFERKETTE

Transparenz	80
Nike*	60
Transparenz	100
Wirksamkeit	0
Verhaltenskodex	80

*hierbei handelt es sich um den Ausrüster des Vereins

VfL Wolfsburg

...“Wir für Morgen!“

Beim letzten Mal erreichten die Wolfsburger mit ihrer Kollektion „Grün aus Überzeugung“ einen starken vierten Platz. Doch was sagt der Blick in den Shop dieses Jahr? Greifen die Wölfe nun die Tabellenspitze an? Oder ziehen andere Klubs vorbei?

In der Kommunikation des Themas Nachhaltigkeit sind die Wolfsburger weiterhin stark. Ansprechpartner*innen sind gut zu erreichen und im alle zwei Jahre erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht werden die Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales umfassend erläutert. Dazu gehören ebenfalls Dokumente wie die Umweltrichtlinien, die explizit die nachhaltige Beschaffung von Merchandise-Produkten thematisieren, oder der Verhaltenskodex für Zulieferer. In diesem Jahr hat sich außerdem eine Arbeitsgruppe aus CSR, Unternehmensentwicklung und Merchandising gegründet, die den Umstellungsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit im eigenen

Sortiment ganzheitlich begleiten soll.

Die Nachhaltigkeitskollektion wurde zusätzlich mit dem Slogan „Wir Für Morgen“ ausgestattet und mit einem eigens dafür erstellten Symbol versehen. Dieses soll interessierte Shopbesucher*innen einfach und leicht verständlich auf nachhaltige Produkte im Sortiment aufmerksam machen. Neben Upcycling-Textilien (Hoodie, Gymbag) und Produkten aus nachhaltigem Material finden sich dort 6 Textilien, die GOTS-zertifiziert sind. Das ist ein guter Anfang, zukünftig sollte der Anteil an nachhaltigen Fantextilien aber weiter erhöht werden. Interessant ist, dass der VfL Wolfsburg einen CO2-Aus-

gleich für die Produkte im Online-Shop plant. So können bewusste Fans optional einen kleinen Mehrbetrag bezahlen, um eine negative CO2-Bilanz der Produkte zu kompensieren.

Als Mitglied der VW Group werden für den Verein konzernübliche Standards wie der VW Verhaltenskodex angewendet, der klare soziale und ökologische Mindeststandards für Lieferanten vorsieht. Das bringt Punkte in der Kategorie Transparenz, zur Bestbewertung fehlen aber beispielsweise noch Angaben zu Hauptproduktionsorten der Artikel im Shop.

■ Insgesamt 6 fair produzierte Fantextilien, darunter jeweils ein T-Shirt für Frauen, Männer und Kinder sowie ein Boxershorts-Set.

¹⁶ www.vfl-wolfsburg.de

Erstligist

TRAININGS-FLEIß

- + anschauliche Seite zur Nachhaltigkeit im Shop
- + Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie mit ausführlicher Berichterstattung
- + Projekt zur CO2-Kompensation der Artikel im Sortiment

TRAININGS-BEDARF

- Anzahl der nachhaltigen Textilien sollte erhöht werden
- Herstellungsorte der Produkte sollten öffentlich sichtbar angegeben werden

FAZIT

Der VfL Wolfsburg hält mit seinem professionellen Auftritt, der transparenten und ganzheitlichen Nachhaltigkeitskommunikation und der tollen Präsentation der nachhaltigen Produkte im Online-Shop den Anschluss an die Spitzengruppe. Um in den Titelkampf einzugreifen, müssten jedoch noch mehr ökofaire Textilien im Sortiment zu finden sein.

