

## Offener Brief an EDEKA und den Deutschen Fußball-Bund

### **Sport darf nicht zum Treiber von Textilmüll werden - Gratis-Fanshirts auf Kosten von Klima und Glaubwürdigkeit?**

EDEKA und der Deutsche Fußball-Bund (DFB) starten zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026 eine gemeinsame Werbeaktion: Am 27.05.2026, dem von EDEKA festgelegten Aktionstag, konnten Kund\*innen ab einem Einkaufswert von 50 Euro ein kostenloses Fan-Shirt erhalten.

Damit reihen sich EDEKA und der DFB in eine Reihe von „Gratis-Aktionen“ auf Kosten unseres Planeten ein. Was zunächst harmlos wirkt, steht exemplarisch für ein zentrales Problem der Textilindustrie: Kleidung wird immer stärker zum Wegwerfprodukt.

Unter dem Motto „Das Herz macht den Unterschied“ sollen Emotionen rund um Fußball und Nationalmannschaft erzeugt werden. Gleichzeitig produziert eine solche Kampagne hunderttausende zusätzliche Textilien, mit erheblichen Folgen für Klima, Ressourcenverbrauch und globale Lieferketten.

### **Besonders widersprüchlich ist dies mit Blick auf die eigenen Nachhaltigkeitsziele des DFB. Im Nachhaltigkeitsbericht des Verbandes heißt es selbst: „Längere Hitzeperioden, häufigere Starkwetterlagen und Überschwemmungen beeinflussen den Trainings- und Spielbetrieb.“**

Umso unverständlicher ist es, dass der DFB Teil einer Marketingaktion wird, die zusätzlichen Konsum kurzlebiger Textilien fördert. Nach bisherigen Informationen bestehen die Shirts aus Polyester, eine synthetische Faser auf Erdölbasis. Solche Fanshirts werden oft nur wenige Male getragen und landen anschließend im Secondhand-Export, in Müllverbrennungsanlagen oder direkt im Müll. Bereits zur Europameisterschaft 2024 wurden millionenfach kostenlose Fantrikots verteilt. Kurz nach dem Turnier tauchten zahlreiche davon auf Onlineplattformen und Gebrauchtmärkten auf, ein deutliches Zeichen für ihren geringen langfristigen Nutzen.

### **Werbekampagnen dieser Art entwerten Kleidung. Textilien werden nicht als langlebige Produkte verstanden, sondern als kurzfristiger Marketingartikel.**

Das Vergleichsportal Check 24 verschenkt wie zur vergangenen Heim-Europameisterschaft vor zwei Jahren wieder zwei Millionen alternative WM-Trikots. Diesmal produziert von Sportartikelhersteller FILA statt PUMA, weiterhin bezahlen Kund\*innen mit persönlichen Daten. Auch der offizielle FIFA-Lizenzpartner Coca-Cola gab kostenlose Trikots gegen das Scannen von QR-Codes auf Aktionsflaschen heraus – Das „Coke Jersey“ ist mittlerweile vergriffen.

FAIR PLAY FAIR PAY FAIR TRADE

**SPORT  
HANDELT  
FAIR**



Dabei sind die Probleme der globalen Textilindustrie seit Jahren bekannt: enorme CO<sub>2</sub>-Emissionen, hoher Ressourcenverbrauch sowie schlechte Arbeitsbedingungen in vielen Produktionsstätten. Gerade der Sport sollte hier Verantwortung übernehmen.

#### **Unsere Forderungen an EDEKA und den DFB**

- keine kostenlosen Massen-Fanartikel als kurzfristige Marketingmaßnahme,
- transparente Lieferketten und unabhängige Sozial- und Umweltstandards für Fanprodukte,
- konsequenter Einsatz nachhaltiger und langlebiger Materialien,
- Offenlegung der CO<sub>2</sub>-Emissionen und Umweltwirkungen der Produktion,
- verbindliche Strategien zur Reduktion von Textilmüll im Sportmarketing.

Der Sport hat eine enorme gesellschaftliche Strahlkraft. Diese Reichweite sollte genutzt werden, um nachhaltigen Konsum zu fördern, nicht um Wegwerftextilien millionenfach zu verbreiten. Dabei ist es egal, ob es sich um ein grenzwertiges Ambush-Marketing von Check 24, billige Marketingkopien von Lizenzunternehmen wie Coca-Cola oder eine offizielle DFB-Partnerschaft wie die von EDEKA handelt.

Fußball braucht Zukunft.

Dazu gehört auch Verantwortung für Menschen, Klima und Umwelt.

Sportliche Grüße  
Sport handelt fair

(Redaktionsschluss war der 05.06.2026)