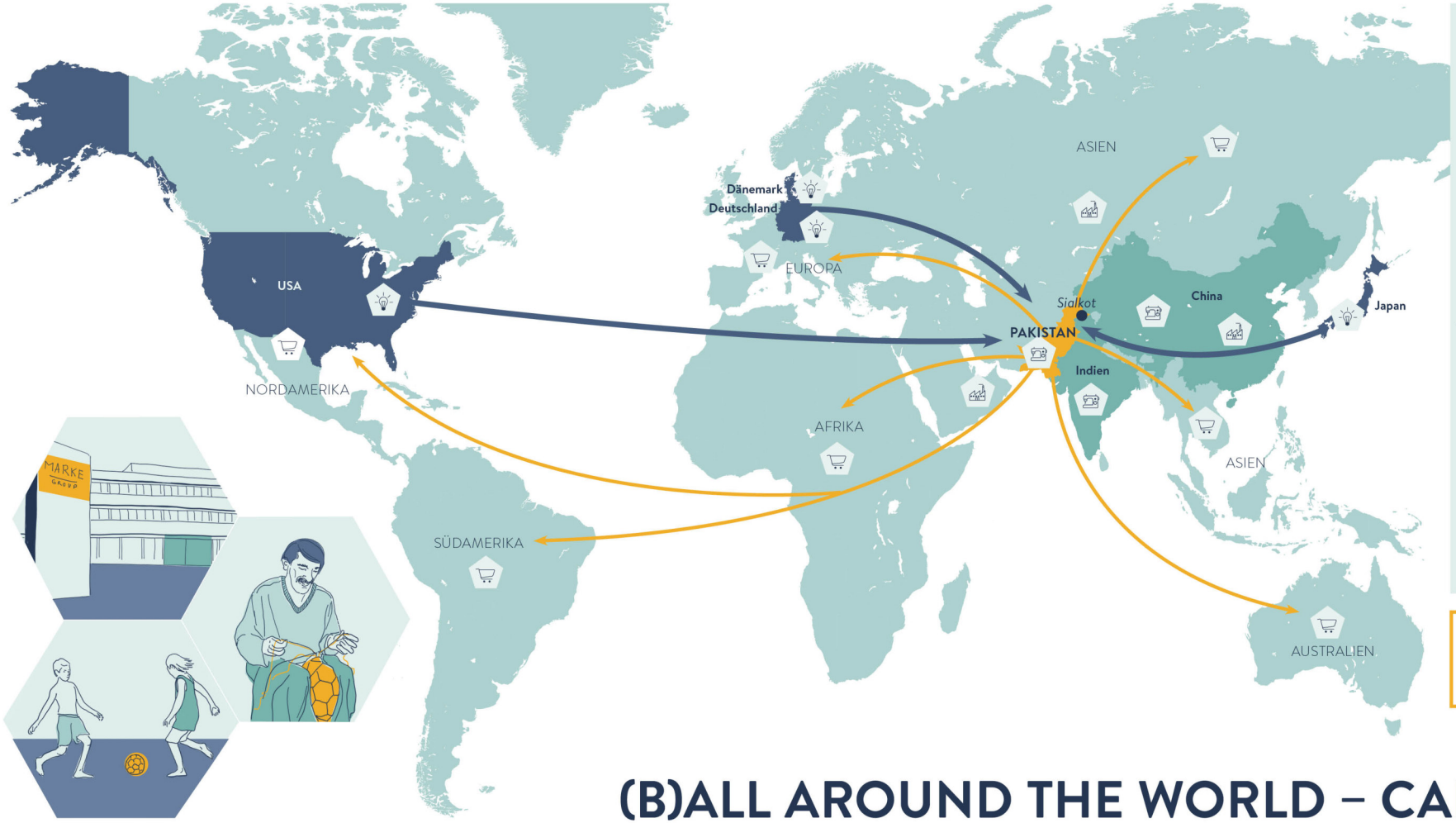
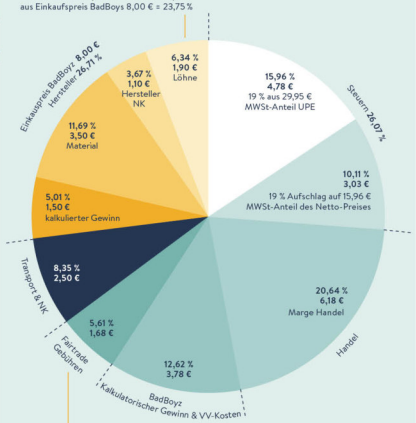


AUFTEILUNG DER KOSTEN EINES FAIREN BALLES

am Beispiel des BadBoyz Dynamic World Balls
Händler Einkaufspreis (15,96 €) + MwSt + Marge Handel = 29,95 € (UVP)

Anteil der Löhne in Pakistan:

aus UVP 29,95 € =	6,34 %
aus Händler-EK 15,96 € =	11,90 %
aus Einkaufspreis BadBoys 8,00 € =	23,75 %



Zusammensetzung der Fairtrade Gebühren:

10 % Fairtrade – Prämie (an Arbeitnehmendenvertretung) =	0,80 €
5 % Compliance – Prämie (an Hersteller) =	0,40 €
2 % Umsatz – Provision an Fairtrade Deutschland aus 15,96 € =	0,32 €
Umlage Jahresgebühren FLOCERT (kalkulatorischer Mindestwert) =	0,16 €
gesamt =	**1,68 €**

Hersteller von Fairen Bällen sind: Alternative Trading Organizations wie z.B. **GEPA, BadBoyz Ballfabrik, CAWILA** und **DerbyStar**

PAKISTAN: SONDERSTATUS SIALKOT

Seit sich lokale Firmen in den 1970er Jahren die Rechte für den WM-Ball „Tango" sichern konnten, spielt die (Fuß-)Ballproduktion eine wesentliche wirtschaftliche Rolle für Sialkot – 2/3 aller Fußbälle (weltweit) werden immer noch dort produziert. Der Export hat die Stadt reich gemacht, der durchschnittliche Verdienst liegt über dem landesüblichen. Große Konkurrenz droht jedoch aus China: Dort werden die Bälle maschinell hergestellt und sind dadurch noch billiger. Dies ist für kleinere Firmen in Sialkot aber nicht leistbar.

(B)ALL AROUND THE WORLD – CAN WE FAIR IT?

ARBEITSTAG IN DER FABRIK

- Mindestens **6 Arbeitstage in der Woche** und kurze Pausenzeiten
- **fehlender Trinkwasserzugang**
- **Risiken für Gesundheit und Arbeitsschutz**, beispielsweise durch verwendete Chemikalien und extreme Hitze während einiger Arbeitschritte
- **Arbeit unterhalb eines existenzsichernden Lohnes** vor allem bei kleinen Fabriken
- **Diskriminierung aufgrund des Geschlechts:** weiblichen Heimarbeiterinnen wird weniger gezahlt als ihren männlichen Kollegen; Schwangerschaft führt oft zum Verlust des Arbeitsplatzes
- **Kleinere Hersteller lassen sich** häufig **im Preis drücken**, um Aufträge zu bekommen, das schlägt sich auf die Arbeitsbedingungen nieder

GLOBAL PLAYER

- **Monopolähnliche Zustände** des Marktes
  - › Adidas (D) und Nike (US) im Fußball
  - › Molten (JPN) und Hummel (DK) im Handball
  - › Erima (D) und Mikasa (JPN) im Volleyball
- **Ausnutzen von Emotionen** im Sport **zu Konsumzwecken**
- **2,2 Milliarden €** geben die deutschen Bundesbürgerinnen und Bürger pro Jahr für Sport- und Outdoorartikel aus
- **„Greenwashing"** von großen Markenfirmen: einzelne – vermeintlich – nachhaltige Produkte werden durch besonderes Marketing hervorgehoben
- Abseits von großen Sportmarken sind **qualitativ minderwertige Bälle** z.B. von Tankstellen, Supermärkten und Discountern (aus großer Stückzahl) meist unter schlimmsten Bedingungen hergestellt

BREMSER – FEHLENDES ENGAGEMENT BEI DEN BRANCHENGIGANTEN

- **Global Player** sind in der Regel nicht an fair gehandelten Bällen interessiert (u.a. da es kaum Nachfrage danach gibt)
- die **großen Sportverbände (z.B. FIFA, DFB, UEFA)** setzen sich bislang nur unzureichend für das Thema ein – trotz mehrfacher Aufforderung und existierender Menschenrechtsstrategie (wurde vom Deutschen Fußball-Bund neu entwickelt)

BESCHLEUNIGER – FAIRE BÄLLE FÜR SCHULEN UND VEREINE

- **Kommunen und Städte** (Vorreiter sind München, Nürnberg, Berlin) **und Landessportverbände** (wie z.B. Landessportbund Berlin), die Kampagnen für faire Bälle mittragen oder initiieren
- einzelne **Vereine oder auch Schulen**, die sich eigenständig oder auch im Verbund mit anderen für faire Bälle auf dem Platz und in der Halle einsetzen
- **Zivilgesellschaft**, die das Thema in den Fokus rückt

FAIR GEHANDELTE BÄLLE

zeichnen sich dadurch aus,

- dass **Gesundheits- und Arbeitsstandards eingehalten werden müssen** (beispielsweise geregelte Pausen- und Arbeitszeiten, bezahlter Urlaub, gekennzeichnete Notausgänge etc.)
- dass ausbeuterische **Kinderarbeit und Diskriminierung verboten** sind
- dass die **Auszahlung** des vereinbarten Preises von Unternehmen an Hersteller **auf drei getrennte Konten** erfolgt:
  - › **Einkaufspreis** (auf das Hersteller-Konto)
  - › **+ 5 % Sozialprämie** – muss für soziale Zwecke ausgegeben werden (separates Herstellerkonto)
  - › **+ 10 % Fairtrade Prämie** Arbeitnehmenden vertreter können zielgerichtet von Arbeitenden genutzt werden (selbstverwaltetes Gewerkschaftskonto der Mitarbeitenden)
- dass eine **bessere Entlohnung für Arbeitende** gewährleistet wird

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (ILO)

Die ILO setzt sich seit 1919 für die **Rechte von Arbeitenden weltweit** ein, wie der Förderung menschenwürdiger Beschäftigungsmöglichkeiten, der Verbesserung des sozialen Schutzes und der Stärkung des Dialogs über arbeitsrelevante Fragen zwischen Arbeitgebern, Arbeitnehmenden und Regierungen.

Zu den wichtigsten Forderungen gehören:

- › **Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen**
- › **Beseitigung der Zwangsarbeit**
- › **Abschaffung der Kinderarbeit**
- › **Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf**

Mit finanzieller Unterstützung des: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
Gefördert von: ENGAGEMENT GLOBAL Service für Entwicklungsinitiativen; Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe; bem Berlin
Gefördert durch: Brot für die Welt mit Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes; Bewegungsstiftung Ansätze für soziale Bewegungen
weed
Gestaltung: anders gestalten, Berlin und Jeannette Corneille, Köln