

Schüler schreiben: Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und des Bundesverbandes deutscher Banken



Ein Trikot schweiß zusammen: Der FC St. Pauli zieht seine Spieler und Fans nachhaltig an.

Foto Nordphoto

## Alles muss man selber machen

Der Bundesliga-Zweitligist FC St. Pauli stellt seine Trikots selbst her. Dafür hat der Verein den Hersteller DIYY gegründet. Damit ist man nach eigenen Angaben im Profifußball der einzige Hersteller, der die Trikots ausschließlich nachhaltig produziert. Nach zwei Jahren Planung und Verhandlungen ging im Juni 2021 die fair produzierte Trainingskollektion in den Verkauf. Der Verein hatte lange nach Partnern gesucht, die in der Lage sein sollten, die Trikots nach den gewünschten Standards zu produzieren; es ging zum Beispiel um recycelten Kunststoff, Bio-Baumwolle und zertifizierte Materialien. Dem Verein wurde schnell klar, dass er die Trikots selbst herstellen muss, nach dem selbst gewählten Motto: „Alles muss man selber machen.“ So kam auch der Name DIYY zustande: Do it Yourself. DIYY ist Teil der Merchandising GmbH; die Umsätze betragen 2022 laut Bernd von Geldern, Geschäftsführer im Bereich Wirtschaft des FC St. Pauli, rund 2 Millionen Euro.

Nach seinen Angaben sind die Kosten für die nachhaltigen Produkte rund 25 Prozent höher. Allerdings fallen nun Geldbeträge, die an die Ausstatter der Vereine gezahlt werden, weg. Deshalb kann der FC St. Pauli die Trikots trotzdem zu fairen Preisen in seinem Onlineshop anbieten. „Nachhaltigkeit wäre auch, keine T-Shirts mehr zu verkaufen, aber wir haben im Merchandising über hundert Leute beschäftigt, die sich darauf verlassen, dass wir ein guter Arbeitgeber sind“, sagt von Geldern. Man müsse auch Geld verdienen, um einen größeren Ausstattungsvertrag ersetzen zu können, heißt es auf der Internetseite von DIYY. Ein Ausstattungsvertrag bringe einen siebenstelligen Betrag für den Verein ein, berichtet von Geldern.

Im vergangenen Jahr wurden rund 60.000 Teile aus der DIYY-Kollektion verkauft. Am wichtigsten waren die Trikots. Es gibt die Varianten „tailliert“ und „nicht-tailliert“. Beide bezeichnet der Verein als „unisex“, denn er legt viel Wert darauf,

Geschlechterzuweisungen zu meiden und seine Fans dazu zu ermutigen, das zu tragen, was sie selbst schön finden.

Die Trikots seien so nachhaltig wie möglich produziert und mit Gütesiegeln ausgezeichnet. So trägt die „Totenkopf-Kollektion“ die Siegel „GOTS – Global Organic Textile Standard“ und „Fairtrade Cotton“. Zudem werden nach und nach alle Artikel aussortiert, die nicht dem vom FC St. Pauli festgelegten Minimum an Standards entsprechen.

Unter dem Namen DIYY gibt es auch Jacken, Hosen und Kapuzenpullover. Um die Arbeitsbedingungen und Zustände in den Produktionsstätten zu überprüfen, sind gelegentlich Mitarbeiter des FC St. Pauli vor Ort. Neben der Nachhaltigkeit spielt die Fairness in der Produktion eine große Rolle. Auf seiner Internetseite gibt der Verein an, den Mitarbeitern an den einzelnen Produktionsstätten „Löhne weit über dem Mindestlohn“ zu zahlen.

Die Hauptproduktionsorte sind in der Türkei und Portugal, nur die Jacken werden in China hergestellt, da sie viel Handarbeit benötigen und „die Produktion in

Fernost unumgänglich ist, wenn die Jacken zu sozialverträglichen Preisen angeboten werden sollen“. Auch die chinesischen Produktionsstätten hielten nachweislich hohe ökologische und soziale Standards ein. Grundsätzlich stammen alle Stoffe und Zutaten aus der jeweiligen Region. Rohstoffe, die auf dem Weltmarkt beschafft werden, tragen Zertifikate wie „GRS – Global Recycled Standard“.

Der FC St. Pauli lässt sich auch selbst kontrollieren. Dafür ist er im Frühjahr 2021 als bisher einziger Fußballverein der Fair Wear Foundation beigetreten. Es wird kontrolliert, ob die Trikots wie angegeben aus mindestens 50 Prozent recycelten Fasern bestehen, was dem Verein nach eigenen Angaben schon in der ersten Saison zu fast 100 Prozent gelungen ist. Im März 2023 bekam der FC St. Pauli die Bewertung „Good“. Während der Verein im Bereich des Austauschs mit anderen Unternehmen sehr gut abschneidet, muss im Bereich der Einkaufspraktiken noch nachgebessert werden. „Viel läuft aus dem Bauch heraus schon gut und richtig, aber es fehlte bisher ein systemischer Ansatz,

um Einkaufsentscheidungen auf Basis von sozialer Verantwortung zu treffen und zu überprüfen“, heißt es vom Verein. Um diese Anforderung in Zukunft umzusetzen, werde unter anderem an einer umfassenden Risikoanalyse gearbeitet.

Der FC St. Pauli könnte mit DIYY laut Bernd von Geldern ein Vorbild für andere Fußballvereine werden. Er vermutet, dass Nachhaltigkeit zu einem Kernthema im Profifußball werden wird. „Für Fußballvereine ist es essenziell, Fans anzusprechen, da sie mitgliedergeworben sind.“

Von Geldern kann sich auch Kooperationen mit anderen Fußballvereinen vorstellen. Dabei denkt er eher an kleinere Klubs als an Profivereine, weil St. Pauli nicht bereit sei, Sponsorengelder zu zahlen und somit als Ausstatter zu agieren. Kleinere Vereine sind derzeit mit DIYY im Gespräch. Zu ihnen zählt der Eimsbütteler Turnverband (ETV), ein Sportverein aus Hamburg; er erwägt, seine Trikots ab 2025 von DIYY produzieren zu lassen. „Grundlegende Faktoren in unserer Entscheidungsfindung waren zum einen die Nachhaltigkeit und zum anderen die gute Qualität, die DIYY gewährleistet“, berichtet Jasper Hölscher, Koordinator im Bereich Fußball im ETV.

Von Geldern sieht weitere Umweltprobleme im Profifußball: „Es ist eine ökologische Schande, das Stadion für nur 17 Heimspiele in der Saison vorzuhalten, da an den Spieltagen sehr viel Müll entsteht und der Rasen sehr intensiv gepflegt werden muss.“ Jeder Verein müsse das so gut es geht kompensieren. Der FC St. Pauli wolle den Müll an den Spieltagen reduzieren und bewirke mit den nachhaltigen Trikots einen Ausgleich. Der Fußballverein, der für soziales Engagement bekannt ist, hat die erste Kollektion von DIYY zudem dazu genutzt, ein soziales Zeichen zu setzen: Sie ließen die Auswärtstrikot mit „Kein Fußball den Faschisten“ bedrucken.

**Lena Götsche**  
Gymnasium Ohmoor, Hamburg

## Auf einer Kreuzfahrt wird so einiges runtergespült

Das Geschirr auf Schiffen und in Flugzeugen wird in Hochleistungsmaschinen des Marktführers Hobart sauber

Vom Tellerwäscher zum Millionär ist eine beliebte Vision. Doch wie wäre es, als Tellerwäscher zum Millionär zu werden, so wie die Hobart GmbH? Sie ist nach eigenen Angaben Weltmarktführer in der Herstellung gewerblicher Spültechnik und hat den internationalen Hauptsitz in Troy im Bundesstaat Ohio in den USA. Die deutsche Niederlassung befindet sich in Offenburg. In ganz Deutschland beschäftigt Hobart rund 1100 Mitarbeiter, fast 800 in Offenburg, wie Martin Schrempf, Entwicklungsleiter für neue Technologien, berichtet. Auf der ganzen Welt seien es etwa 6900 Beschäftigte.

Das Unternehmen wurde vor gut 125 Jahren vom Ingenieur Charles Hobart in Troy gegründet. Das erste Produkt war 1903 die erste elektrische Kaffeemühle der Welt. 1926 verkaufte man die ersten Spülmaschinen, 1930 expandierte Hobart nach Hamburg. 1953 erlangte Hobart das erste Patent für eine Bandspülmaschine. 1960 übernahm man das Werk in Offenburg. 1999 wurde Hobart ein Bestandteil der ITW Group, Illinois Tool Works; dies ist ein amerikanischer Mischkonzern mit 45.000 Mitarbeitern.

Der Fokus der Produktion von Hobart liegt auf den gewerblichen Spülmaschinen wie den Bandspülmaschinen. „Das Geschirr wird auf ein Band gestellt, das wie ein Fließband durch einen Spülapparat läuft und am anderen Ende

gespült, sauber sowie viren- und bakterienfrei herauskommt“, sagt Schrempf. „Aber wir stellen auch kleine Unterentwässerungsmaschinen her und auch große Spülanlagen, zu denen Bandspülmaschinen zählen, für die Industrie, Flugzeuge und Schiffe.“

Mit Bandspülmaschinen belieferte man auch die Weltmeisterschaftsstadien in Qatar. Jedoch mussten die Maschinen laut Schrempf für die Menge an Bechern, die gespült werden mussten, umgebaut werden. Man konstruierte die Maschinen nur



nach Kundenwünschen; dabei „muss auf die Platzverhältnisse am Einsatzort, aber auch auf die Anforderungen, zum Beispiel ob Metallteile oder nur Becher gespült werden sollen, geachtet werden“.

In den gewerblichen Unterentwässerungsmaschinen dauert ein Spülprogramm lediglich zwischen 90 Sekunden und 5 Minuten. Mit dem sogenannten Sinnerschen Kreis kann man die Unterschiede verdeutlichen. Es ist ein Modell, das vier Faktoren enthält, mit denen Geschirr sauber gespült werden kann: Mechanik, Temperatur, Zeit und Chemie. Bei einer Spülmaschine aus dem Haushalt nehme der Faktor Zeit rund 75 Prozent des Kreises ein, erklärt Schrempf. Bei der gewerblichen Spültechnik seien Druck, Temperatur und Chemie bedeutender; deshalb sei die Dauer geringer.

Ein weiteres Gebiet, auf dem Hobart aktiv ist, ist Spültechnik für Flugzeuge und Schiffe, vor allem Kreuzfahrtschiffe. „Fast alle Kreuzfahrtschiffe haben Maschinen von Hobart an Bord, sei es Aida oder MSC“, berichtet Schrempf. Vor allem auf dem Meer seien die Anforderungen an die Materialien hoch. „Wegen des Salzwassers werden meist korrosionsbeständigerer Edelstahl benötigt und wegen der rauen Bedingungen auf hoher See auch stabilere Bleche“, erklärt Schrempf.

Hobart pflegt enge Kontakte zu Partnern wie Küchenplanern und Händlern. So haben Innovationen wie die Top-Dry-Technik, die das zeitintensive manuelle

Abtrocknen von Gläsern überflüssig macht, ein wichtiges Kundenproblem gelöst. Man verkauft auch Maschinen für ungewöhnlichere Zwecke, etwa zur Reinigung von Tierkäfigen oder kleinen Plastikspülmaschinen oder an BMW und Porsche zur Reinigung von Autoreifen.

2021 betrug der Umsatz der Hobart GmbH in Deutschland 277 Millionen Euro, 2022 war er etwas höher. Nach Angaben von Schrempf werden im Jahr 55.000 bis 70.000 Maschinen verkauft, der Großteil sind Unterentwässerungsmaschinen. Manche kosten so viel wie ein teures Fahrrad, andere wie ein Mittelklassewagen oder sogar eine Luxuslimousine.

Die Kunden achten zunehmend auf den Wasserverbrauch. In den vergangenen zehn Jahren hat man versucht, den Wasser- und Energieverbrauch der Spülmaschinen zu halbieren; dies gelang in den High-End-Premax-Modellen. Die Vision sei aber „Spülen ohne Wasser“, sagt Schrempf. Dazu müssen Druck und Temperatur erhöht werden. Doch werde es weitere Innovationen brauchen, die noch nicht entdeckt worden seien. Ein weiterer Zukunftsplan ist laut Schrempf die Automatisierung der Bedienung, „denn durch den Arbeitskräftemangel in der Gastronomie will niemand mehr Personal für Spülkräfte einstellen“.

**Niklas Kopf**  
Max-Planck-Gymnasium, Lahr

## Das ist alles andere als eine brotlose Kunst

Brot wird zu Hause und auf Vorbestellung produziert

Selbst gebackenes Brot aus dem „eigenen Wohnzimmer“ – das bietet die Brotmaden GmbH von Christina Weiß und Lutz Geißler an. Sie nennen sich „Brotkumpels“. Das Besondere: Sie backen und verkaufen ihre Waren in ihrem Haus in Hamburger Stadtteil Sasel. 2022 wurden sie in einer Umfrage des Gourmetmagazins „Falstaff“ zur beliebtesten Bäckerei Hamburgs gewählt.

Kennengelernt haben sich die beiden 2016 in einem Backkurs von Geißler. Zunächst backten sie nur nebenberuflich, doch „der Teig musste irgendwo hin“, wie Geißler sagt. Allerdings benötigten sie einen Meistertitel für ihre Bäckerei. 2020 schloss Weiß die Meisterschule ab. Neben Produkten wie dem Hamburger Feinbrot, Baguette und Toastbrot gibt es Saisongebäck wie Stollen. Am beliebtesten sind Ciabatta und der Schweizer Klassiker Bûche. Unter den Gebäcken stehen die Franzbrötchen an erster Stelle.

Für die beiden besteht ein gutes Brot nur aus naturbelassenen Zutaten. Zudem sollte es Zeit zum Reifen haben und ohne Belag gut schmecken. Die Hauptzutaten seien „Mehl, Wasser, Salz und Zeit“. Das Mehl bekommen sie von der Mühle Gut Rosenkrantz aus Neumünster, die die einzige Biomühle in Norddeutschland sei.

Gebacken und verkauft wird zweimal in der Woche. Die Brote können nur auf Vorbestellung abgeholt werden. Am Backtag verkaufen sie rund 220 Brote und 400 Gebäckstücke. Es kämen Familien, junge Erwachsene und Senioren aus dem Altersheim. Sie stellen sich in die lange Schlange, die sich vor dem Verkauf bildet.

Die Preise liegen zwischen 6 und 10 Euro je Brot oder Gebäck. Das Rog-

genbrot ist mit 6,50 Euro je Kilogramm am günstigsten. Je kleiner das Brot ist, desto teurer ist es, da mehr Arbeit benötigt wird. „Natürlich ist es teurer als ein Brot aus dem Supermarkt, aber dafür ist es ohne Belag genießbar“, sagt Geißler. Wer es günstiger anbietet, der betriebe sich selbst, glauben Geißler und Weiß.

Die beiden haben ihre Bäckerei Ende März 2022 eröffnet, Werbung haben sie nie gemacht. An keinem Tag sind sie bisher auf ihrem Brot sitzengeblieben. Herumgesprochen hat sich die Bäckerei anfangs durch eine Gruppe auf WhatsApp, die aus Freunden und Bekannten bestand. 2022 haben die beiden nur etwa alle zwei bis drei Wochen zweimal in der Woche gebacken. Das waren ungefähr 35 bis 40 Backtage. Der Jahresumsatz lag bei rund 70.000 Euro. Je Backtag benötigen sie einen Tag für die Vorbereitung.

Sie bieten auch Backkurse an. Die Onlinekurse von vier Stunden kosten 150 Euro. Die Präsenzkurse für zwei bis zehn Personen finden meistens in Österreich auf einer Alm statt. Sie dauern fünf Tage; es wird gebacken, was sich die Teilnehmer wünschen. Inklusive Unterkunft und Verpflegung kostet der Kurs 2400 Euro je Teilnehmer. Die Kurse gibt es seit zwölf Jahren, sie waren bisher immer ausgebucht. Geißler hat auch Brotbackbücher geschrieben, von denen einige zu den „Spiegel“-Bestsellern zählen.

Teil des Konzeptes ist, dass die beiden die einzigen Mitarbeiter sind. Sie haben die Bäckerei auch eröffnet, um Spaß zu haben. „Man könnte größer werden, aber wir wollen es nicht, da das der Brotqualität schadet“, sagt Geißler.

**Emma Pietsch**  
Gymnasium Corveystraße, Hamburg

## Glückliche Würste

Die erste vegane Metzgerei verkauft Vürstchen

Eine vegane Metzgerei, geht das überhaupt? In Berlin befindet sich die Vetzgerei GmbH. Seit 2017 verkaufen die Inhaber und Gründer Sarah und Paul Pollinger Würstchen, Aufschnitte und Wurst – vegan. Die Idee kam Sarah Pollinger 2015, als sie im Bioladen nur auf hochverarbeitete Fleischersatzprodukte stieß und sich dachte: „Das muss doch besser gehen!“ Zwei Jahre später eröffneten sie und ihr Mann dann die nach eigener Aussage erste vegane Metzgerei Deutschlands. Was ihr Geschäft von ähnlichen Geschäftsideen abhebe, seien das ausschließlich vegane Sortiment und der Fokus auf das Metzgerhandwerk. „Wir arbeiten handwerklich ähnlich wie eine Metzgerei, das betrifft die Maschinen, die wir benutzen, aber auch, wie die Würste und Aufschnitte aufgebaut sind“, berichtet Sarah Pollinger. Dafür haben sie sich Unterstützung von einem traditionellen Metzgermeister geholt – der selbst nicht vegan ist.

Bei der Herstellung der hausgemachten Produkte wird darauf geachtet, dass alle Zutaten möglichst unverarbeitet, bio, regional und saisonal sind und kurze Transportwege hinter sich haben. Um Verpackungsmüll zu sparen, haben sie ein System mit Pfandgläsern eingeführt.

Die veganen Alternativen bestehen größtenteils aus Gemüse, Seitan und Tofu. Die Vetzgerei bietet ein großes Sortiment an, von Gulasch und Frikadellen bis hin zu Leberwurst und Bacon. Vier „Vürstchen“ kosten 12 Euro und werden in Varianten wie Erbse-Pilz oder Räuchertofu angeboten. Besonders beliebt sind laut Pollinger „Sachen, die klassisch gewürzt sind und die man kennt“. Neben den Fleischersatzprodukten bietet man weitere vegane Alternativen wie Mayonnaise an.

Im Onlineshop verkaufen die Pollingers auch ihr eigenes Kochbuch „Vleisch“ für knapp 40 Euro. Es ist ein Lehrbuch über das vegane Metzgerhandwerk; bisher haben sie rund 600 Exemplare verkauft. Auf Sarahs Onlineshop findet man zudem viele vegane Rezepte, die einfach zu Hause ausprobiert werden können. Der Anteil der Einnahmen des Onlineshops beträgt etwa ein Viertel des jährlichen Umsatzes, der sich laut Paul Pollinger im sechsstelligen Bereich bewegt. Die Corona-Pandemie habe eine entscheidende Rolle gespielt. „Auch wenn wir offen haben durften, hat sich einfach das Einkaufsverhalten der Menschen geändert.“ Viele hätten den Weg in den Laden vermieden und sich auf den Supermarkt begrenzt. In der Zeit ist dann der Onlineshop als zweites Standbein entstanden.

Dreizett beschäftigt die Vetzgerei drei feste Mitarbeiter in ihrer Filiale in Berlin-Prenzlauer Berg. Dort gibt es eine Frischetheke und einen Imbiss, wo man zum Beispiel ein Seitansteak und einen Gyrosteller essen kann. Nächstes Jahr wolle man Produkte für den Einzelhandel herstellen.

Die Vetzgerei wende sich besonders an die Menschen, die sich nicht komplett vegan ernährten. „Bei uns geht es darum, eine vegane Lebensweise näherzubringen.“ Besonders für junge Familien, die die vegane Lebensform an ihre Kinder weitergeben wollten, sei die Vetzgerei sehr attraktiv. Auch ältere Generationen betreten das Geschäft. „Man merkt, dass sie interessiert sind, aber sie halten sich am Anfang noch etwas zurück“, erzählt eine Mitarbeiterin.

**Yina Arega**  
Katholische Schule Liebfrauen, Berlin

**Frankfurter Allgemeine**  
ZEITUNG IN DER SCHULE

**bankerverband**

Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter [www.jugendundwirtschaft.de](http://www.jugendundwirtschaft.de)

Verantwortliche Redakteurin: Lisa Becker

Verantwortlich im Bankenverband: Julia Topar

Pädagogische Betreuung: IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen  
Ansprechpartner: Dr. Titus Maria Horstschäfer

**An dem Projekt „Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil:**  
Aachen, Inda-Gymnasium · Bad Nauheim, Berufliche Schulen am Gradierwerk · Berlin, Berlin Cosmopolitan School, Heinz-Berggruen-Gymnasium, Kath. Schule Liebfrauen, Werner-von-Siemens-Gymnasium · Bonn, Tannenbusch-Gymnasium · Borken, Jodocus Nünning Gesamtschule · Büdelsdorf, Heinrich-Heine-Schule · Dortmund, Gesamtschule Scharnhorst, Mallinckrodt-Gymnasium · Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium · Essen, Goetheschule · Forchheim, Ehrenburg-Gymnasium · Geisenheim, Landratschule Schloss Hansenberg · Gießen, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium · Glindenberg, Gymnasium · Grünstadt, Leininger-Gymnasium · Hamburg, Gymnasium Corveystraße, Gymnasium Ohmoor · Hechingen, Berufliches Schulzentrum · Heidelberg, Heidelberger Privatschulzentrum · Hildesheim, Michelsenschule · Kassel, Friedrich-List-Schule · Kiel, Hebbelschule, Max-Planck-Schule · Krefeld-Uerdingen, Gymnasium am Stadtpark · Künzelsau, Schlossgymnasium · Lahr, Max-Planck-Gymnasium · Leverkusen, Landrat-Lucas-Gymnasium · Lübeck, Friedrich-List-Schule, Johanneum · Ludwigsburg, Goethe-Gymnasium · München, Theresien-Gymnasium, Wittelsbacher-Gymnasium · Münster, Hans-Böckler-Berufskolleg · Neckartenzlingen, Gymnasium · Neunkirchen, Dietrich-Bonhoeffer-Gymnasium · Neustadt a.d. Weinstraße, Käthe-Kollwitz-Gymnasium · Ober-Ramstadt, Georg-Christoph-Lichtenberg-Schule · Oberviechtach, Ortenburg-Gymnasium · Peine, Integrierte Gesamtschule · Pforzheim, Reuchlin-Gymnasium · Querfurt, Burgstadtgymnasium · Riedlingen, Kreisgymnasium · Schwäbisch Gmünd, Parler Gymnasium · Schwabach, Albert-Einstein-Schule · Stegen, Kolleg St. Sebastian · Trier, BBS EHS Trier · Wiesbaden, Freie Waldorfschule · Winsen, Gymnasium · Wolfenbüttel, Henriette-Breymann-Gesamtschule